



L'Algérie profonde et ses espérances : Plus que jamais s'adresser à la jeunesse

Par [Chems Eddine Chitour](#)

Mondialisation.ca, 05 avril 2021

Thème: [Histoire, société et culture](#)

Analyses: [LE MAGHREB](#)

«*La jeunesse attire les démagogues comme le miel attire les mouches.*» André Malraux

Devant la dure réalité du monde, il peut être utile de planter le décor sur le monde actuel caractérisé globalement par *la guerre de tous contre tous* au fur et à mesure que les ressources s'amenuisent, que les changements climatiques deviennent de plus en plus dévastateurs mais aussi avec le dernier venu des cavaliers de l'*Apocalypse*, le Covid-19 qui, à lui seul comme virus, a pu mettre en confinement la planète. Il est devenu d'usage d'admettre dans la plus pure tradition de la fatalité que la civilisation est ce qu'elle est et qu'il faut s'adapter ou périr. Il en va ainsi de tous les *ismes* qui ont malmené la condition humaine à travers le siècle, notamment précédent et l'espace.

En son temps, Jean-François Léotard avait fait l'inventaire de tous les récits de légitimité (communisme, fascisme, nazisme... libéralisme) et comme épouvantail l'islamisme imposés par les puissants aux peuples. Parmi tous ces « ismes », le capitalisme triomphant après la chute du communisme pensait pouvoir formater la planète pour mille ans. Souvenons-nous de La fin de l'histoire de Francis Fukuyama pour qui le modèle américain de néolibéralisme devait amener la prospérité et la démocratie « aéroportée » et les lumières droites de l'Homme au reste du monde au besoin éclairé par le napalm...

On le sait, le Programme américain pour un nouveau siècle (Pnac) avait, justement, pour objectif de réaffirmer le leadership définitif de l'hyper-puissance américaine d'un Satan de rechange. Ce sera l'Islam(isme). Rien ne s'opposera ni à l'intérieur ni à l'extérieur à la tentation d'Empire et à la nouvelle religion le money-theisme.

Le capitalisme, le néolibéralisme, la mondialisation ont besoin de crises pour formater durablement le monde. Des institutions seront mises en place pour gouverner le monde, à la place des anciennes. D'abord, ce seront les deux grandes banques, celle qui « ajuste », structurellement les économies vulnérables le FMI, et la Banque mondiale ». C'est ensuite le commerce confié à l'OMC. Il faut aussi mettre au pas les récalcitrants, soit par le soft power de la Cour pénale internationale pour juger les faibles, ou le hard power de l'Otan et enfin le formatage des esprits, qui est confié à internet, et à l'addiction volontaire aux nouveaux réseaux sociaux véritable pain bénit pour tous les agitateurs offshores embusqués confortablement derrière leur portable et donnant les mots d'ordre pour créer l'anomie dans les pays vulnérables.(1)

Il n'est que de voir comment le néolibéralisme tente en vain de rebondir en parlant de reset de réinitialisation post-covid. Sous des dehors humanistes du « plus rien ne sera jamais comme avant » c'est en fait un redéploiement du monde néolibéral pour garder toujours la

main. Nous allons justement traiter dans ce qui suit de la fabrique du consentement par les médias et la publicité sur tous les supports au premier rang desquels les réseaux sociaux jouent un rôle capital dans la « panurgisation » des peuples faibles et dont le récit historique peine à être consolidé.

La fabrique du consentement

Nous distinguerons deux types d'influence celle concernant les peuples en général dans leur dimension consommation et l'autre celles relatives exclusivement aux peuples faibles, que nous allons aussi traiter celle plus dangereuse, la tentation de suivre les hauts parleurs idéologiques décrits si bien dans le Rapport Lugano qui postule : « Les peuples faibles doivent passer leur temps à chercher leurs racines et leur projet de société au lieu de se mettre à la dure bataille du travail .»

Dans cette lutte féroce pour vendre à tout prix, les firmes multinationales ne manquent pas d'imagination. Elles faisaient appel aux techniques antédiluviennes de la réclame puis de la publicité classique. Elles s'attaquent maintenant au cerveau et créent un besoin. « Comment les grandes marques influent sur nos cerveaux. Tellement brutale mais tellement vraie, la sortie de Patrick Le Lay, alors P-dg de TF1, avait fait grand bruit : il n'imaginait sûrement pas à quel point ce rapprochement entre cerveau et grandes enseignes commerciales était pertinent et profond.. « Pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible. »(2)

Par rapport à cette situation, Dany-Robert Dufour propose un droit de retrait des citoyens de la société devenue perverse (...) car poussant à toujours plus de compétition, de performance, pour plus d'argent afin de participer à l'idéal de la grande addiction consumériste. Il dénonce aussi la naturalisation généralisée, la perte des repères et interdits culturels, la réduction des individus à leur fonctionnement pulsionnel. »(3)

Les dégâts du néolibéralisme : Tous contre la morale

Dans le même ordre, un exemple dans la bataille âpre pour vendre des vaccins, c'est la guerre au sein même du néolibéralisme entre les groupes pharmaceutiques. Naturellement le vaccin russe Spoutnik V est diabolisé et interdiction est faite aux pays occidentaux de prendre langue avec les Russes. Cependant les premières brèches nous montrent que le consensus mou vole en éclats quand il s'agit de la défense ultime des intérêts du pays. Cela a commencé avec les pays de l'Est intégrés à l'Europe qui optent pour le vaccin russe. La situation sanitaire est telle que l'Europe est sommée d'ouvrir l'embargo. Madame Merkel annonce qu'elle importera le vaccin russe si l'Europe autorise cela. Le manque de morale a été mis en évidence dans cette pandémie de la guerre de tous contre tous. Nous l'avons vu avec le rapt des masques destinés à un pays dans un aéroport européen par un autre pays au nom du droit de la force. C'est encore plus tragique s'agissant des vaccins censés sauver l'humanité.

Comme l'écrit Frederic Pierru à ce propos : « Bien qu'elles aient mis au point les vaccins anti-Covid-19 avec des flots d'argent public, les compagnies pharmaceutiques les vendent aux plus offrants. On se souvient du déluge de bonnes intentions formulées lors du confinement du printemps 2020. Dans la société généreusement refondée qui allait suivre,

les vaccins devraient être des « biens publics mondiaux ». En novembre, encore, M. Emmanuel Macron s'interrogeait gravement : « Serons-nous prêts, lorsqu'un premier vaccin [contre le Covid-19] sera mis sur le marché, à en garantir l'accès à l'échelle planétaire et à éviter à tout prix le scénario d'un monde "à deux vitesses", où seuls les plus riches pourraient se protéger du virus et reprendre une vie normale ? » Mais les promesses sont restées des vœux pieux.

Le 18 janvier 2021, le directeur général de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), M. Tedros Adhanom Ghebreyesus, dressait ce constat accablant : « Plus de trente-neuf millions de doses de vaccin ont maintenant été administrées dans au moins quarante-neuf pays à revenu élevé. Seulement vingt-cinq doses ont été administrées dans un des pays aux revenus les plus faibles. Pas vingt-cinq millions ; pas vingt-cinq mille ; seulement vingt-cinq. » Il évoquait la probabilité d'un « échec moral catastrophique ». Pourtant, à l'initiative de l'OMS, deux instruments avaient été mis en place pour traduire dans les faits cet élan de solidarité internationale. L'objectif affiché était très ambitieux : fournir deux milliards de doses d'ici à la fin 2021 »(4)

Justement, pour le philosophe Dany Robert Dufour, l'échange marchand généralisé et libéralisé détruit ou dérégule les autres « économies » : l'économie discursive (échange du sens, des idées), l'économie sociale (donner, recevoir, rendre) et l'économie psychique (la limitation pulsionnelle, l'altruisme). (...) Ainsi poursuit le philosophe, ment-on effrontément aux autres, ceux qui vivent hors des démocraties libérales, lorsqu'on leur dit qu'on vient – avec quelques gadgets en guise de cadeaux, ou les armes à la main en cas de refus – leur apporter la liberté individuelle alors qu'on vise avant tout à les faire entrer dans le grand troupeau des consommateurs. Mais quelle est la nécessité de ce mensonge ? La réponse est simple. Il faut que chacun se dirige librement vers les marchandises que le bon système de production capitaliste fabrique pour lui. « Librement » car, forcé, il résisterait. La contrainte permanente à consommer doit être constamment accompagnée d'un discours de liberté, fausse liberté bien sûr, entendue comme permettant de faire « tout ce qu'on veut ».(5)

« Bernard Stiegler, dans un vif petit livre à propos de la télévision- qui semble être anti-déluvien devant le tsunami multidimensionnel des sources d'information- et de la misère symbolique, indique que « (l'audiovisuel) engendre des comportements grégaires et non, contrairement à une légende, des comportements individuels. Dire que nous vivons dans une société individualiste est un mensonge patent, un leurre extraordinairement faux (...). Nous vivons dans une société-troupeau, comme le comprit et l'anticipa Nietzsche. »(5)

« La famille en question serait donc en fait un « troupeau », qu'il ne s'agirait plus que de conduire là où l'on veut qu'il aille s'abreuver et se nourrir, c'est-à-dire vers des sources et des ressources clairement désignées.(...) À la liste des gardiens du troupeau avancée par Kant – le mauvais prince, l'officier, le percepteur, le prêtre, qui disent : « Ne pensez pas ! Obéissez ! Payez ! Croyez ! » —, il convient évidemment d'ajouter aujourd'hui le marchand, aidé du publicitaire, ordonnant au troupeau de consommateurs : « Ne pensez pas ! Dépensez ! »(5)

L'autre pendant dangereux de la publicité est la propagande dont on connaît les ravages. « La propagande écrit le sociolinguiste Noam Chomsky est aux démocraties ce que la violence est aux dictatures ». Dans leur ouvrage La fabrique du consentement, Noam Chomsky et Edward Herman nous donnent une analyse très éclairante du fonctionnement des médias aux États-Unis, mais parfaitement transposable en France. Les pouvoirs qui possèdent les médias, les financent par le biais de la publicité, définissent l'information a

priori puis produisent tant les contre-feux que les experts sur mesure nous semblent être au cœur de la production de l'idéologie dominante. »(6)

Analogie avec notre société

Les travers ci-dessus énumérés et qui trouvent leur application en Algérie notamment du fait que nous sommes des « consommateurs » sous influence, qui véritablement ne développent pas dans la grande majorité, cet esprit critique qui permet une grille de lecture objective et salvatrice. Curieusement, c'est peut-être au sein de l'Algérie profonde que *le bon sens paysan* permet de connaître les vrais enjeux. Ce qui, d'une certaine façon, rassure que l'Algérie résistera aux vents mauvais offshore qui soufflent par réseaux sociaux interposés.

Justement, il est difficile de connaître les grandes questions qui agitent la société en présence d'une cacophonie entretenue par les hauts parleurs idéologiques. De ce fait, il est très difficile de connaître les dynamiques profondes du fonctionnement du conscient et de l'inconscient des jeunes et ceci en l'absence de mesure fiable des comportements de masse en termes de tendance. De plus, il est plus que jamais temps d'expliquer que les comportements que nous constatons ne sont pas monolithiques, ce sont les mots d'ordre pas compliqués qui emportent l'adhésion du plus grand nombre. Sans lecture critique du contenu de ces slogans. Un mot d'ordre comme *Yatnahaoue ga3e* très mobilisateur, s'il avait une quelconque pertinence la première année qui a vu justement l'assainissement de la scène politique, n'a plus de pertinence objective deux ans après. Mieux encore, pour garder la population toujours en ébullition on constate que par petites touches, « on s'en prend » à la colonne vertébrale du pays qui, faut il le rappeler, est constituée pour la grande majorité d'universitaires soucieux de leur rôle et loin des tares qu'on leur colle. Et pourtant, il y a deux ans, c'était «*El Djeïch - chaâb khaoua khaoua* »! Il y a une véritable anamnèse à faire pour voir en fait quel est l'agenda offshore qui meut ces idéologues qui, pour la plupart, ont leur vie active derrière eux et c'est de fait, cela qui leur fait croire à une sorte d'impunité, maintenant qu'ils n'ont plus rien à perdre. Ils sont socialement à l'abri.

On comprend dès lors, « l'investissement « intellectuel » avec chaque fois un nouveau slogan simple mais qui doit faire mouche dans l'imaginaire des jeunes en errance. On n'est donc pas étonné de ce travail de sape dans la durée cette spontanéité de l'apparition de hauts-parleurs idéologiques jaillis de nulle part que Facebook plébiscite. Le peuple, surtout les jeunes, semble sensible à des « bergers » qui le poussent aux dernières extrémités. Cela nous rappelle les révolutions colorées et les révolutions arabes où on s'aperçoit que les meneurs, les porte-voix appelés aussi les influenceurs qui captent les imaginaires des jeunes, ont, à des degrés divers, des relations avec l'extérieur qui les guide d'une façon multiforme.

Pour rappel, les quelques mois qui ont suivi Octobre 1988, où l'exubérance des idées donnait l'illusion à l'Algérienne et à l'Algérien qu'ils étaient définitivement libres. Cruelle erreur, s'il en est ! Nous avons alors mis le cap inexorablement sur l'irrationnel et nous en avons pris pour 10 ans. Nous en avons pris, ensuite, pour 20 ans de hogra (mépris) et de rapine avec le système précédent. Même peuple même système, mêmes méthodes, sauf que, cette fois-ci, l'internet et les réseaux sociaux sont d'un apport indéniable pour le meilleur et pour le pire...

Au risque d'être traité d'avoir recours à la théorie du complot, c'est un fait, on sait que les stratégies des officines occidentales est de faire ou de défaire des États en s'appuyant sur

tout un tas d'instruments. Si on devait faire l'archéologie de ce mouvement, en apparence spontané, il faut avoir en tête les études sur la psychologie des foules qui datent de plus d'un siècle. L'étude suivante qui nous paraît répondre à beaucoup de questions mérite d'être résumée dans ces grandes lignes, elle relate les travaux du docteur Gustave Lebon qui décrivait déjà en 1895 ce phénomène panurgien. «(...) Les sociétés qui émergeront du chaos, écrit Le Bon, devront compter avec une puissance à son époque nouvelle : les foules. (...) Peu aptes au raisonnement, les foules sont en revanche très capables d'action. Leur pensée simple adhère à des dogmes idéologiques qui prendront très vite le même caractère contraignant que les anciennes croyances religieuses. (...) Les foules n'ont de pouvoir que pour détruire. (...) Il existe, cependant, une mesure de prévention possible : que le pouvoir connaisse la psychologie des foules, afin de pouvoir les manipuler au lieu de se laisser mener par elles. C'est que les foules sont incapables d'avoir des opinions quelconques, en dehors de celles qui leur sont suggérées. Les foules ne fonctionnent qu'à l'instinct, en fonction de l'émotion. C'est à leur cœur et à leurs tripes qu'il faut parler : alors, si leurs instincts ont été correctement manipulés, elles iront spontanément dans le sens voulu par le système de pensée du prince. D'où l'intérêt d'une psychologie des foules.»(7)

« Une foule psychologique poursuit le docteur Lebon est parcourue de phénomènes de contagion mentale. Une foule psychologique révèle la profonde suggestibilité des individus. Elle fascine ceux qui en font partie, au point que leur esprit cesse de se percevoir lui-même comme autonome à l'égard du collectif (...) il est en revanche difficile de contrôler les conséquences des manipulations, parce que l'esprit des foules est très mobile. Il est donc à la fois facile et dangereux de manipuler la foule, d'autant qu'elle supporte mal l'existence d'un obstacle entre son désir et l'objet de son désir. C'est un enfant capricieux. Il faut donc manipuler les foules, mais attention, on doit bien connaître leur mode d'emploi.» Ce mode d'emploi, Le Bon le dessine dans ses grandes lignes. «Les foules, nous dit Le Bon, sont crédules. Il suffit de faire percevoir à une partie d'une foule les faits sous un certain angle pour que toute la foule adopte cet angle (...) Dans ces conditions, il est conseillé de manipuler les foules en leur proposant des idées simples, voire simplistes. Il ne faut pas leur demander de soutenir une réflexion approfondie : elles en sont incapables. Ce qu'elles demandent, ce sont des mots d'ordre. C'est pourquoi il est non seulement contre-productif, mais même dangereux d'argumenter rationnellement devant une foule. La foule croit avec passion, elle ne supporte pas la contradiction, et peut se montrer violente envers quiconque déstabilise son socle de croyances naïves.»(7)

Le magique et l'irrationnel comme carburant des mouvements de foule

« La foule, poursuit le docteur Gustave Lebon, va plus particulièrement se focaliser sur des détails merveilleux. Comme un enfant, elle ne retiendra d'un discours que les deux ou trois images qui auront frappé son imagination immature (...) » La foule ne peut raisonner qu'en termes religieux. La philosophie lui est inaccessible, la science lui reste hermétique. Ne pouvant critiquer, la foule ne sait qu'adorer. Il lui faut un être supérieur à qui se soumettre. Et par nature, de ce fait, la foule est fanatique : quand on ignore la critique et aime à se soumettre à un discours simple, on est condamné au fanatisme. C'est toujours le sentiment religieux qui permet de mobiliser la foule, de lui impulser une direction donnée. Pour Le Bon, « l'Histoire est faite par les personnalités qui parviennent à modifier le mental des foules dans des dynamiques religieuses. »(7)

Qu'en est-il des meneurs des foules qui doivent être bien «choisis » ? « Qui sait les illusionner est aisément leur maître ; qui tente de les désillusionner est toujours leur victime. La constitution mentale rudimentaire des foules les dispense de toute forme de

raisonnement logique. L'irritabilité et l'impulsivité caractérisant la dynamique des foules les rendent incapables d'autodiscipline, chaotiques et anarchiques sans un «leader» fédérateur personnifiant les idées et les aspirations du groupe. Pour discréditer un homme politique auprès de l'opinion publique, il n'y a pas mieux que le lynchage médiatique où les mêmes propos diabolisants sont reproduits inlassablement. »(8)

« Une foule conclut, Le Bon, adore facilement un maître rude, qui lui propose une vision du monde simple et cruelle. Toujours prête à se révolter contre une autorité faible, même juste, la foule se courbe devant une autorité forte, même injuste. La foule est un géant à l'âme enfantine, qui se cherche un maître pour le conduire. Pour diriger les foules dans la direction voulue, il faut des meneurs de foule qui leur parlent leur langage. Tout l'art de conduire la foule est de glisser le contenu-message dans le contenant-image, sans altérer l'image que la foule adore, et donc si possible en faisant du contenant le contenu. Il prône l'usage de l'illusion, comme moyen de parler au cœur de la foule, et dénonce la Raison comme inopérante dans la conduite des masses (...) C'est pourquoi le meneur ne démontre pas, il affirme. Il n'approfondit pas, il répète. Il ne persuade pas, il contamine. Sa capacité d'influence ne résulte pas de son discours lui-même, mais du prestige dont il se pare.»(7)

Ce mode opératoire témoigne ainsi de l'existence de groupes cyberactivistes formés par des officines d'«exportation de la démocratie» ou voulant à tout prix imposer un projet de société moyenâgeux quitte à emprunter la voie de la pseudo-démocratie pour mobiliser contre le pouvoir quitte aussi à régler le compte par la suite aux naïfs qui ont cru à leurs idées Comme ce fut avec le cas avec le premier ministre iranien Bani Sadr qui eut plus de chance en s'exilant que son ministre des Affaires étrangères ...

Nous ne sommes donc pas une exception, il n'y a pas de spontanéité et on ne peut exclure une manipulation de grande ampleur qui a été les premiers mois dans le sens de la belle révolution tranquille de la vague populaire avant qu'elle ne soit déviée dangereusement. Comment alors connaître d'une façon préventive les attentes réelles des jeunes ? Comment séparer l'essentiel légitime des revendications de l'arbitraire sur-rajoutée d'une façon irrationnelle du fait justement de comportement de masse ?

Malgré tout il n'en demeure pas moins qu'il y a une attente. La jeunesse est inquiète pour son avenir. Il est nécessaire de dialoguer en permanence et donner à la jeunesse la conviction qu'elle fait partie de la solution à chercher pour résoudre ses problèmes sans en référer à des jugements définitifs à l'emporte pièce qui font retarder l'avènement d'une société juste où chacun sera évalué à l'aune de ce qu'il sait faire et de sa valeur ajoutée indépendamment de tout les « ismes » (népotismes, régionalismes, ...) qui ont tant fait de mal à la jeunesse

Comment se faire une opinion et prendre le vrai pouls de la société ?

Il vient qu'il nous fait *observer* d'une façon scientifique les attentes et être se faisant au plus près de l'opinion publique ? Ce que l'on appelle l'opinion publique désigne l'ensemble des convictions et des valeurs, des jugements, des préjugés et des croyances plus ou moins partagés par la population d'une société donnée. De même qu'une opinion se caractérise par son aspect normatif et se différencie de l'esprit critique (marqué, lui, par le questionnement, l'argumentation, l'approche contradictoire et le souci d'approcher une certaine vérité), l'opinion publique peut parfois être construite sur des avis tranchés, des émotions, des informations non vérifiées pouvant se révéler fausses, qu'elles soient véhiculées intentionnellement ou non. L'ensemble des sociologues s'accordent sur l'idée

que ce n'est qu'au XXe siècle, avec l'apparition des médias de masse, qu'il est légitime de parler de « société de masse » et d'« opinion publique ». Ils démontrent également combien celle-ci est manipulable par des techniques de propagande, de *fake news* qui font suite aux régimes totalitaires que nous avons connus .»(9)

Dans ce que la doxa occidentale des régimes dit démocratiques, différents « procédés » permettent selon l'angle d'attaque . « La propagande vise aussi essentiellement à influencer sur les choix politiques. Plus largement, et dès lors que l'idéologie dominante est le capitalisme, la publicité est considérée comme une forme de propagande visant à façonner les comportements et les styles de vie dans le sens du consumérisme. (...) Ce débat est relancé au XXIe siècle, quand, avec internet, les individus ne sont plus seulement « consommateurs » mais « producteurs » de médias et que, n'étant soumis à aucune déontologie, à la différence des journalistes, un certain nombre d'entre eux en viennent à répandre des quantités de *fake news* sur les réseaux sociaux » (9).

« L'opinion publique a pris diverses formes au cours de l'Histoire et les gouvernants ont cherché, bien avant l'apparition des sondages, à la connaître, à l'orienter ou à la contrôler. C'est avec le développement des techniques de sondage que l'opinion publique et sa mesure s'imposent véritablement comme une forme de connaissance du monde social et un instrument indispensable à l'exercice des démocraties. On se réfère à l'opinion publique pour promouvoir des biens commerciaux ou des services marchands, défendre des idées ou, au contraire, combattre ses adversaires politiques. L'opinion publique est un moyen d'accéder à une forme de connaissance du monde social. La volonté de saisir l'opinion publique a donc une longue histoire, bien antérieure aux techniques dites « scientifiques », qui vont voir le jour au cours de la première moitié du XXe siècle. Dans les années 1850, aux États-Unis, va se développer une méthode visant à prédire les résultats électoraux. Cette technique voit cependant son hégémonie prendre fin en 1936, à l'occasion des élections présidentielles. La revue *Literary Digest* réalise alors un vote de paille en envoyant vingt millions de bulletins et prévoit la victoire de Landon sur Roosevelt. De son côté, un certain George Gallup, avec son institut, prédit l'élection de Roosevelt à 56% à partir d'un échantillon plus rigoureusement constitué, mais de quelques milliers de personnes seulement. L'Histoire retiendra en effet George Horace Gallup (1901-1984) comme le père fondateur des sondages ».(10)

L'aide à la prise de décision

Du côté du monde universitaire, c'est d'abord la science politique qui va s'approprier l'outil d'analyse, y voyant un moyen de défendre statistiquement ses thèses sur les opinions. La sociologie montrera, quant à elle, davantage de réticences à l'utilisation des sondages les sociologues les plus influents s'opposent à l'utilisation des données d'opinion, influencés à la fois par la pensée de Durkheim, qui considère que l'on ne peut saisir la conscience collective en effectuant la somme des consciences individuelles, et par celle de Karl Marx, qui affirme que la conscience est déterminée par les conditions matérielles d'existence et que ce sont donc bien ces dernières qu'il faut étudier. Le secteur connaît de très fortes mutations, notamment grâce au développement d'internet. Au cours de ce mouvement d'explosion du nombre d'études réalisées par internet, certaines entreprises se sont spécialisées dans la constitution de « panels », c'est-à-dire d'un « fichier » de personnes rapidement mobilisables pour répondre à des sondages. Depuis peu, de nouveaux acteurs sont venus concurrencer le sondage. Il s'agit des entreprises dites de « web listening », « web intelligence » ou encore « *social media listening* ». Grâce aux technologies utilisées, on peut passer d'une logique de représentativité (sonder un échantillon de la population) à une

logique d'exhaustivité (examiner l'ensemble des publications sur un sujet).(10)

Conclusion

Toute l'intelligence des Algériennes et des Algériens et d'aller vers ce qui nous unit, maintenant que nous sommes libérés de la »issaba qui a fait tant de mal au pays en « fabriquant » des nihilistes. Nous devons ensemble être en éveil , déjouer les complots, et faire de cette révolution tranquille du 22 février 2019 un réel nouveau départ d'une république démocratique où les libertés sont gravées dans le marbre et où compte la seule valeur ajoutée de chacun à l'édification de l'État, en dehors de tout népotisme, régionalisme et imposer par la force un projet de société clivant

Nous devons plus que jamais faire émerger une jeunesse éduquée capable de prendre en main les destinées du pays. Il serait tragique de confier le pays à des agitateurs professionnels qui, en dehors des 200 mots de la langue de bois qui n'ont pas cours dans le monde actuel sans pitié ou il n'y a ni «accabya », ni « Oumma », ni encore moins une lointaine parenté culturelle avec une langue. Seule comptera le désir d'être ensemble de millions d'Algérien(ne)s bien dans leurs identités , dans leur fond rocheux d'un Islam des Lumières qui guide la quête spirituelle de chacun laissant à la république vaquer avec ses lois à la marche temporelle du pays Nous devons de ce fait tout faire pour que l'Algérie soit un pays développé qui garde ses repères identitaires et religieux, mais qui est tourné vers l'avenir et qui est fasciné par la modernité.

Ce qui comptera, ce sera l'efficacité, la résilience et la capacité à anticiper l'avenir dans un monde où on ne gère plus à la petite semaine avec des slogans du siècle dernier, à savoir que nous sommes des génies. Nous sommes un petit peuple ni meilleur ni pire, c'est à nous de grandir en faisant émerger les nouvelles légitimités du XXIe siècle, celles du neurone, du travail bien fait, de la sueur des nuits blanches pour qu'au bout du compte, on nous respectera pour notre valeur ajoutée à la civilisation universelle. Il faut bannir la démagogie et la langue de bois, et là l'Algérie n'a pas besoin de remueurs de foules, ou de hauts-parleurs idéologiques qui n'apportent pas de valeur ajoutée à la situation délicate que nous vivons. Gageons qu'ils ne seront pas là pour aider le pays à sortir de la situation très délicate dans laquelle nous sommes. Ils se découvriront d'autres vocations en attendant un futur désordre où ils donneront la pleine mesure de leur talent maléfique .

En fait, seul le parler vrai pourrait convaincre les jeunes, de plus, il faut donner l'exemple. À partir de ce moment, les dirigeants auront des chances d'être suivis. Nous devons inlassablement consolider par une politique intelligente le vivre-ensemble non pas face à face mais côte à côte. C'est une cause sacrée que celle de réconcilier les Algériennes et les Algériens entre eux. Nul doute qu'il n'y aura, alors, pas de place pour l'aventure. Nous pourrons espérer alors édifier cette nation dont Ernest Renan a pu dire, à juste titre, que c'était « un héritage indivis et un plébiscite de tout les jours ».

Professeur Chems Eddine Chitour

Ecole Polytechnique Alger

Notes :

1. <https://www.mondialisation.ca/la-fabrique-du-consentement-plaidoyer-pour-une-decroissance-de-leph>

emere/5340269

2 Pierre Barthélémy <http://passeurdsciences.blog.lemonde.fr/2013/06/16/comment-les-grande...>

3. Patrick Juignet <http://www.philosciences.com/Societe/DanyRob.htm> I, Philosciences, 2012

4. Frédéric Pierru, Frédéric Stambach & Julien Vernaudo
<https://www.monde-diplomatique.fr/2021/03/PIERRU/62832>

5 <http://www.monde-diplomatique.fr/2008/01/DUFOUR/15491> – JANVIER 2008

6. <http://www.conflitssansviolence.fr/documents/lupourvous/lpv43-fabricat...>

7 <https://www.leretourauxsources.com/blog/psychologie-des-foules-gustave-le-bon-n163>

8. <https://blogs.mediapart.fr/semcheddine/blog/180819/la-revolution-du-22-fevrier-2019-archeologie-et-perspective>

9. https://fr.wikipedia.org/wiki/Opinion_publicue#:~:text=L'opinion%20%C3%A9tant%20un%20jugement,population%20d'une%20soci%C3%A9t%C3%A9%20donn%C3%A9e

10. Hugo Touzet

<http://ses.ens-lyon.fr/articles/connaitre-et-mesurer-lopinion-publique-utilite-et-limites-des-sondages>

Article de référence : https://www.lesoirdalgerie.com/Notes_contribution/lalgerie-profonde-et-ses-esperances-plus-que-jamais-sadresser-a-la-jeunesse-58931 03.04.2021

La source originale de cet article est Mondialisation.ca

Copyright © [Chems Eddine Chitour](#), Mondialisation.ca, 2021

Articles Par : [Chems Eddine Chitour](#)

Avis de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexactes.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site [Mondialisation.ca](#) sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de [Mondialisation.ca](#) en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: media@globalresearch.ca

[Mondialisation.ca](#) contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca