

Le printemps des médias se joue au sud de la Méditerranée

RENCONTRE Magazines, émissions de radio, web-tv... des jeunes font entendre leurs voix

- ▶ Armés de smartphones, 80 enfants de la débrouille ont offert à leurs compatriotes et au monde une autre vision de la société.
- ▶ Ils ont présenté à Beyrouth leurs projets de nouveaux médias.

BEYROUTH (LIBAN)
DE NOTRE ENVOYÉ SPÉCIAL

Ils s'appellent Mohamed, Abderrahmane, Rana ou Zahraa. Ils viennent d'Égypte, du Maroc, d'Algérie ou de Tunisie. Ils font partie du groupe de quatre-vingts jeunes invités à discuter de leur rapport aux médias à Beyrouth, capitale multiculturelle du Liban. Financée par la Commission européenne et organisée par le CFI (l'agence française de coopération médias), la conférence avait pour thème la relation d'amour-haine entre les jeunes et les médias.

Outre leurs origines méditerranéennes, tous les participants avaient pour point commun d'avoir lancé différentes initiatives dans leur pays. Là-bas, comme en Europe d'ailleurs, les jeunes se détournent des médias traditionnels. Parce qu'ils ne répondent pas à leurs attentes. Parce qu'ils sont trop souvent le relais d'un pouvoir qui pratique encore la censure de manière arbitraire. Les Printemps arabes n'y ont rien changé, ou si peu. Pendant que certains s'engouffrent dans le sectarisme, faute d'un meilleur avenir, d'autres tentent d'ouvrir leurs compatriotes à la culture.

Depuis sa chambre d'étudiant en Algérie, Yanis Kheloufi, édite *Wello Mag*. « Il y a deux lecteurs en Algérie, qui vivent comme deux entités différentes. Les arabophones sont plus en-

clins aux titres putassiers sans profondeur. Nous proposons un contenu alternatif avec du fond mais aussi de la légèreté pour pouvoir parler aux jeunes. » Sur le site de *WelloMag*, on parle ciné, télé, jeux-vidéo. « Les retours sont positifs mais ils viennent uniquement de l'élite, reconnaît Yanis. A moyen terme, nous avons le projet de lancer une page en arabe pour toucher plus de monde. »

Tous les invités le reconnaissent, proposer des initiatives en français ou en anglais ne permet pas de toucher le grand public. « Même si l'espace de liberté est plus grand en anglais, on ne peut pas se cacher derrière cette langue, précise Lina Attalah, du magazine égyptien *Mada Masr*. Notre notoriété dépend du fait que nous puissions nous exprimer en arabe. »

Un avis pas forcément partagé par tout le monde. « Le français est notre butin de guerre, insiste Khaled Drareni, rédacteur en chef du journal *Echoruk News* et fondateur de la version algérienne du *Huffington Post*. Beaucoup considèrent que c'est la langue de l'autre. Mais pour moi, ce qui importe, c'est les formats arabes - en quelque langue que ce soit - s'exportent. »

A écouter la scénariste de séries turques (les programmes les plus regardés dans les pays arabes), Seray Satiner, ce n'est pas gagné. Très sérieusement, elle détaille les ingrédients nécessaires pour réaliser une bonne fiction qui touchera un maximum de téléspectateurs : « L'homme est le héros. La femme a toujours le second rôle. Les rares fois où elle est à l'avant-plan, il faut que nous donnions énormément de justifications sur son parcours pour l'expliquer. Traditionnellement,

l'homme est là pour sauver la femme. Les personnages féminins ont souvent pour but d'être avec l'homme qu'elles aiment et vont devoir changer pour y parvenir. »

Une vision qui agace beaucoup Gloria Tauk. Cette jeune Libanaise, étudiante en cinéma, a réalisé une étude sur les thèmes qui préoccupent le plus les enfants des pays de la Méditerranée. « Nous souffrons d'une pression sociale et religieuse qui n'existe pas dans le monde occidental. Il y a une très grande différence entre ce que montrent les médias et la réalité. Un jeune Libanais rêve d'un appartement à 200.000 dollars qu'il mettra sa vie à payer, à l'image des belles bâtisses qu'il voit dans les séries. Il n'y a que via le cinéma indépendant que l'on peut montrer autre chose. »

Il y a ceux qui rêvent et ceux qui agissent. Riadh Touat est pharmacien de formation. Armé de sa caméra, il s'est lancé dans la réalisation d'un documentaire en plusieurs épisodes que l'on peut visionner sur YouTube. « Je ne me reconnais pas dans la jeunesse qui s'exprime dans les médias. Je suis parti à la rencontre des créatifs qui ont la volonté de discuter des aspects positifs dont on ne parle jamais. » Son projet s'appelle *Wesh Derna*. Dans le langage courant algérien, cela veut dire « Maintenant, on fait quoi ? ».

Il s'agit d'entretiens croisés de jeunes algériens qui ont grandi dans les années nonante, aiment leur pays et n'envisagent pas de le quitter. « De fuir, reprend Riadh. Pour moi, une des solutions est de voyager. Pour savoir ce que l'on veut, il faut aller voir ailleurs. Sinon, tu idéalises l'Occident car tu n'y as pas droit. Pour moi, le bonheur, c'est d'être soi-même, d'avoir une vie normale et de construire le pays dont on rêve. » ■

MAXIME BIERMÉ

EXEMPLE

« La 22ème » : C'est arrivé près de chez vous

En avril 2016, un groupe de jeunes bénévoles algériens originaires de Sidi Bel Abbès décide de lancer une web-tv centrée sur les activités de leur région. Comme en France, à chaque département son numéro. Pour Sidi Bel Abbès, c'est le 22. D'où le nom de « La 22ème ». Leur web-tv est une sorte d'équivalent de télévision locale libre et indépendante disponible via internet et Facebook.

« On s'est rendu compte que les citoyens ne savaient pas ce qu'il se passait près de chez eux, raconte Sadek Benjoudi. On a lancé une émission qui s'appelle "Suivez le guide". Il s'agit de reportages de terrain pour montrer les initiatives positives. Trop de médias véhiculent seulement du négatif. On a envie de mettre en avant les gens qui veulent faire avancer les choses. » Six mois après le lancement, certaines vidéos atteignaient les 50.000 vues. Les sujets sont variés, d'un reportage lors d'une collecte de sang à la couverture des « journées printanières de la musique andalouse ».

Pour élargir son audience, le groupe décide d'organiser des projections dans les maisons des jeunes. Le succès est immédiat. « Les gens se déplacent car il ne se passe rien dans les villages. C'est le seul événement de concurrent. Ils viennent aussi parce que ça les intéresse. »

M.BMÉ