

La réception de la caricature à l'ère de la médiation numérique

Cas d'étude du journal El Watan sur Facebook

The reception of caricature in the era of digital mediation

Case study of the newspaper El Watan on Facebook

Dr. TAIEBI Fatima Zohra

Maitre de Conférences classe A à ENSJSI.

E-mail : fatimataiebi@hotmail.fr

Date de réception : 05/11/2019

Date d'acceptation : 19/11/2019

Date de publication : 14/01/2020

Résumé:

Cet article tente d'analyser la problématique de la réception des œuvres culturelles et médiatiques _la caricature_ à l'ère des réseaux sociaux numériques. Il s'agit à la fois de décrire la place de la caricature et ses nouveaux modes de production et de réception. Ce travail présente également le développement de la caricature en Algérie, ses débuts et son évolution dans les médias écrits. En effet, nous avons étayé notre étude par une démarche qualitative afin d'étudier la place de Facebook dans le processus de médiatisation des représentations caricaturales du phénomène de l'immigration clandestine publiées par le dessinateur Le hic du journal El Watan. Ainsi, la technique de l'analyse de contenu numérique nous a été utile afin de décrypter les commentaires des récepteurs/ utilisateurs de Facebook et de comprendre la pluralité interprétative des dessins diffusés via la page du dessinateur.

Mots clés: caricature, production, réception, journal El Watan, Facebook.

Abstract:

This article tries to analyze the reception of caricature in the digital age. First, this work discusses the transformation in terms of production and media reception. Second, it presents also the development of caricature in Algeria, its beginnings and its evolution in the written media. In order to response to our interrogations we have adopted a qualitative approach to study the place of the social network Facebook in the diffusion of caricatures about illegal immigration on the newspaper El Watan. We have also mobilized the technique of digital content analysis to decipher the comments of readers/users and to understand the interpretive plurality of the drawings disseminated via the cartoonist's page.

Keywords: caricature, production, reception, newspaper El Watan, Facebook.

1. Introduction:

La caricature est un genre journalistique et l'une des formes de communication visuelle satirique. Elle représente l'actualité d'une manière déformée et alimente les débats publics. A l'heure actuelle, il est devenu plus que urgent de s'interroger sur la place de la caricature comme une forme de production culturelle et symbolique à l'ère du numérique, et sur son insertion dans l'espace public. Car elle entraîne une complexité des modes de réception et d'interprétation dans la sphère virtuelle (A. DUPRAT, L. BIHL, 2015).

Les mutations actuelles d'ordre économique, politique, culturel et social inspirent davantage les dessinateurs de la presse écrite algérienne. Leurs dessins représentent des phénomènes marquant l'actualité algérienne depuis quelques années, comme l'immigration clandestine, le chômage des jeunes, la vie politique, la crise économique, etc. Ces représentations iconographiques reflètent un acte artistique et créatif engagé à travers lequel ils dénoncent les dysfonctionnements et expriment les souffrances du peuple.

Le développement des réseaux sociaux numériques (RSN) a consacré de nouvelles formes de production, de circulation et de réception de la production culturelle et médiatique (MERAH, GELLEREAU, BOUCHAALA, 2017). Désormais les caricaturistes ne se contentent pas de l'espace réservé par la rédaction du journal (version électronique ou imprimée) pour publier leur dessins, ils sont également présents à travers les médias sociaux. Les dessinateurs ont saisi l'importance des RSN en tant que « self mass média » ou médias de masse individuels (CASTELLS, 2006). En effet, chacun a sa propre page sur ces plateformes (Facebook, tweeter, etc.). Ce qui leur permet de partager leurs dessins, d'interagir et de communiquer avec leur public.

Dans cet article, il est question tout d'abord de décrire la place de la caricature à l'ère du numérique. Ensuite, nous présentons le développement de cette forme de communication dans le contexte algérien. Enfin, la partie empirique de ce travail est consacrée à l'étude de la réception de la caricature à partir de l'analyse de la page Facebook du caricaturiste Hicheme AHMED BABA (Le hic)⁴ du journal El Watan.

Questionnements de la recherche:

Quelle est la place de la caricature à l'ère de la médiation numérique ? Comment les dessinateurs s'approprient le réseau social Facebook dans le processus de médiatisation des représentations iconographiques ? Et comment ces dessins sont reçus par les lecteurs/utilisateurs de la page Facebook ?

Méthodologie et corpus de la recherche :

Tout d'abord, il convient de souligner que ce travail de recherche se situe au centre de plusieurs approches : la réception médiatique, la sociologie des réseaux sociaux numériques et l'Internet studies⁵.

Concernant le volet méthodologique de cette recherche, nous avons suivis une démarche qualitative à travers les techniques de : l'observation, l'entretien et l'analyse de contenu numérique.

L'observation en tant que technique de recueil de données est mobilisées afin d'observer les pratiques des internautes/ récepteurs à travers les réseaux sociaux numériques.

L'entretien libre nous a permis de récolter des informations sur les modalités d'usage de la page Facebook du dessinateur Le Hic. Quant à la technique de l'analyse de contenu numérique nous a été utile afin de décrypter le contenu des commentaires de la page Facebook du dessinateur précité.

Le choix du corpus de la recherche : Le corpus de recherche comprend les commentaires des internautes sur les dessins portant sur l'immigration clandestine des jeunes algériens.

Nous avons opté pour un échantillon ciblé des dessinateurs suivis par une grande partie de lecteurs comme le Hic (El watan) et Ayoub (El khabar). Cependant, vu l'absence d'un corpus numérique important (commentaires des récepteurs) concernant le caricaturiste Ayoub nous avons travaillé uniquement sur la réception des caricatures du dessinateur du journal El Watan.

2. La place de la caricature à l'ère du numérique:

A l'ère de la convergence médiatique, les réseaux sociaux numériques (RSN) ont édifié une nouvelle ère de production et de réception des œuvres culturelles comme l'explique Olivier DONNAT (2009) « *Les conditions d'accès à l'art et à la culture ont profondément évolué sous les effets conjugués de la dématérialisation des contenus, de la généralisation de l'internet à haut débit et des progrès considérables de l'équipement des ménages en ordinateurs, consoles de jeux et téléphones multimédias* ». Ces interfaces électroniques, désormais utilisées par plus de 2 milliards d'internautes (digital rapport 2018), offrent une visibilité à la production iconographique des dessinateurs de presse. En effet, ces objets graphiques génèrent un discours, adjuvant graphique à la fabrique de l'opinion (QUINTON, 2006, p.4). Comme le souligne le dessinateur humoristique de presse, Mykaia*⁹ « *L'explosion des réseaux sociaux a changé la donne pour les dessinateurs de presse. Avant, on travaillait pour des journaux*

et leurs lectorats constitués d'habitues. Aujourd'hui, tout dessin est visible partout, de New York à Kandahar...» (Télérama, 2018).

Cependant, ces plateformes virtuelles présentent de nouveaux enjeux, comme le témoigne le caricaturiste du journal *Le Monde*, Plantu*¹¹ *« on vit dans un monde de clics, où les réseaux sociaux font la loi. Malheureusement, l'intolérance s'est installée sur Facebook et Twitter. Et un dessin mal compris, mal interprété, voir manipulé, peut se retourner contre son auteur... »* (Télérama, 2018, op.cit.). C'est-à-dire, les RSN démultiplient les réactions, ils permettent aussi de transformer, voire de manipuler la symbolique des dessins de presse. En fait, les producteurs des images construisent leurs dessins sur leurs intentions, leurs opinions, leurs cultures, et leurs choix idéologiques, (Quinton, 2006, op.cit.p.10). Ainsi, le caricaturiste du journal *El Watan* explique: *«...quand je dessine j'exprime mes points de vues et mes opinions, tout en prenant en compte la spécificité du public récepteur »*¹⁴.

En outre, les RSN sont devenus une partie intégrante de la chaîne de production et de consommation de l'information. Une tendance confirmée par Dominique DESJEUX, pour qui : *« tout au long de l'itinéraire de production, de diffusion et d'échanges culturels, le numérique est devenu un passage obligatoire »* (Bulletin de l'Ilec, 2010, p.2). Quant à Rémi Sansaloni voit dans *« le mouvement d'appropriation de la culture par les internautes, qui sont devenus coproducteurs, cocréateurs de la culture »* (idem). Sur ce point le caricaturiste le hic témoigne que *« la co-production existe mais elle est n'est pas volontaire...quand je lis un commentaire cela peut être une source d'inspiration pour un dessin »*. En effet, la médiation numérique a consacré un brouillage des limites entre producteur culturel et récepteur, si bien que l'on peut souvent parler de co-construction des contenus comme le précise Rémi Rieffel. (Rieffel, 2014).

3. La caricature en Algérie : réalités et défis

L'histoire de la caricature en Algérie est étroitement liée à celle de la bande dessinée, et particulièrement la première génération des dessinateurs comme Ahmed Haroun, Mohamed Aram, Maz (Mohamed Mazar) et Slim (Menouar Merabtène) qui sont à la fois des bédéistes et des caricaturistes (SOUIAH, 2016). L'aventure de la Bd commence réellement avec le projet de la revue *« M'Quidèch »* dès 1968. Quelques années plus tard, la bande dessinée algérienne s'impose et sa réputation dépasse les frontières nationales (LAZHARI, 2009, p 13). La Bd continue à évoluer dans cette période (1962-1989) de gestion socialiste des médias ou les moyens de diffusion culturelle étaient sous le monopole de l'Etat et du parti unique (Mostefaoui, 2013). En effet, les caricaturistes ne bénéficiaient pas d'une grande marge de liberté et de

critique ; comme l'explique Slim qui dessinait pour le journal étatique El-Moudjahid:

« Quand j'ai eu la possibilité de raconter les aventures de mes héros, je savais bien quelles étaient mes limites. Faire une Bd dans le journal gouvernemental en français, c'était à la fois une aubaine et une épée au-dessus de la tête. Inutile de chercher à critiquer quoique ce soit, pour l'histoire d'un de mes personnages ,Bouid, il fallait se cantonner à la narration d'une histoire de paysan qui venait à Alger pour régler les problèmes d'injustice sociale, pas plus »²¹.

Le développement de la caricature a connu une nouvelle trajectoire vers la fin des années 80. Quand le pays a connu un très fort mouvement social qui a conduit à l'adoption des réformes majeures : le multipartisme, l'ouverture médiatique et le pluralisme de l'information, la liberté d'association et de syndicalisation. Cette nouvelle période donne plus de liberté et marque la fin du monopole de l'Etat sur les médias. De nombreux titres de presse apparaissent, en 1989 Sidi Ali MELOUAH a créé le journal satirique « El Manchar » qui a permis aux dessinateurs, fortement inspirés par les événements politiques de cette période, de s'exprimer librement. La même année (1989), la deuxième génération des dessinateurs comme Ali DILEM* et le Hic*²² de son vrai nom Hicham Baba Ahmed commencent leur carrière dans la presse francophone ,quant à la presse arabophone a été confortée par les plumes des caricaturistes Ayoub et Baki Boukhalfa.

La décennie 90 a été marquée par une montée de la violence et une crise sécuritaire sévère. Les journalistes subissent les assassinats, les arrestations, le harcèlement judiciaire, etc. Ainsi, les dessinateurs ont été poursuivis et condamnés par la justice. Malgré cela, les caricaturistes continuent à dessiner et à représenter l'actualité avec une grande liberté en utilisant des messages subtils et des jeux de mots faciles à saisir par le lecteur. On rajoute également qu'il y a une nouvelle génération de dessinateurs qui publient leurs dessins à travers les anciens et les nouveaux médias à l'exemple des caricaturistes:

Lounis, Belkacem, Ainouche, Karim,...etc.

En outre, le développement de la presse électronique en Algérie (TAIEBI ,2016), depuis la fin des années 90 et l'émergence de nouveaux sites d'information en ligne a favorisé la diffusion et le partage des dessins de presse parmi les internautes lecteurs à l'intérieur et à l'extérieur du pays.

4- Caricaturistes algériens au prisme du numérique : Entre humour et engagement artistique

Comme leurs confrères dessinateurs, les caricaturistes algériens ont créé leurs propres pages sur le réseau social Facebook. Ces nouveaux outils de

médiation leur permettent de prolonger la relation avec leur public. Comme l'explique le dessinateur du journal El watan « *J'ai créé ma page il y a cinq ans...il y a un flux important des commentaires...cette page permet un feedback rapide des lecteurs...surtout pour ceux qui sont à l'étranger...avant une lettre faisait deux mois pour arriver au journal, quand je lis... je me rappelle pas de quel dessin il s'agit* ». Donc, Facebook favorise l'immédiateté et l'interactivité avec les internautes récepteurs.

Afin d'étudier les caractéristiques des pages Facebook des caricaturistes algériens nous avons choisi la page du caricaturiste Le hic du journal El Watan. D'après les observations effectuées sur cette page nous relevons les caractéristiques suivantes :

- La page est actualisée régulièrement avec des publications quotidiennes.
- La page compte plus de 204 729 d'internautes. Selon Le hic le public est composé de toutes les catégories sociales et de tous les âges (de moins de 18, des adultes, et des personnes âgées). Ils se connectent à partir de différentes zones géographiques.
- Les dessins sont commentés en permanence. Le nombre d'interactions est très important (j'aime, partage, commentaires...).

5- La représentation du phénomène de l'immigration clandestine à travers les dessins du journal El Watan :

L'immigration clandestine est l'un des phénomènes qui a pris de l'ampleur ces dernières années. Les jeunes algériens sont de plus en plus nombreux à vouloir rejoindre l'autre rive de la méditerranée dans l'espoir de trouver une vie meilleur. D'après les dernières statistiques de la Ligue algérienne de défense des droits de l'homme (LADDH), il y a environ 3000 personnes auraient péri en mer depuis 2009 (El Watan, 2018).

Les dessinateurs de la presse écrite algérienne abordent le phénomène régulièrement dans leurs dessins. D'après l'entretien réalisé avec le dessinateur du journal El watan affirme que : « *le phénomène de l'immigration clandestine est fortement représenté, il y a au moins deux dessins par mois* ».

5-1- Présentation d'un échantillon de dessins portant sur le phénomène de la Harga*²⁵

Tableau n°1 : Description de la caricature

Dessin/ date	contexte	Nombre/ commentaires ²⁶	Réactions des lecteurs/ utilisateurs de Facebook
 26 juillet 2018	Durant l'année 2018, le phénomène de la Harga, a pris des proportions alarmantes désormais des jeunes femmes, des familles (adultes et enfants) quittent le pays clandestinement.	41	1.4k/ 1651 interactions (commentaires, j'aime, partages) : 938 j'aime, 672 partages, 549 émojis.
 09 février 2018	Vu l'ampleur du phénomène, les religieux ont annoncé une fatwa pour dissuader les candidats à la Harga.	78	2.2K/ 2574 interactions : 1.4K j'aime, 996 partages, 844 émojis.
 26 janvier 2018	Le dessin représente le destin tragique des Haragas (jeunes immigrés clandestins) dans la mer.	101	1.4K/ 1536 interactions : 477 partages, 958 j'aime, 551 émojis

Source : Tableau réalisé par l'auteur à partir de la page Facebook du dessinateur²⁷

- L'analyse de la réception des caricatures à partir de l'analyse de contenu des commentaires postés sur le page Facebook du dessinateur Le hic :

5-2- L'analyse des commentaires sur le plan de la forme :

Tableau n°2 : Catégorie (1) la répartition des lecteurs/récepteurs selon le genre « déclaré »

Caricature	Nombre de commentaires disponibles sur la page	Féminin	Masculin ²⁸	Non spécifié (pseudo-non identifiable)
De plus en plus de filles Haraga	37	6	17	9
FATWA : la Hargha est haram	73	10	46	10
Le drame des Harraga La mer m'a tuer	72	9	40	13
Total	182	25	103	32

- D'après le tableau ci-dessus, plus de la moitié des commentateurs ont un profil masculin. Ces résultats correspondent aux dernières statistiques du digital report 2018, qui affirment que l'utilisation de Facebook en Algérie se présente comme suit : 61% déclarant un profil masculin et 39% de profils féminins.

Tableau n°3 : Catégorie (2) commentaire sur le commentaire

Caricature	Commentaire (s) sur le commentaire	Commentaires sur le dessin
De plus en plus de filles Haraga	12	25
FATWA : la Hargha est haram	11	62
Le drame des Harraga La mer m'a tuer	15	57
Total	38	144

- Les résultats susmentionnés démontrent l'importance des dynamiques communicationnelles engendrées suites aux échanges entre les internautes récepteurs qui portent parfois sur le dessin ou sur d'autres sujets inspirés par le dessin commenté.

Tableau n°4 : Catégorie (3) la langue de commentaires

Caricature	Arabe classique	Tamazigh	Français	L'arabe courant (darija)	Langage multilingue	Image/ émojis
De plus en plus de filles Haraga	1	—	27	3	4	2
FATWA : la Harga est haram	1	1	40	6	13	12
Le drame des Harraga La mer m'a tuer	—	—	58	1	12	1
Total	2	1	125	10	29	15

- Les internautes récepteurs utilisent des registres linguistiques différents pour commenter les dessins : le français, l'arabe classique, le tamazigh, l'anglais, l'arabe courant « darija », le langage multilingue et les images et/ou les émojis. La majorité utilise le français pour commenter car il s'agit à la fois de la langue de la publication (dessin) et de la page Facebook.

Tableau n° 5 : Catégorie (4) longueur de commentaires

Caricature	Moins de 20 mots	Entre [20 et 40]	de [40 et 60 +
De plus en plus de filles Haraga	31	3	3
FATWA : la Harga est haram	70	2	1
Le drame des Harraga La mer m'a tuer	69	1	2
Total	170	6	6

- La plupart des commentaires font partie de la catégorie de moins de 20 mots. Les internautes préfèrent participer avec des messages concis.

5-3- L'analyse de commentaires sur le plan de contenu :

Tableau n°6 : Catégorie (5) types de commentaires

Caricature	Commentaires (rationnels) fondés ²⁹	Commentaires émotionnels (colère, aine, tristesse, dérision, insultes,...)
De plus en plus de filles Haraga	9	28
FATWA : la Hargha est haram	11	62
Le drame des Harraga La mer m'a tuer	15	57
Total	35	147

- D'après les résultats obtenus, la réception de la caricature par les internautes à travers la page Facebook du dessinateur révèle en premier lieu un acte de divertissement, le lecteur cherche à se distraire. En conséquence, ils sont peu nombreux les récepteurs qui tentent d'apporter une explication rationnelle au phénomène représenté « la hargha ». En fait, le nombre des commentaires émotionnels (colère, aine, dérision, insultes) est plus important que celui des commentaires fondés, qui s'appuient sur une réflexion et des propos argumentés, comme le démontre l'analyse thématique ci-dessous :

Tableau n°7 : L'analyse thématique des commentaires³⁰

Caricature	Unités d'analyse	Fréquence
De plus en plus de filles Haraga	Déception/ Consternation	12
	Dérision	16
	Situation socioéconomique et politique	—
	Hors sujet	9
FATWA : la Hargha est haram	Déception/ Consternation	14
	Dérision	30
	Situation socioéconomique et politique	1
	Hors sujet	28
Le drame des Harraga	Déception/ Consternation	17

La mer m'a tuer	Dérision	3
	Situation socioéconomique et politique	27
	Hors sujet	25
Total		182

6- Discussion générale des résultats :

L'analyse qualitative des données statistiques recueillis suite au décryptage des commentaires des internautes, révèle de nouvelles dynamiques communicationnelles à travers les réseaux sociaux numériques. La réception des œuvres satiriques s'inscrit comme l'explique Claude CHABROL : « *dans un contrat d'information et de divertissement iconographique fictionnel sur des faits d'actualité* ». (CHABROL Claude, 2006). Aussi, les résultats témoignent d'un engouement des lecteurs pour ce genre satirique dans lequel ils se reconnaissent. Car le lecteur est à la fois sujet et consommateur (DUPRAT, BIHL, 2015). De plus, les internautes ont développé des aptitudes communicationnelles et technologiques grâce à la multiplication des terminaux mobiles et la dématérialisation des formes de production culturelles³³.

Le réseau social Facebook engendre de nouvelles formes de réception et d'interaction à travers les commentaires instantanés, des j'aime et des parages. Ainsi, la médiation numérique a élargi l'espace public et a favorisé l'adhésion des lecteurs dans des débats publics (Mercklé, 2011, p87).

Egalement, le dessin en tant que message visuel et un outil d'expression et de communication, il demeure une production iconographique polysémique. Dans notre étude, le dessinateur se définit comme un artiste qui reproduit l'actualité à travers ses dessins. En revanche, leur interprétation se différencie selon les caractéristiques personnelles des internautes récepteurs (l'âge, le niveau intellectuel, le suivi de l'actualité). En effet, force est de constater qu'une grande majorité énoncent des commentaires « émotionnels » (tristesse, colère, rire,...) par exemple : « c'est triste », « c'est malheureux », « lol, mdr, hahaha ». Cependant, les autres commentateurs tentent de donner une explication rationnelle au phénomène de l'immigration clandestine à partir de la situation socioéconomique et politique du pays comme: le chômage, El Hagra*³⁵, la cherté de la vie, la politique de l'exclusion, de l'injustice et de l'indifférence³⁶, ce qui démontre une pluralité interprétative. Par ailleurs, certains internautes écrivent des commentaires qui sont classés hors sujet, sans aucun rapport avec le sujet traité dans le dessin. Dès lors, la réception des caricatures par les lecteurs est mitigée. Certains sont tout à fait d'accord avec l'acte de la Harga vu les conditions de vie difficiles et l'échec de l'insertion professionnelle des jeunes.

Quant aux autres, ils voient dans cet acte un suicide et pour eux la réussite commence par travailler son pays avec dignité.

Conclusion :

Pour conclure, l'analyse du phénomène de la réception de la caricature à travers le réseau social Facebook a révélé un renouvellement des pratiques de consommation des œuvres culturelles et médiatiques. Il s'agit également de nouvelles formes d'interaction horizontales dessinateurs/ lecteurs et lecteurs/ lecteurs contrairement aux médias traditionnels. Il est à noter que la plateforme demeure un espace virtuel privé, contrôlé, ouvert à des milliers de personnes.

Aussi, la caricature est un outil de critique plutôt que d'éloge, dans le contexte de notre étude. A travers leurs dessins les caricaturistes en tant que artistes et journalistes commentent l'actualité en mobilisant de multiples stratégies (la comparaison, l'exagération et le rire..).

En outre, l'engagement artistique à travers la production iconographique est un élément très important pour alerter l'opinion publique et pour susciter un débat public. La production discursive des caricaturistes s'inscrit dans l'articulation art et politique. En effet, l'art est considéré comme un instrument de combat politique et social et une arme de persuasion et de mobilisation ; notamment à travers les médias ayant une ligne éditoriale libre, favorable à la dénonciation des dysfonctionnements ce qui représente une presse contre-pouvoir qui incarne les préoccupations des citoyens et lutte pour la liberté et la démocratie.

Liste bibliographique:

1. A. DUPRAT, L. BIHL (2015), « Caricatures et espaces publics », [en ligne], in revue Sociétés& Représentations, N° 39, pp 227- 236. (Site consulté le 09/10/ 2019).
2. A. MERAH, M. GELLEREAU, N. BOUCHAALA (2017), Reconfiguration des expressions et des pratiques culturelles à l'ère du numérique en Méditerranée, éd : L'Harmattan, France.
3. CASTELLS Manuel (2006), Emergence des « médias de masse individuels », [en ligne],
<http://www.la-philosophie.fr/article-4216822.html>. (Consulté le 06/01/2019).
4. Le hic ou Hicheme Ahmed BABA, artiste caricaturiste, il a commencé sa carrière en 1997. Il a travaillé pour plusieurs quotidiens : L'authentique, Le jeune indépendant et Le matin.

5. L'Internet studies est un courant de recherche qui s'intéresse à l'étude des différents phénomènes (communicationnels, politiques, culturels, économiques, linguistiques,...) qui se développent sur Internet.
6. DONNAT Olivier (2010), « Les pratiques culturelles à l'ère numérique », *L'Observatoire*, 2010/2 (N° 37), p. 18-24. DOI : 10.3917/lobs.037.0018. URL: <https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2010-2-page-18.htm>. (Consulté le 9/10/ 2019).
7. Digital report 2018. Disponible en ligne : <http://digitalreport.wearesocial.com>. (Consulté le 07/10/ 2019)
8. QUINTON Philippe (2006), « Dessin de presse : le droit et l'éthique du dessin. [En ligne], In revue Communication et langages », n°148. Dialogues politiques : images et miroirs. pp.3- 14. (Consulté le 30/ 10/ 2019).
9. Mikaya : Dessinateur de presse exerce à l'Express (France). Lauréat du dernier prix Presse Citron 2018.
10. SKYVINGTON Emmanuelle (2018), Dessin de presse : l'art délicat des réseaux sociaux, *Télérama*, article en ligne, URL : <https://www.telerama.fr/sortir/dessin-de-presse-le-danger-des-reseaux-sociaux,n5629256.php>. (Consulté le 12/10/ 2019).
11. Plantu de son vrai nom Jean Plantureux est présent en une du Monde depuis 1985, alias Plantu, travaille aussi à l'Express depuis 1991. Il a fondé l'association Cartooning for peace qui rassemble des caricaturistes du monde entier.
12. SKYVINGTON Emmanuelle (2018), Dessin de presse : l'art délicat des réseaux sociaux, *Télérama*. Op.cit.
13. QUINTON Philippe (2006), « Dessin de presse : le droit et l'éthique du dessin ». Op.cit.
14. Entretien réalisé avec le caricaturiste du journal El Watan, Le hic le 19/01/2019, à 14h à la librairie générale d'El Abiar.
15. Bulletin de l'Ilec (2010), consommation et pratiques culturelles à l'ère numérique, n° 407. (Consultée le 07/10/ 2019).
16. Idem.
17. RIEFFEL Rémy (2014), « Révolution numérique, révolution culturelle ? », [en ligne], <http://www.sens-public.org/spip.php?article1115>. (Page consulté le 07/ 10/ 2019).
18. SOUIAH Farida (2016), « Humoriste, journaliste et artiste engagé, le métier de caricaturiste en Algérie au prisme des œuvres de Hic et de Dilem

- consacrées aux « bruleurs de frontières », [en ligne], in revue année du Maghreb, N° 15/2016, 79- 113. (Consultée le 30/ 09/2019).
19. LAZHARI Labter (2009), Panorama de la bande dessinée algérienne 1969-2009, Algérie.
 20. MOSTEFAOUI Belkacem (2013), Médias et liberté d'expression en Algérie : Repères d'évolution et éléments d'analyse critique, El dar El-Othmania, Algérie.
 21. Magazine en ligne café Babel (2012), « Slim, caricaturiste algérien : « Il faut que l'on défende les doigts de l'homme », article disponible en ligne sur le lien suivant : <http://www.cafebabel.fr>. (Consulté le 30/09/2019).
 22. Ali Dilem a commencé sa carrière au journal Alger Républicain en 1989. Quant à Hichem Ahmed BABA, il a débuté son parcours professionnel en 1997.
 23. MOUSSAOUI TAIEBI F-Z (2016), « Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques », *L'Année du Maghreb*, 15 | 2016, 61-76.
 24. IDDIR Nadir, « Le phénomène prend de m'ampleur : La haraga de tous les dangers », article publié le 26 décembre 2018, disponible en ligne : www.elwatan.com. (Site consulté le 30/ 10/ 2019).
 25. La Haraga est un acte commis par les Haraga (les bruleurs de frontières). Avant le mot est employé pour désigner les migrants qui brûlent ou dissimulent leur papier d'identité une fois arrivé au pays d'accueil. Actuellement le mot s'est imposé pour désigner l'immigration clandestine c'est-à-dire les personnes qui voyagent illégalement (dans des embarcations) sans visas et sans passeport.
 26. Concernant le nombre de commentaires, il s'agit du nombre affiché sur la page mais il n'est pas le nombre de commentaires disponibles.
 27. Page Facebook du dessinateur le Hic : <https://web.facebook.com/Le-Hic-298238316882888/>. (Consulté le 10/ 10/2019).
 28. Pour cette catégorie, le commentateur est comptabilisé une seule fois, même s'il rédige plusieurs commentaires.
 29. Le commentaire fondé est formulé sur la base d'une prise de conscience politique, religieuse et cognitive.
 30. Pour réaliser cette étape on procède en deux étapes : le repérage des idées significatives et leur catégorisation.
 31. CHABROL Claude (2006), « Humour et médias », Questions de communication, n° 10, pp 7-17. Article disponible en ligne URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7687>. (Consulté le 30/10/2019).
 32. A. DUPRAT, L. BIHL (2015), « Caricatures et espaces publics », op.cit.

33. Sur ce point le dessinateur Le hic, évoque l'importance de la tablette graphique dans la finalisation du dessin après la conception manuelle.
34. MERCKLE Pierre (2011), *Sociologie des réseaux sociaux*, éd. La découverte, France.
35. El Hagra : un mot de l'arabe courant algérien qui signifie le mépris.
36. Il convient de rajouter que les commentaires sont triés, classés (commentaires plus pertinents, commentaires plus récents), ou supprimés. Ce sont les nouvelles fonctionnalités de Facebook qui permettent aux administrateurs de contrôler les flux des commentaires.
37. BONHOMME Marc (2010), « La caricature politique », *Mots, les langages du politique : trente ans d'étude des langages du politique* [en ligne], <https://journals.openedition.org/mots/19858>. (Consulté le 06/01/2019).
38. HOLZINGER Flavie (2018), « Etude de la pratique picturale d'un journal engagé », *Emulations- revue des Sciences sociales*, (9), pp21-26, [en ligne], <https://ojs.uclouvain.be/index.php/emulations/article/view/5443>. (Consulté le 10/06/2019).
39. KREDENS Elodie, RIO Florence (2015), « La télévision à l'ère numérique : entre pratiques émergentes et reconfiguration de l'objet médiatique », [en ligne], <https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2015-1-page-15.htm>. (Consulté le 10/10/2019).
40. SKYVINGTON EMMANUELLE (2018), « Dessin de presse : l'art délicat des réseaux », [en ligne], <https://www.telerama.fr/sortir/dessin-de-presse-le-danger-des-reseaux-sociaux,n5629256.php>. (Consultée le 30/ 09/ 2019).
41. URSULA E. KOCH (2015), « L'image de l'autre dans la société civile. Le miroir des caricatures », article en ligne, URL : <https://www.cairn.info/revue-allemande-d-aujourd-hui-2015-4-page-129.htm>. (consulté le 06/ 10/2019).