

Culture à l'ère du numérique et pratiques juvéniles : IVA entre expressions et Big Data enrichi

Mustapha Guenaou

Maitre de Conférences

UAIB – Mostaganem –chercheur associé CRASC Oran
guenaoum@yahoo.fr

Résumé

Cette contribution entre dans le cadre de la présentation des résultats d'une enquête, effectuée dans trois villes (Mostaganem, Oran et Tlemcen) de l'ouest algérien. Le sujet touche principalement les pratiques culturelles chez les jeunes Algériens, à l'ère du numérique. Elle met en relation l'intention, la volonté et l'action pour enrichir le Big Data.

Abstract

This contribution is part of the presentation of the results of a survey, carried out in three cities (Mostaganem, Oran and Tlemcen) of western Algeria. The subject mainly affects cultural practices among Algerian youth in the digital age. It connects intention, will and action to enrich Big Data.

INTRODUCTION

Depuis les débuts de ce troisième millénaire, la jeunesse algérienne, comme partout dans le monde, s'est versée dans la culture numérique avec l'arrivée de la 3G. Notre observation avait porté, en premier lieu sur le nouveau comportement, en plein cours¹, avant de l'étendre sur un territoire wilayal où les jeunes multiplient l'usage des applications de téléphone portable par l'échantillon que nous avons ciblé : les jeunes de Tlemcen, d'Oran et de Mostaganem. Il est à noter que notre questionnement est un ensemble de questions qui portent, essentiellement sur le changement de comportement des jeunes vis-à-vis des nouvelles pratiques culturelles. Dans ce cadre, notre travail cherche à mettre en valeur les marqueurs socio anthropologiques relatifs à l'usage des TICs.

Cette contribution entre dans le cadre d'une étude socio-anthropologique sur l'usage et l'utilisation des TICs par les jeunes Algériens, de moins de trente ans. Notre échantillon porte sur un ensemble de 93 jeunes, sans porter un jugement sociologique ni anthropologique sur les professions des jeunes non universitaires. Sans pour autant faire apparaître quelques marqueurs d'ordre professionnel, nous avons insisté sur l'usage et l'utilisation du téléphone portable par cette catégorie de la population algérienne, surtout celle des grandes villes de l'ouest algérien. Nous avons effectué une pré-enquête qui nous a permis d'approfondir cette étude en matière de statistiques. En effet, nous pouvons parler de consommation des services des TICs, source principale de la transformation, voire l'évolution de la culture du numérique

¹Lors des conférences données aux étudiants de l'université.

en Algérie. Il s'agit par conséquent d'insister sur le principal facteur qui, ayant pris ses origines au niveau de l'évolution en nombre des usagers des TICs, est fortement progressif : l'usage des services de l'internet en Algérie. L'usage des portables des générations récentes avait permis, non seulement de faire valoir des applications nouvelles mais de mettre en avant l'utilisation des options de diffusion et de partage, valorisées par les jeunes dont un échantillon ne pouvant dépasser la centaine. Ce nombre pourra sans nul doute nous aider à penser à étendre cette même recherche, voire agrandir l'échantillon, au niveau national.

Cette étude porte sur une période de l'enquête sur six mois, de janvier à juin 2018. Dans ce cadre, elle visait la compréhension du changement du comportement des jeunes en matière de pratiques sociales et culturelles, à la suite de l'intégration de l'internet. A cet effet, nous avons une attention portée sur la méthode et l'outil de recherche utilisés dans le cadre de cette enquête de terrain. Nous avons pris en considération les travaux des spécialistes : M.Beaud, D.Berteaux, A.Gotman et A. Blanchet, J.Copans, E. Durkheim, E.Savarese et F. Singly.

Cette introduction nous permet de faire valoir la problématique que nous formulons ainsi : Quels sont les moyens utilisés pour enrichir le stockage de données et de pouvoir parler de Big Data ?

Deux hypothèses sont suggérées telles que :

- L'encouragement des jeunes à utiliser les moyens des TICs
- La diversification des pratiques culturelles par la diffusion, l'échange et le partage des documents numériques

Nous avons choisi un échantillon de 100 jeunes, entre universitaires et non universitaires.

L'introduction du genre a été nécessaire pour une meilleure compréhension par la comparaison. Sept enquêtés ont été défaillants pour des raisons personnelles.

ECHANTILLON, ENTRE PRESENTATION ET RAPPORTS

Dans ce contexte, nous insistons sur la présentation de l'échantillon sous la forme du tableau suivant :

Tableau n° 01 : présentation de l'échantillon en chiffre (global)

Tranches d'âge	Universitaires	Non universitaires	Total x
Moins de 20 ans	10	16	26
Moins de 25 ans	25	15	40
Moins de 30 ans	07	20	27
Total	42	51	93

Ce tableau nous renvoie à présenter l'échantillon de notre recherche qui porte sur la distribution, selon les deux variables (universitaires et non universitaires) et les constantes (l'âge). A cet effet, il nous permet de relever quelques observations d'ordre statistique.

En général, les plus nombreux sont les jeunes, âgés de 21 à 25 ans (43%) ; et l'écart est de 14 à 15 %. Alors que ceux qui ont moins de 20 ans et plus de 25 ans représentent le taux compris entre 28 et 29 %. Pour chaque statut, nous avons pris note de ce qui suit.

Pour les universitaires, le taux de 59 % représente celui des jeunes dont l'âge est compris entre 21 et 25 ans, alors que ceux qui sont âgés de moins de 20 ans sont représentés par 24 %, donc presque le quart des universitaires a moins de 20 ans. Les autres jeunes ont moins de 30 ans. Pour les non universitaires, 39% représente des jeunes de 26 à 30 ans. Les autres sont représentés par un taux qui est presque égal : les moins de 20 ans (31%) et les jeunes âgés entre 21 et 25 ans (30 %).

Le cas des jeunes universitaires

Par cette démarche, nous illustrons notre travail par une comparaison, en nombre, entre les jeunes filles et les jeunes garçons, comme suit :

Tableau n° 02 : présentation de l'échantillon en chiffre (universitaires)

Tranches d'âge	Filles	Garçons	Total
Moins de 20 ans	09	01	10
Moins de 25 ans	20	05	25
Moins de 30 ans	03	04	07
Total	32	10	42

La présentation, avec les mêmes constantes et les deux variables (genres pour les universitaires) permet de fournir quelques marqueurs d'ordre quantitatif à l'échantillon. A cet effet, les remarques portent essentiellement sur le genre, les jeunes filles et les jeunes garçons. Nombreux sont les jeunes âgés entre 21 et 25 ans pour les deux genres et 24 % des jeunes âgés de moins de 20 ans, alors que les autres (dont l'âge est compris entre 26 et 30 ans) ne représentent que 17 %.

63 % de jeunes filles ont entre 21 et 25 ans. Les moins nombreuses sont celles qui ont entre 26 et 30 ans puisqu'elles ne représentent que 9 % ; et celles qui ont moins de 20 ans sont 3 fois plus nombreuses que les précédentes (28%). Pour les jeunes garçons, nous avons relevé que la moitié est âgée entre 21 et 25 ans (50%) ; les moins nombreux sont ceux qui sont âgés de moins de 20 ans (10 %) ; alors que ceux dont l'âge est compris entre 26 et 30 ans sont 4 fois plus nombreux que les précédents (40%).

Le cas des non universitaires

Pour les non universitaires, les filles comme les garçons, nous présentons les trois tranches d'âge pour pouvoir mettre l'index sur la différence qui peut exister entre les deux genres :

Tableau n° 03 : présentation de l'échantillon en chiffre (non universitaires)

Tranches d'âge	Filles	Garçons	Total
Moins de 20 ans	14	02	16
Moins de 25 ans	11	04	15
Moins de 30 ans	15	05	20
Total	40	11	51

Les résultats obtenus à partir de ce tableau nous fournissent des informations qui portent sur le genre pour les jeunes non universitaires. Il est nécessaire de rappeler que généralement l'écart des taux répartis varie entre 8 et 9 % : les plus nombreux sont ceux qui ont l'âge compris entre 26 et 30 ans (39%). Les autres sont presque au même taux : 31 % pour ceux âgés de moins de 20 ans et 30 % pour ceux dont l'âge est compris entre 21 et 25 ans.

Pour la répartition des jeunes filles, nous avons pris note que les moins nombreuses sont celles qui ont entre 21 et 25 ans (27%). Les autres tranches d'âge sont presque identiques puisque l'écart est de 02 % : les jeunes filles de moins de 20 ans sont à 35 % et celles qui ont entre 26 et 30 ans ne peuvent dépasser les 38 %. Les jeunes garçons les plus nombreux occupent la première place puisqu'ils représentent presque la moitié (46%). Les jeunes garçons de moins de 20 ans sont représentés par 18 % et les autres, dont l'âge est compris entre 21 et 25 ans, sont le double (36%).

CULTURE, UN AGE ET UNE GENERATION

Pour ce point, il est à noter que la majorité de nos informateurs, population cible et enquêtés, est généralement connectée à internet par le smartphone. Elle est, en effet, associée à toutes les formes de mise en valeur de l'utilisation des services du virtuel, sans oublier de mettre en avant les effets et les faveurs de la numérisation des documents à envoyer ou à partager.

La culture numérique, dans sa globalité, avait porté ses fruits sur la communication téléphonique où chacun des usagers est en possession de deux appareils téléphoniques dont un, le plus général, est un mobile des premières générations² communément appelé « hatba » (un morceau de bois), et l'autre est un multimédia. Si le premier est le moins utilisé, il porte son usage sur, uniquement, les appels téléphoniques classiques dont la communication reste la plus traditionnelle possible. Selon certains utilisateurs³, ce mobile est « utilisé pour communiquer avec les personnes, généralement méconnues ou sans grand intérêt, voire les individus, éloignés ou peu désirables. »(M. N. 2018) D'autres affirment communiquer le numéro téléphonique de ce mobile pour « éviter d'être identifiée par les usagers de l'application dite d'identification⁴» (B.N.2018. Le second est presque généralisé puisqu'il s'agit d'un multimédia en raison du nombre d'applications et de l'usage de l'internet qui, actuellement, porte l'appellation de la 3G et certains sont en possession de la 4 G. Si la première est la génération de l'internet, la seconde est celle des services améliorés de l'internet. Nous parlons, en effet, de la révolution de la communication, de l'échange, de la diffusion et du partage : nous parlons des réseaux sociaux où l'Echange des Documents Electroniques et Numériques⁵ (Guentaou, 2016 a et b) sont les plus favorisés.

C'est à cette génération que revient l'importance de la diffusion de la culture du numérique. Le rôle joué par les applications du téléphone mobile est primordial en raison des services améliorés de l'internet, surtout qu'il est appelé à être de plus en plus performant :

²Les jeunes utilisent ce vocable pour différencier les anciens portables des autres, les multimédias.

³Le pourcentage varie entre 70 et 80 % de l'échantillon.

⁴ Elle est connue sous l'appellation dite Truecolor

⁵ Mustapha Guentaou,

« La diffusion de la culture numérique où textes, images et musiques sont souvent imbriqués, le clivage amateur/professionnel devient plus incertain, et surtout la cohérence des activités culturelles qui étaient en général étroitement associées à un support physique et/ou à un lieu – le domicile pour la télévision, les établissements culturels pour la fréquentation des œuvres, etc., se trouve fortement ébranlé par la numérisation et la généralisation des appareils nomades (micro, téléphones, lecteur MP3, etc.) » (Donnat, 2010)

Cette amélioration, exprimée par une révolution du web où le web revolution (Guenau, 2011) présente des marqueurs de la performance et de la rapidité, voire la facilité du faire valoir le désir des pratiques culturelles. Bien qu'elles soient traditionnelles, ces mêmes pratiques culturelles se trouvent à la portée de l'utilisateur des multimédias à travers la 4 G, celle-ci facilite ce qui était impossible, il y a quelques années. Pour ainsi dire, nous évoquons les pratiques culturelles traditionnelles pour une meilleure comparaison :

« Il y a quelques années encore, écouter de la musique renvoyait aux disques et cassettes qu'on écoutait chez soi ; lire, aux livres et à la presse papier ; regarder un programme télévisé au petit écran du salon ; voir un tableau, aux musées, etc. Désormais, rares sont les pratiques culturelles ou médiatiques qui se laissent ainsi facilement réduire à une équation simple du type : une activité = un support ou un média + un lieu. » (Donnat, op.cit)

Cette question porte sur la révolution numérique, celle qui questionne les scientifiques des sciences sociales et humaines. L'internet n'arrive plus à se stabiliser puisqu'il est en perpétuelle évolution, celle qui conduit à faire valoir le développement culturel, en temps, en espace et en territoire.

Dans les pratiques culturelles traditionnelles, la population algérienne était habituée à quelques moyens qui, devenus anciens, rappellent l'innovation, l'usage des appareils objets culturels, des médias d'un certain temps, déjà révolu. Bien qu'archaïque par rapport à l'ère du numérique, ces moyens participaient à l'amélioration de la connaissance et du savoir par les pratiques culturelles. Olivier Donnat (2011) fit un rappel de ces pratiques culturelles anciennes qui remontent à la seconde moitié du XX^e siècle pour parler de l'amélioration⁶ enregistrée en France⁷, depuis les premières années de l'indépendance de l'Algérie. D'ailleurs, cette période est importante pour cette étude. Dans ce cadre, nous rappelons les pratiques culturelles traditionnelles et celles de l'ère du numérique.

6 La période étudiée s'étend sur trente-cinq ans. Elle chevauche sur la fin du XX^e siècle et les débuts du XXI^e siècle.

7 « L'amélioration de la connaissance des pratiques culturelles fut un des axes majeurs du programme de statistiques culturelles élaboré au début des années 1960 lors de la création du Service d'études et de recherche du ministère chargé de la Culture. Dès les premières années, des enquêtes sur les publics des musées, des théâtres, des salles de cinéma et de plusieurs maisons de la culture furent réalisées, avant que ne soit lancée en 1973 la première enquête **Pratiques culturelles**, dans la foulée de celle que l'Insee avait menée quelques années auparavant sur les comportements de loisir. » (Olivier Donnat, Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamique générationnelle et pesanteurs sociales, In Culture Etudes, année 2011/07, n°07.pp.1-36)

Il est, pour nous, nécessaire de distinguer deux types de pratiques culturelles, sur la base des deux périodes que nous évoquons : nous parlons de pratiques culturelles intra domus⁸ et de pratiques culturelles extra domus. Cette distinction nous conduit à parler des pratiques culturelles dans un espace privé, dans le sens familial, par rapport à celles de l'espace public : pratiques culturelles intra domus vs pratiques culturelles extra domus.

FREQUENTATION DES LIEUX ET ESPACES D'ANTAN

Selon les résultats de notre enquête de terrain, après la préenquête, nous sommes arrivés à faire valoir les informations représentées par le tableau suivant :

Tableau n° 04 : présentation des lieux et espaces des pratiques culturelles traditionnelles

Désignation	Intra domus	Extra domus	Pratiques culturelles
Bibliothèque		X	Lecture
Médiathèque		X	Lecture et informatique
Lieu patrimonial		X	Viste des monuments Visites champêtres
Lieux de spectacles		X	Spectacles
Cafés maures		X	Detente
Cyber café			Inexistant à cette époque
Expositions		X	Visites
Lieux de loisirs		X	Liés aux fêtes Liés aux temps libres
Chambre familiale	X		Habitudes anciennes
Cour de la maison familiale	X		Habitudes anciennes

⁸ Nous utilisons ce mot pour désigner la maison et la famille, voire le dedans, en tant qu'espace privée ou réservé par rapport à l'espace public.

Fréquentation des lieux et espaces à l'ère du numérique⁹

Selon le même principe, nous rappelons les résultats suivants :

Tableau n° 05 : présentation des lieux et espaces des pratiques culturelles à l'ère du numérique

Désignation	Intra domus	Extra domus	Pratiques culturelles ¹⁰
Bibliothèque	X	X	
Médiathèque	X	X	
Lieu patrimonial	X	X	
Lieux de spectacles	X	X	
Cafés maures			
Cyber café		X	
Expositions	X	X	
Lieux de loisirs	X	X	
Chambre familiale	X	X	
Cour de la maison familiale	X	X	

LA REPARTITION DES ENQUETES PAR RAPPORT AUX DIFFERENTES PRATIQUES CULTURELLES A L'ERE DU NUMERIQUE

Les pratiques culturelles

Nous essayons de rappeler la présentation des pratiques culturelles à l'ère du numérique sous la forme d'un tableau récapitulatif :

Tableau n° 06 : présentation des pratiques culturelles à l'ère du numérique

Désignation	F.U.	G.U.	F.N.U.	G.N.U.
Pratiques culturelles intra domus	X	X	X	X
Pratiques culturelles extra domus	X	X	X	X

⁹ Il s'agit de l'usage des TICs

¹⁰ Nous conservons les mêmes observations.

Les enquêtés, en qualité d’usagers des moyens relatifs aux pratiques culturelles

La considération chiffrée présente les résultats de notre enquête comme suit :

Tableau n° 07 : présentation des moyens culturels à l’ère du numérique

Désignation	F.U.	G.U.	F.N.U.	G.N.U.	Total
Télévision	32	10	40	11	93
Poste radio	05	02	05	03	15
Ordinateur	30	05	31	08	74
Téléphone mobile	32	10	40	11	93

F.U. : Jeunes filles universitaires

G.U. : jeunes garçons universitaires

F.N.U. : Jeunes filles non universitaires

G.N.U. : Jeunes garçons non universitaires

Ce tableau nous donne lecture relative à la possession des appareils et moyens de communication tels que la télévision, le poste radio, l’ordinateur et le téléphone mobile (smartphone) par les différents statuts et genres : Jeunes filles universitaires (F.U.), jeunes garçons universitaires (G.U.), jeunes filles non universitaires (F.N.U.) et jeunes garçons non universitaires (G.N.U.). Il nous a été donné de relever que les moyens et appareils de communication que les jeunes possèdent sont la télévision (à la maison) et les téléphones mobiles (smartphone). Ils occupent la même place (34%). Les moins nombreux sont ceux qui possèdent un poste radio. Le reste des jeunes se contente de l’utilisation du smartphone, en remplacement du poste radio. Le nombre de cette catégorie est très réduit puisqu’il est à 05 %. Quant aux jeunes qui possèdent un ordinateur, ils sont 05 fois plus nombreux (27 %) que ceux qui ont un poste radio.

Les jeunes filles universitaires plus nombreuses sont celles qui possèdent un poste téléviseur (33%), un téléphone mobile (32%) et les ordinateurs (30 %). Elles font presque le tiers du nombre de jeunes filles universitaires pour chaque moyen et appareil de communication, bien que l’écart soit très réduit et compris entre 02 et 03%. La même remarque est faite : cette catégorie (05%) possède un poste radio. Les jeunes garçons universitaires sont les plus nombreux à posséder les mêmes moyens et appareils de communication à savoir le poste téléviseur (37%) et le téléphone mobile (37%). Ces taux représentent le tiers pour chacune des deux désignations. Les jeunes qui possèdent un ordinateur occupent la 3^{ième} place avec 19 %. Quant aux moins nombreux, ils sont ceux qui ont un poste radio (07%).

Les jeunes filles non universitaires présentent la même remarque puisqu’elles occupent les deux premières places : 35 % possèdent une télévision et 34% qui ont téléphone mobile (smartphone), avec un écart très réduit à 01 %. Les jeunes filles de ce statut, qui possèdent un poste radio, sont de 04 %. D’ailleurs, celles qui utilisent l’ordinateur sont presque 07 fois plus nombreuses que les précédentes : le taux est de 27%. Pour revenir à la catégorie des jeunes garçons non universitaires, d’autres données sont fournies : une remarque qui se répète à savoir que les plus nombreux jeunes sont ceux qui possèdent un poste de télévision (34%) et un téléphone mobile (33%). Ils occupent la première place avec un écart très réduit : 01%. Les moins nombreux sont toujours ceux qui ont un poste radio (09%). Mais, les jeunes

garçons non universitaires qui ont un ordinateur sont 02 fois plus nombreux que les précédents : 24%.

Nous avons en effet fait un constat que nous présentons dans cet ordre :

1. Le nombre des filles est plus important que celui des garçons. Cette donnée est confirmée par les naissances au niveau de l'état civil et la composition des groupes de T.D. à l'université.
2. Généralement, tous nos enquêtés regardent la télévision et possèdent un téléphone mobile multimédia dont presque le tiers (31 enquêtés) possède un second téléphone mobile, relevant de la première génération : le téléphone dit « hatba ».
3. Les enquêtés n'écoutent pas la radio (poste) dont la confirmation se fait par les chiffres : 15/93, en raison du manque de temps ou de l'absence de possession d'un poste radio à la maison. Parfois, l'existence d'un poste radio est ignorée.
4. Certains de nos enquêtés (19) ont déclaré ne pas posséder un ordinateur. Ceci s'explique par le manque de moyens financiers pour son achat ou les possibilités matérielles sont existantes, surtout chez les jeunes universitaires, qu'ils soient filles ou garçons.

LA FREQUENTATION DES LIEUX ET ESPACES A L'ERE DU NUMERIQUE

Par lieux et espaces, nous entendons les endroits spécifiques à une fréquentation, qu'elle soit régulière et/ou irrégulière, afin de faire valoir l'importance de l'usage des TICs dans le cadre des pratiques culturelles, à l'ère du numérique, pour tous les jeunes de notre échantillon. Nous avons abouti aux résultats représentés par le tableau suivant :

Tableau n° 08 : fréquentation des lieux et espaces des pratiques culturelles à l'ère du numérique

Désignation	F.U.	G.U.	F.N.U.	G.N.U.	Total
Bibliothèque	09	01	00	00	10
Médiathèque	00	00	00	00	00
Lieu patrimonial	03	00	02	00	05
Lieux de spectacles	00	00	00	02	02
Cafés maures	00	01	00	02	03
Cyber café	09	01	10	01	21
Expositions	00	00	00	01	01
Lieux de loisirs	03	01	04	01	09
Chambre familiale	09	01	14	02	26
Cour de la maison familiale	03	00	04	00	07

F.U. : Jeunes filles universitaires

G.U. : jeunes garçons universitaires

F.N.U. : Jeunes filles non universitaires

G.N.U. : Jeunes garçons non universitaires

Les lieux et espaces à l'ère du numérique de fréquentation sont nombreux mais nous les avons réduits à 10 : la bibliothèque, la médiathèque, le lieu patrimonial, les lieux de spectacles, les cafés maures, les salles d'expositions, les lieux de loisirs, la chambre familiale et la cour de la maison familiale. Ce choix a pour origine la culture arabo musulmane des Algériens par rapport à la maison familiale : l'intra domus et l'extra domus. Les statistiques sont présentes pour nous fournir des données à faire valoir dans le cadre de cette étude : 12 % choisissent les bibliothèques qui sont généralement les jeunes universitaires, sans distinction aucune de genre, 06 % préfèrent les lieux patrimoniaux, 02 % sont à l'aise dans les lieux de spectacles ; mais 04% se mettent à leur guise dans les cafés maures, un lieu fortement fréquenté uniquement par les jeunes garçons. Il est impossible de trouver en Algérie une jeune fille ou une femme attablée dans un café maure. Aujourd'hui, le cyber café est fortement fréquenté par les jeunes (25%), qu'ils soient universitaires ou non. Très rares sont les jeunes qui fréquentent les lieux d'exposition, à l'exception des jeunes garçons non universitaires qui sont dans l'une ou l'autre exposition pour une simple curiosité : 01%. Les jeunes, universitaires et non universitaires, fréquentent les lieux de loisirs dont le taux ne peut dépasser les 08 %. Une part est donnée à la maison familiale : la chambre familiale (31%) et la cour de la maison familiale (11%). La médiathèque est exclue pour tous les jeunes avec une fréquentation nulle.

Pour les jeunes filles universitaires, la médiathèque, les lieux de spectacles, les cafés maures et les expositions sont exclus puisque la fréquentation est nulle. Il reste la fréquentation des bibliothèques, du cyber café et de la chambre familiale en raison de leur statut d'universitaire : 25%. Les lieux patrimoniaux, les lieux de loisirs et la cour familiale occupent la deuxième place avec un taux de 08,33%. Les jeunes garçons universitaires ont exclu la médiathèque, les lieux patrimoniaux, les lieux de spectacles, les salles d'exposition et la cour familiale : le taux est nul. Ils accordent une préférence à la bibliothèque, les cafés maures et le cyber - café à cause de leur statut d'universitaire : 20%, taux qui représente le cinquième du taux global. La bibliothèque et le cyber café sont fortement fréquentés car les universitaires sont dans l'obligation d'effectuer des travaux de recherche pour leurs études et exposés. Le café maure devient pour ces jeunes garçons un lieu de rencontre entre amis ou camarades. Par ailleurs, ils ont une préférence pour la chambre familiale, avec un taux de 20%.

Les jeunes filles non universitaires rejettent la fréquentation des bibliothèques, des médiathèques, des lieux de spectacles, des cafés maures, des salles d'exposition puisque le taux est nul pour chaque désignation. Elles accordent généralement une importance à la fréquentation des lieux patrimoniaux, surtout les mausolées de saints patrons locaux. Il s'agit de la tradition relative à l'accompagnement des mères pour des visites pieuses aux cimetières et des lieux de sépultures des saints locaux : 06%. Le taux accordé à la fréquentation du cyber café est important : 29 %. Généralement, les jeunes filles fréquentent ces lieux pour des consultations et l'impression des recettes de cuisine et de gâteaux avec un taux de 29%. Les loisirs sont très importants pour toutes les jeunes filles. D'ailleurs, nous retrouvons le même taux pour les lieux de loisirs et la cour de la maison familiale : 12%. Dans la culture locale des jeunes filles, la fréquentation de la chambre familiale est fortement appréciée pour plusieurs raisons dont la mise à l'aise dans un coin habituel pour regarder la télévision, en raison de leur attachement aux films arabes, turcs et surtout les émissions relatives à la gastronomie, etc. A cet effet, le taux retenu est à 41%, donc presque la moitié, celle qui englobe la somme des taux accordés au cyber café (29%) et à la cour familiale (12%). Les jeunes garçons non universitaires n'accordent aucune importance à la bibliothèque, à la médiathèque, aux lieux

patrimoniaux et à la cour de la maison familiale. Le taux est nul comme pour les cas précédents. Les lieux de spectacles, les cafés maures et la chambre familiale se partagent les deux tiers du taux global puisque nous enregistrons une part égale de 22 % pour chaque désignation. Et l'autre tiers, à part égale (11,33%), est distribué entre le cyber café, les expositions et les lieux de loisirs.

Ce tableau nous renseigne sur le genre de jeunes qui fréquentent les lieux et les espaces des pratiques culturelles à l'ère du numérique. Il est à noter que les jeunes, surtout les enquêtés, présentent les marqueurs de :

- l'éloignement des lieux et des espaces des pratiques culturelles
- ils ne connaissent pas les médiathèques, en raison de leur inexistence
- Ils ignorent, généralement, les lieux des spectacles à l'exception de deux qui fréquentent avec assiduité, les activités du théâtre de verdure d'Oran où se déroulent fréquemment les activités musicales
- Les cafés maures sont fréquentés, uniquement, par les jeunes garçons puisque la gente féminine est exclue, par pudeur et respect aux parents. D'ailleurs, il n'y a pas de cafés maures exclusivement féminins en Algérie
- Ils fréquentent le cyber-café, bien que certains soient connectés à l'internet, chez eux.
- Ils ignorent la tenue des expositions, à l'exception d'un seul qui fréquente les lieux des expositions des foires
- Tous les enquêtés préfèrent rester dans leur chambre pour se connecter en utilisant uniquement le téléphone multimédia
- Très peu d'enquêtés fréquentent la cour de la maison familiale pour une connexion ou un partage avec les amis du groupe¹¹
-

L'écoute

L'écoute est représentée selon les résultats obtenus, lors de notre enquête. Le tableau qui suit est explicite pour la question qui nous intéresse.

Tableau n° 09 : répartition des pratiques culturelles à l'ère du numérique

Désignation	F.U.	G.U.	F.N.U.	G.N.U.	Total
Musique	25	08	32	08	73
Information / actualité	00	00	00	00	00
Coran	05	01	06	02	14
Ad'iyā/discours religieux	02	01	02	01	06
Total	32	10	40	11	93

F.U. : Jeunes filles universitaires

G.U. : jeunes garçons universitaires

F.N.U. : Jeunes filles non universitaires

G.N.U. : Jeunes garçons non universitaires

¹¹Les réseaux sociaux dont le Facebook.

Dans le cadre de l'écoute, nous avons pris en considération quatre champs d'écoute à savoir : la musique, l'information/ l'actualité, le Coran et les 'Ad'ya', discours religieux des musulmans. En effet, le plus grand taux de l'écoute porte sur la musique avec 79%. L'explication veut que la jeunesse soit fortement branchée dans l'écoute de la musique puisque l'observation nous a permis de relever cette même remarque : les jeunes ont les écouteurs aux oreilles. Si l'écoute du Coran est 15 %, celle des 'Ad'ya' ou discours religieux est moins importante de moitié (06%). Le taux pour l'information / l'actualité est nul : aucun intérêt n'est accordé à cette désignation, durant la période de l'enquête de terrain.

Les jeunes filles universitaires rejettent l'information/ l'actualité pour accorder plus d'importance à la musique avec 78%. Le de 22 % est distribué entre l'écoute du Coran (16%) et l'écoute des Ad'ya (06%). Les jeunes filles sont plus branchées sur l'écoute de la musique dont le taux est plus de 02 fois celui de l'écoute du religieux (le coran et les ad'ya). Les jeunes garçons universitaires connaissent la même remarque : ils n'accordent pas d'importance à l'information/ actualité (taux nul) mais à la musique avec un taux de 80%. D'ailleurs, ils accordent le même intérêt au Coran et aux ad'ya avec un taux égal à 10% pour chaque désignation.

Les jeunes filles non universitaires accordent le même intérêt à la musique (80%) et elles rejettent l'information/ actualité. Les 20% accordés au religieux sont distribués comme suit : 05% pour les Ad'ya (discours religieux) et 03 fois plus au Coran (15%). Les jeunes garçons non universitaires portent le même intérêt à la musique (73%) et ils n'accordent aucune importance à l'information/ actualité (taux nul). Par ailleurs, ils s'intéressent aux religieux avec 18 % pour l'écoute du Coran et de 09 % pour les Ad'ya (discours religieux) dans le sens où le premier est le double du second taux.

Nous relevons, selon ce tableau, quelques marqueurs qui nous permettent de faire une distinction entre les jeunes, en fonction des pratiques culturelles à l'ère du numérique :

- Nombreux (73/93) sont les jeunes qui écoutent la musique, dans sa diversité puisque chacun a ses chanteurs et musiques préférés.
- Tous les jeunes, entre universitaires et non universitaires, n'écoutent pas l'information/ actualité.
- Une nouvelle pratique culturelle s'est développée, depuis l'introduction des TICs dans les mœurs des Algériens. Il s'agit de l'écoute des versets coraniques. D'ailleurs, le nombre présente des marqueurs d'attachement à la culture musulmane, sans faire de distinction ethnique.
- Une autre pratique culturelle est similaire : l'écoute des discours religieux et ad'ya (prières et évocation d'Allah). Mais, nombreux sont les jeunes qui écoutent ces discours, signe du faire valoir l'écoute des versets coraniques, d'un attachement à la croyance et au rapprochement d'Allah, une tradition ancestrale chez tous les musulmans.

Les jeux ludiques

Les jeux ludiques¹² trouvent leur place dans cette enquête de terrain qui nous permet de faire valoir les résultats obtenus, représentés par ce tableau.

Tableau n° 10 : répartition des pratiques culturelles à l'ère du numérique (jeux ludiques)

Désignation	F.U.	G.U.	F.N.U	G.N.U.	Total
Jeux en ligne	05	07	17	08	37
Jeux vidéo	04	03	18	03	28
Non concernés	23	00	05	00	28
	32	10	40	11	93

F.U. : Jeunes filles universitaires

G.U. : jeunes garçons universitaires

F.N.U. : Jeunes filles non universitaires

G.N.U. : Jeunes garçons non universitaires

Ce tableau nous renvoie à l'observation suivante : les jeunes s'intéressent plus aux jeux en ligne avec 40% et aux jeux vidéo (30%), donc avec taux inférieur de 10% par rapport au précédent. Les non concernés sont presque du tiers avec 30 %. Les jeux concernés sont les jeux en ligne et les jeux vidéo.

Les jeunes filles universitaires s'intéressent aux jeux en ligne avec 16% et 12 % pour les jeux vidéo. Il est à noter que les non concernées occupent la première place avec un fort taux de 72%, presque les 3/4 du taux global de la catégorie. Les jeunes garçons universitaires ne reflètent aucunement l'idée d'être non concernés puisque le taux est nul. Si les jeux vidéo occupent les 30%, les jeux en ligne sont importants avec un taux qui est grand de plus de 02 fois (70%).

Les jeunes filles non universitaires se retrouvent presque avec un même taux pour l'intérêt accordé aux jeux en ligne (42%) et aux jeux vidéo (45%). Il est à noter que 13% de cette catégorie sont considérés comme non concernées. Les jeunes garçons non universitaires portent un grand intérêt aux jeux en ligne (73%) et moins aux jeux vidéo (27%). Aucun des jeunes de cette catégorie n'a pu déclarer ne pas être concerné.

Les jeux ludiques comprennent les deux jeux. Les résultats que représente ce tableau font valoir des marqueurs de distinction entre les jeunes, qu'ils soient des filles ou des garçons. Pour cette raison et comprendre la notion de jeu, il est bien recommandé de se référer au travail d'un spécialiste, en l'occurrence R. Callois (2009) A cet effet, nous avons relevé que :

- Les filles et les garçons s'attachent beaucoup aux jeux ludiques, à l'ère du numérique
- Le nombre d'enquêtés qui se prétendent non concernés par les jeux ludiques est important pour plusieurs raisons dont :

¹² Nous avons insisté sur le choix d'un seul jeu ludique. Il s'agit de celui qui est trop utilisé par nos enquêtés.

- La langue utilisée pour certains jeux
- La fainéantise¹³ mentale puisque certains se fatiguent beaucoup, lors des jeux ludiques, qu'ils soient des jeux en ligne ou des jeux vidéo
- Le problème de compréhension de la règle des jeux

Les programmes de la télévision regardés par le téléphone multimédia

Pour illustrer nos propos, nous reprenons les résultats de notre enquête, présentés comme suit :

Tableau n° 11 : répartition des pratiques culturelles à l'ère du numérique
(le programme de la télévision)

Désignation	F.U.	G.U.	F.N.U	G.N.U.	Total
Musique	03	03	10	02	18
Emissions	00	00	00	00	00
Films	29	05	25	08	67
Documentaires	00	00	00	00	00
Non concernés	00	02	05	01	08
Total	32	10	40	11	93

F.U. : Jeunes filles universitaires

G.U. : jeunes garçons universitaires

F.N.U. : Jeunes filles non universitaires

G.N.U. : Jeunes garçons non universitaires

Quatre champs, relatifs aux programmes de la télévision regardés par le téléphone multimédia, sont étudiés par ce tableau : la musique, les émissions récréatives, les films et les documentaires. Il nous a été donné de constater et d'observer que les émissions et les documentaires n'ont pas intéressé les jeunes. Le fort taux concerne les films puisqu'il a atteint les 72%. La part de la musique est de 19 %, mais les non concernés sont arrivés à 09%.

Les jeunes filles universitaires s'intéressent plus aux films (91%) qu'à la musique (09%) dans le cadre des programmes de la télévision regardés par le téléphone multimédia. Les émissions récréatives et les documentaires sont éliminés par cette catégorie d'universitaires. Les jeunes garçons universitaires révèlent trois marqueurs qui rappellent 50% pour les films. L'autre moitié est distribuée entre la musique (30%) et les non concernés (20%). Ils s'intéressent plus aux films qu'à l'écoute de la musique. Le taux est nul pour les émissions et les documentaires.

Une autre révélation : 13% des jeunes filles non universitaires sont considérées comme non concernées. Devant la télévision, elles ont plus d'intérêt à regarder un film (62%) que d'écouter une musique (25%), dans le sens de variétés musicales, soirées musicales ou des clips. Pour les jeunes garçons non universitaires, le tableau fournit des renseignements suivants : un seul (09%) se dit non concerné. Si les émissions et les documentaires sont

¹³ Il s'agit des personnes qui ne se dérangent pas pour pouvoir jouer. Ils sont assimilés à des fainéants et des moins pratiquants ou pratiquants du moindre effort.

rejetés, la musique et les films occupent une place importante avec 73 % pour les films et 18 % pour la musique.

Bien que les pratiques culturelles à l'ère du numérique soient très répandues, nous sommes arrivés à relever quelques marqueurs relatifs aux programmes de la télévision regardés par le téléphone multimédia.

- Les émissions de télévision sont ignorées pour ne pas dire éliminées par les jeunes
- Les documentaires sont, généralement, « boycottés » par les jeunes, qu'ils soient des filles ou des garçons
- Les enquêtés, considérés comme non concernés, sont peu nombreux
- La musique est appréciée par les jeunes, généralement les filles
- Les films sont les plus côtés en raison du nombre de jeunes filles qui regardent les films. Nous évoquons, en effet, l'attachement des filles aux films indous, les films syriens et les films turcs. Quant aux garçons, ils prennent du plaisir aux grands films, voire les grandes séries.

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux¹⁴ sont devenus un phénomène socioculturel, un point important de cette recherche. En effet, les résultats obtenus se présentent comme suit :

Tableau n° 12 : répartition des pratiques culturelles à l'ère du numérique

Désignation	F.U.	G.U.	F.N.U.	G.N.U.	Total
Facebook	20	08	31	07	66
Instagram	03	01	03	01	08
Viber	04	01	02	02	09
Imo	01	00	01	01	03
Non concernés	04	00	03	00	07
Total	32	10	40	11	93

F.U. : Jeunes filles universitaires

G.U. : jeunes garçons universitaires

F.N.U. : Jeunes filles non universitaires

G.N.U. : Jeunes garçons non universitaires

En général, les jeunes non concernés, selon le tableau ci-dessus, occupent la place des 07%. Les plus importants utilisateurs de Facebook (71%) sont les jeunes pour sa simplicité d'utilisation et son ancienneté par rapport aux nouveaux réseaux sociaux comme Instagram (06%), Viber (10%) et Imo (03%).

Les jeunes filles universitaires utilisent beaucoup plus Facebook (62%) qu'Instagram (09%), Viber (13%) et Imo (03%). Cette pratique dans le cadre de l'échange d'informations relatives aux cours et aux notes administratives et pédagogiques d'information. Elles ne sont que 13% qui se considèrent non concernées. Par rapport aux jeunes filles précédentes, les jeunes garçons universitaires utilisent plus le réseau Facebook (80%) et les 20% sont

¹⁴ Nous avons insisté sur le choix d'un seul réseau social. Il s'agit de celui qui est trop utilisé par nos enquêtés.

distribués à part égale entre Instagram (10%) et Viber (10%). Le taux est nul pour les non concernés et les utilisateurs d'Imo. L'explication peut être donnée par le peu de service rendu par les applications du réseau Imo.

Les jeunes filles non universitaires se montrent plus intéressées au réseau Facebook avec un taux important de 77% ; alors que pour les autres, le taux respectif est compris entre 03 et 08% : Instagram (07%), Viber (05%) et Imo (03%). Les jeunes filles non concernées sont à 08%. Et enfin, les jeunes garçons non universitaires demeurent les plus importants en nombre d'utilisateurs de Facebook avec un taux de 64%. Les utilisateurs de Viber sont de l'ordre de 18%. Ce même taux est partagé à part égale entre Instagram et Imo avec 09%. Ils ne présentent aucun marqueur de non concernés.

Devenus un moyen de communication, de diffusion, d'échange et de partage, les réseaux sociaux occupent une place qui nous intéresse pour la période actuelle, en ces circonstances⁽¹⁵⁾. En effet, nous avons relevé les quelques marqueurs tels que:

- Les usagers du Facebook sont très nombreux (66/93)
- Si les non concernés sont peu nombreux : il est à noter que les jeunes filles⁽¹⁶⁾ sont les plus hésitantes ou refusent catégoriquement l'utilisation des réseaux sociaux
- De nouveaux réseaux sociaux sont utilisés par des jeunes : Instagram, Viber et Imo
- Les utilisateurs de Viber sont plus importants que Imo et presque à égalité avec Instagram

DEVELOPPEMENT CULTUREL, ENTRE TEMPS, ESPACE ET TERRITOIRE

En termes scientifique et théorique, la culture est généralement considérée comme un levier du développement culturel, social et humain ; mais nous insistons, en effet, sur un développement pérenne, assimilé à un patrimoine durable humain où la notion de la culture et des pratiques culturelles à l'ère du numérique se disputent la première place dans un environnement socioculturel sain et sans équivoque. Dans ce registre, nous pouvons parler d'une industrie culturelle, avec ses diversités, et la notion de l'innovation créative pour les jeunes afin de pouvoir parler de pratiques culturelles, à l'ère du numérique. Avec les TICs, cette industrie culturelle touche de près la jeunesse, celle qui se trouve "accro" aux portables (bureautique et téléphonie, voire multimédias), à la maison, à l'université, dans les lieux et espaces publics (cafés maures, salons de thé, etc.)

Cette situation, nouvelle par rapport aux années de la fin du XX^e siècle, touche les lieux et espaces (publics et privés) et les territoires, qu'ils soient médinaux¹⁷(culture et pratiques culturelles médinales ou urbaines) ou ruraux. L'internet et la couverture n'épargnent aucun petit coin de l'Algérie profonde : des douars, des mechtas, des agglomérations, etc.

¹⁵Nous parlons des mouvements de contestation des Gilets Jaunes en France et du HIRAK populaire (avec moudaharasilmia et djoumou'amalyounia) en Algérie.

¹⁶ Celles qui portent le hidjab sont les plus hésitantes ou refusent catégoriquement l'utilisation des réseaux sociaux.

¹⁷ Il s'agit d'un vocable utilisé au Maghreb pour désigner « urbains ». La médina est la ville traditionnelle au Maghreb pour les uns et la ville précoloniale pour les autres.

Dans le cadre de cette étude, nous insistons sur les ambitions des jeunes, qu'ils soient universitaires ou non universitaires : elles portent sur ces pratiques culturelles, nouvelles depuis l'arrivée de la téléphonie mobile et de la parabole. Celle-ci avait envahi la société algérienne pour pouvoir entrer en tant culture dans tous les foyers algériens¹⁸.

Par développement culturel chez les jeunes, il est important de signaler que nous assimilons cette notion à celle d'un éveil culturel ou « une action éveil culturel » (Jardiné, 2005) et ceci, grâce aux avantages et services rendus par les sites de l'internet, généralisé à travers tout le territoire algérien. L'internet demeure, à notre avis, un levier du développement des pratiques culturelles à l'ère du numérique et une source d'attraction des jeunes pour faire valoir leurs ambitions culturelles.

Bien que nos jeunes soient moins intéressés par les arts contrairement à ce qui se passe en Europe¹⁹, mais vraiment impliqués dans la culture musicale, ludique et celle des films, ceux qui ont pris, une grande place dans les foyers algériens, et particulièrement chez la gent féminine : les films hindous (f-yûma el h-nûda !) et les films turcs (f-yûma ttraka !).

ENJEUX DU DEVELOPPEMENT CULTUREL CHEZ LES JEUNES

La question des enjeux du développement culturel chez les jeunes nous conduit à rejoindre Sylvie Octobre (2008), auteur d'une contribution qui nous rappelle le constat que chacun des spécialistes des sciences sociales et humaines arrive à faire valoir, dans le cadre de l'observation et l'analyse des données de cette même observation. Convaincue, cette femme-chercheuse rappelle :

« Les rapports des jeunes générations à la culture ont changé, sous l'effet conjugué d'une mutation de l'offre culturelle elle-même, de la massification scolaire et de la généralisation de l'éducation artistique, et de la massification de l'accès aux pratiques et consommations culturelles. »(Octobre, id.) Puis,

« Dire cela c'est ne faire que constater ce qu'une lecture superficielle des données de marché conforte : le secteur de la presse jeunesse est le mieux portant du champ de la presse, il en va de même de celui de l'édition jeunesse ; celui des industries créatives (jeux vidéo en tête) à destination des jeunes publics connaît des développements exponentiels ; des secteurs entiers segmentent désormais une offre « jeune », des plus marchands (téléphonie mobile par exemple) aux plus subventionnés (les offres culturelles et tarifaires des équipements culturels). » (Octobre, id.)

Dans son travail de recherche Sylvie Octobre s'intéresse de près aux mutations des rapports à la culture. D'ailleurs, la notion de la culture devient, pour nous, un champ d'intervention et d'investigation pour pouvoir expliquer les changements et les mutations, en

¹⁸ A l'époque, les pères de familles se privaient de certaines commodités pour pouvoir accéder à ce qui se passait à l'étranger : l'ouverture médiatique et les chaînes étrangères.

¹⁹ « Il présente l'ensemble de nos actions et est actualisé régulièrement. Toutes les informations concernant l'action éveil culturel y sont accessibles pour les professionnels des communes et des institutions partenaires : comptes rendus, calendrier, contenus de formation, malles de livres, expositions culturelles ludiques itinérantes... » (id.)

raisons et en causes, alors engendrées en Algérie, et ceci depuis le 05 octobre 1988. Les jeunes de cette génération ne sont plus ceux de la génération de l'avant événement 88. Les jeunes se cultivent, se politisent, s'émancipent et évoluent, progressivement, jusqu'à atteindre la génération du début de ce troisième millénaire²⁰. A cet effet, Sylvie Octobre (2008) insiste sur les marqueurs valorisés par l'expression de « mutations des rapports à la culture ». Dans ce cadre, elle ne cesse de rappeler, sans le dire, la révolution du numérique. Celle-ci reste du domaine des questionnements historiques, des interrogations sociologiques et des interpellations mémorielles :

« On ne peut comprendre le rapport des jeunes générations au champ culturel sans s'interroger sur les mutations directement ou indirectement engendrées par la révolution numérique : évolutions des pratiques et consommations, mais également évolution des représentations et positions symboliques des objets culturels. » (Octobre, 2008)

En effet, « Comprendre ces évolutions permet non seulement d'appréhender les nouveaux modes de consommations liés au numérique, mais également les modifications intervenues dans les rapports aux pratiques préexistantes (audiovisuelles notamment mais aussi pratiques savantes, lecture en tête), ainsi que les spécificités générationnelles des rapports aux pratiques et consommations culturelles. On peut ainsi décrire les mutations engendrées par le numérique autour de trois lignes de force : mutation des rapports aux objets culturels, mutation du rapport au(x) temps et importance de la dimension relationnelle (le capital social). » (Octobre, id.)

Nous insistons sur les points forts de l'esprit de diffusion, d'échange et de partage. Puis, nous rappelons quelques enjeux du développement culturel chez les jeunes :

- La diffusion rapide (Donnat, 2010) des images, de l'information, des textos, de la musique et des vidéos
- La communication effective de vive voix et par écrit (Donnat, id.)
- L'accomplissement des tâches (Donnat, id.), telles que les tâches triviales du quotidien (Donnat, id.), les tâches habituelles individuelles, les tâches rituelles personnelles. Et les tâches occasionnelles
- La numérisation des documents à savoir les articles de presse, les documents papiers, les prises de vue, les scènes de vie festive et des autres activités

IVA, UN RITUEL DU FAIRE VALOIR LA CURIOSITE DE LA D.E.P. (DIFFUSION, ECHANGE ET PARTAGE)

Par IVA, il faut entendre l'intention, la volonté et l'action. Elle nous renvoie à la théorie d'Arnold Van Gennep (1873-1957) qui rappelle les trois phases des rites qui sont connus sous l'appellation scientifique « Les rites de passage » (Van Gennep, 2011). Par le triptyque IVA, nous cherchons à donner une importance aux phases traditionnelles de la théorie de Van Gennep. Par une simple conviction, il ne peut y avoir de phases relatives aux rites de passage sans parler des phases qui les précèdent. Elles sont au nombre de trois dont la troisième n'est

²⁰ Un renvoi est nécessaire pour illustrer ces propos : les vendredis des Millénnaux populaires en Algérie (depuis le 22 février 2019).

que le passage proprement dit. Ce passage est constitué de trois phases : la séparation (le préliminaire), la marge (le liminaire) et l'agrégation (le post liminaire).

Pour être plus explicite, nous rappelons que les rites de passage sont en effet représentés par le triptyque IVA. Les phases sont au nombre de cinq : en plus de la séparation et de la marge, nous notons l'intention, la volonté et l'action de diffuser ou de partager un document numérisé. Cette définition nous conduit à passer par les trois phases habituelles des rites, définis par Van Gennep : quitter la méconnaissance du contenu du document à numériser (la phase de la séparation entre l'idée de prendre connaissance et de la possession du contenu du document), l'acquisition du document en question (la marge) et la compréhension du contenu du même document (l'agrégation) qui représente l'acquisition des connaissances et du savoir, étroitement liés aux pratiques culturelles à l'ère du numérique.

Par DEP, il faut entendre la diffusion, l'échange et le partage des informations que les jeunes font valoir dans leur communication, qu'ils soient universitaires ou autres. Il s'agit dans le cadre de cette étude des pratiques culturelles valorisées, que les jeunes renforcent par l'utilisation de la 3G. IVA contribue à valoriser une diffusion des documents numérisés et relatifs aux pratiques culturelles chez les jeunes, déjà en possession d'une technologie améliorée. A cet effet, il est important de signaler que la diffusion ne pourra, en aucun cas, être réalisée sans la conservation de ces mêmes documents. Therry Claerr et alii avaient déjà abordé le sujet de la numérisation des documents (Claerr, 2010). Cette pratique de numérisation est venue pour un meilleur emploi et un usage efficace pour la diffusion. Mais ils insistent sur les enjeux de la numérisation :

« La numérisation des données culturelles est un véritable enjeu pour la diffusion des connaissances et pour la démocratisation de la culture. Elle est aujourd'hui entrée dans les pratiques courantes des professionnels de la conservation et de la diffusion du patrimoine culturel. Sujet d'actualité, le numérique a un impact considérable sur le rôle des bibliothèques et sur l'évolution de leurs missions. » (Claerr, id.)

Pour justifier leurs propos, ils illustrent leur approche en prenant par exemple des thèmes et des sujets qui, actuellement, peuvent être associés à l'expression de nos jeunes, sans distinction. La preuve, ils rappellent que les enjeux sont multiples. En premier lieu, ils portent leur attention à la question de la préservation et de la conservation où la numérisation vient pour assurer un document de substitution. C'est le cas des téléchargements des divers documents relatifs aux pratiques culturelles que les jeunes arrivent à mettre en avant afin de pouvoir les diffuser (Claerr, id.). A titre illustratif, les résultats arrivent à rappeler l'importance de la diffusion et de la valorisation. Ils parlent de « diffusion et de valorisation d'un corpus à des fins » que nous associons à notre thème de cette contribution. Parallèlement aux pratiques culturelles, certains de nos jeunes étudiants cherchent à diffuser des documents numérisés du registre scientifique. Pour nous, il est nécessaire de porter haut les points relatifs à la diffusion et la valorisation des documents numérisés :

- « La diffusion et la valorisation d'un corpus à des fins :
- culturelles : « tourisme culturel », valorisation du territoire, création de produits multimédia, de dossiers documentaires et d'expositions virtuelles
 - scientifiques et pédagogiques :
 - diffusion de contenus comme matériau pour la recherche, en articulation avec les programmes de recherche et les nouveaux dispositifs en place dans l'Université(...)

- diffusion de la production scientifique résultant de la recherche (...). » (Claerr,id.)

A cet effet, il est nécessaire de parler, impérativement de la maîtrise des aspects techniques de numérisation (Mocellin, 2010) des documents relatifs, dans ce cadre, aux pratiques culturelles. Par la pratique et les habitudes, les jeunes deviennent expérimentés dans les formats de fichiers et leur compression (Mocellin,id.). Puis, ils s'appliquent dans la mise en forme et le choix des couleurs recherchées, sans avoir effectué une formation en la matière (Mocellin,id.).

Les médias tels que les différentes presses (audio, visuelle et audio visuelle, voire virtuelle ou numérique) ont contribué favorablement par le biais des mobiles à mettre en avant les enjeux des médias et de la culture du numérique. Les jeunes arrivent à maîtriser l'utilisation des applications du smartphone sans pouvoir donner un maximum d'explications et à rappeler les résultats obtenus et fournis dans le temps et dans l'espace. La pratique devient, aux yeux des scientifiques des sciences sociales et humaines, une formation solide en matière de consolidation des données qui servent de moyens de cultiver nos jeunes, à l'université ou hors des campus universitaires. Cette pratique est encourageante, d'une part, et un moyen privilégiant, d'autre part, une acquisition des notions, d'une terminologie populaire locale et surtout des connaissances qui peuvent intéresser plusieurs registres, en étroite relation avec les pratiques culturelles à l'ère du numérique. Grâce à la diffusion et l'échange, chacun des jeunes universitaires et non universitaires arrive à faire valoir ses attentes et satisfaire ce dont il a besoin en matière de curiosité du registre culturel d'une part et de pratiques culturelles à l'ère du numérique d'autre part. A partir d'un site, d'une transmission ou d'un partage, le jeune est en mesure d'écouter, d'entendre, de visualiser, de regarder un document numérisé qui porte sur les pratiques culturelles à cette nouvelle ère : la musique, les films, les documentaires scientifiques, les animations et les programmes que diffusent les différentes presses, mise à la disposition des jeunes. Et ceci, à partir d'un portable, qu'il soit un micro ou un téléphone multimédia. Ce jeune peut recevoir un document numérisé, comme il peut le télécharger, sans difficulté. Tels sont les avantages des TICs et des moyens disponibles pour faire valoir l'intérêt de l'usage des moyens de la communication à l'ère du numérique. A ces moyens, s'ajoute la révolution du web où les réseaux sociaux trouvent leur place respective et s'imposent par leurs fonctions et services respectifs. Ils font valoir un nombre important de branchés, de connectés et d'amis de groupe. Ils sont tous dans un statut exceptionnel : le tout reste de l'apanage du virtuel. Ces moyens sont en mesure de servir l'un ou l'autre jeune, universitaire ou non, puisqu'il s'agit de la qualité et de l'importance du service²¹. Dans ce registre, nous pouvons parler de diffusion, d'échange et surtout de partage. La notion de DEP touche l'image, la vidéo et l'écrit. Nous retrouvons les courriels qui se multiplient quotidiennement et les blogs qui se créent à tout moment de la journée.

La fonction de l'archivage vient s'impliquer dans le registre des pratiques culturelles à l'ère du numérique. Il y a deux types d'archivage, dans le contexte de notre étude : l'archivage numérique et l'archivage électronique où la pratique de la correspondance et de l'échange de courriels bat son plein pour des sujets relatifs aux pratiques culturelles chez les jeunes, à l'ère du numérique.

²¹Les services sont en fonction de la demande des jeunes et de leur satisfaction.

De ce fait, nous pouvons reprendre la notion de préservation et de conservation de documents numériques et les rappeler dans le même contexte qui nous intéresse dans cette étude.

IVA , UNE CONTRIBUTION POUR L'ENRICHISSEMENT DU BIG DATA

Avec l'intention, la volonté et l'action, chacun des usagers des TICs est en mesure d'enrichir, progressivement et continuellement, le Big Data. Notre constat, en fonction des étapes de notre démarche adoptée pour cette étude, est le suivant : vu l'importance de l'usage des TICs et l'utilisation généralisée des supports et des moyens de recherche, de conservation, d'archivage²², de protection, de diffusion, d'échange et de partage, nous nous retrouvons devant un autre phénomène, communément appelé Big Data. L'ensemble des applications contribue, fortement, aux fonctionnalités de toutes les applications et services, mises à la disposition des usagers de l'internet.

Avec IVA, nous entrons dans le cadre de la mise en avant des enjeux du multimédia et du numérique, valorisant les pratiques culturelles, à l'ère du numérique. Par une transmission, une diffusion, un échange et un partage, chacun de nous contribue, efficacement, à l'enrichissement de ce géant appelé, par les spécialistes des sciences sociales et humaines, Big Data. L'archivage joue pleinement son rôle dans la conservation des documents numériques relatifs aux pratiques culturelles, à l'ère du numérique :

« L'archivage numérique doit garantir :

- L'intégrité des données : il ne doit y avoir aucune altération ou modification (sauf autorisation) des informations
- La traçabilité : on doit pouvoir remonter à l'origine des documents, à leur auteur par exemple
- La pérennité des informations : ce qui implique notamment leur conservation sur des supports actualisés, car certains formats ou supports peuvent disparaître rapidement
- L'accès aux informations : aux personnes autorisées uniquement (confidentialité) et de façon ergonomique. Le stockage doit donc être sécurisé et doté d'un système de classification et de recherche efficace. » (Archivage numérique.fr)

Certaines sources parlent de l'expression de pouvoir assurer et pérenniser « la conservation du Big Data » (Archivage numérique, id.). La conservation pose question, depuis quelques temps, pour en rappeler son futur pour les uns et son avenir pour les autres spécialistes en la matière. Il s'agit de la protection des données, qu'elles soient électroniques ou numériques. Cette protection est assurée par des géants tels Yahoo, Google, etc. Chacun de ces géants a une part dans le cadre du Big Data enrichi :

22« Un document est un ensemble d'informations réunies sur un support (numérique ou papier) et qui correspondent à l'interprétation de données brutes. L'archivage a pour objectif de compiler et conserver des documents, de garantir la pérennité des données et leur authenticité (selon la norme iso 15489). L'archivage électronique est donc la partie de l'archivage qui s'intéresse à la conservation électronique de ces informations, mais également à leur accessibilité. Les archives numériques sont constituées de documents d'origine numérique comme les emails, les fichiers issus de logiciels bureautiques (word, excel...), les informations échangées sous forme de base de données... mais également des dossiers papiers numérisés. »(Archivage – numérique. Fr)

« L'expression "**big data**" désigne un ensemble considérable de données, dont l'analyse algorithmique permet d'obtenir des informations prédictives ou en tout cas précieuses. En effet, ces bases de données gigantesques sont considérées comme l'or du 21ème siècle (125 milliards d'euros d'investissement dans ce secteur en 2017). La capacité à exploiter ces « datas » pour prendre des décisions s'avère stratégique. » (Archivage numérique, id.)

Par ailleurs, « le big data peut même représenter le principal outil de travail ou la matière première de certaines entreprises, comme celles travaillant dans le secteur du webmarketing ou du e-commerce, mais également pour la recherche scientifique et médicale. C'est pourquoi il est important de s'équiper d'une solution dédiée qui assurera la conservation sécurisée de ces mégadonnées ainsi qu'une bonne gouvernance de vos informations. » (Archivage numérique, id.).

CONCLUSION

Il s'agit, par conséquent, d'un défi de connaissances et de leur importance, réellement observable, que les individus, qu'ils soient chercheurs dans une discipline quelconque ou simples utilisateurs du multimédia, peuvent constater de visu. Ce phénomène constitue réellement, un défi (Donnat, 2010) dans le cadre d'une comparaison qui met en rapport les deux approches que connaît le scientifique : l'approche des pratiques culturelles traditionnelles et les pratiques culturelles à l'ère du numérique.

D'ailleurs, cette génération, celle des moins de trente ans, est née avec les TICs, tant sur le terrain et dans l'espace ou territoire que dans le temps. Sur la base d'un constat, de visu, nous avons pu observer un bébé de 18 mois manipuler sans difficultés les touches du mobile de sa mère et celles de l'ordinateur de son père, pour regarder les vidéos pour enfants. C'est la génération de la 3G qui s'impose, par le temps et dans le territoire. Les enjeux demeurent valorisés, dans un registre culturel, comme d'un autre tel que le registre scientifique (Claerr, 2010).

Les hypothèses, en étroite relation avec les différents questionnements de la problématique, ont été vérifiées. Dans ce cadre, nous pouvons avancer l'idée d'une analyse des résultats qui permettent de faire valoir la participation massive des jeunes au Big Data (²³), enrichi de jour en jour. Ce thème reste un objet de recherche pour effectuer une étude qui porte essentiellement sur l'usage de l'internet et le Big Data, une question de grande portée scientifique, tant au niveau local qu'international.

23 Nous travaillons, actuellement, sur la société et le Big Data dans le cadre d'une équipe scientifique d'une revue électronique.

BIBLIOGRAPHIE

- Beaud M. (1999). L'art de la thèse. Alger, La Casbah.
- Berteaux D. (2010). L'enquête et ses méthodes. Le récit de vie. Paris, Armand Colin
- Blanchet A. et Gotman A. (2010). L'enquête et ses méthodes. L'entretien. Paris, Armand Colin
- Caillois R. (2009). Les jeux et les hommes. Paris, Gallimard
- Claerr (Théry et al.) (2010) Mode d'emploi, in Numériser et mettre en ligne, Villeurbanne, Presses de l'enssib, 2010, in [http:// books.openedition.org](http://books.openedition.org), pp.7-18
- Copans J. (2005). L'enquête et ses méthodes. L'enquête ethnologique de terrain. Paris, Armand Colin.
- Durkheim E. (2008). Les règles de la méthode sociologique. Paris, Champs- Flammarion.
- Dutant J. (2010). Qu'est ce que la connaissance? Paris, L.P.Vrin.
- Donnat O (2010), Les pratiques culturelles à l'ère du numérique, *In L'Observatoire*, n° 07 de l'année 2010/02, pp.18-24
- Id. (2011), Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamique générationnelle et pesanteurs sociales, *In Culture Etudes*, année 2011/07, n°07. pp.1-36
- Guenau, M. (mai, 2016 a), « Le musée et les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication: E.D.E.N., principes et enjeux ». Communication présentée au colloque national intitulé *المتحف في زمن الرقمنة : واقع و افاق مستقبلية* Organisé par le musée National du Patrimoine musulman, Tlemcen 15 mai 2014.
- Id. (mai , 2016 b) « Les Techniques de l'Utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et la sauvegarde du patrimoine immatériel : l'exemple de l'I.D.A.U. et de l'E.D.E.N. ». Communication présentée au Séminaire national organisé par le Laboratoire Anthropologie des religions et leur comparaison, Université Abou Bekr Belkaïd Tlemcen mai 2014)
- Id. (2011), « Web révolution : origines et conséquences » , *In Communication – Développement* n° 03 – 2011, Beyrouth (Liban), pp.119-141
- Goffman E, (1974), Les Rites d'interaction, Paris, éditions Minuit.
- Hall E.T. (1978). La dimension cachée .Paris, Le Seuil.
- Jardiné M (2005), 1990-2005, l'éveil culturel des jeunes enfants... et des adultes. Une dynamique partenariale et de réseau. Une initiative partenariale, une démarche partenariale, une action partenariale, *In Spirale*, année 2005-03, n° 35, pp.73-83

Mocellin (Cathérine), (2010) « Maitriser les aspects techniques de la numérisation », in Numériser et mettre en ligne. pp.20-43

Octobre S. (2008). Les horizons culturels des jeunes, In Revue française de pédagogie, année 2008, n°163, pp.27-38

Paquot T. (2009).L'espace public. Paris, La Découverte.

Savarese E. (2006).Méthodes des sciences sociales. Paris Ellipses.

Singly F (2006).L'enquête et ses méthodes. Le questionnaire. Paris, Armand Colin.

Van Gennep A.(2011), les rites de passage. Paris : Ed. Picard

Winkin Y. (2001).Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain. Paris, De Boek et Larcier S.A./Ed.Seuil.

Archivage – numérique. Fr

[http:// books.openedition.org](http://books.openedition.org)

[https:// www.carn -info](https://www.carn-info)

Informateur

Mohammed.N., un de nos informateurs (Oran)

Mourad.F., un de nos informateurs (Oran)

Brahim.N. un de nos informateurs (Mostaganem).

