

La plateforme communale entre vitrine institutionnelle et arène conflictuelle : le cas de Djerba Houmt Souk

Taha Bouchaddakh¹

Rikke Haugbolle²

Introduction

Le soulèvement populaire en Tunisie en 2010-2011 a suscité un large intérêt parmi les universitaires et les journalistes pour le rôle des médias sociaux dans la mobilisation sociale dans tout le pays (Miladi, 2011 ; Alqudsi-ghabra, 2012, Breuer, Landman et Farquhar, 2015). Comme le note Kahloui (2013), « La plupart des premiers reportages majeurs publiés sur des sites Web largement lus et à la télévision ont popularisé très tôt le concept de « révolution Facebook » ou « révolution Twitter ». Par exemple, Nick O'Neill a écrit que des efforts de coordination existaient avant le soulèvement mais que « le réseau social (c'est-à-dire Facebook) a joué le rôle le plus important parmi toutes les technologies Web utilisées pendant la révolution » (2011). Quelques semaines plus tard, Nouredine Miladi écrivait qu'en raison de la censure du régime du président Ben Ali, « les Tunisiens se sont rués sur les réseaux sociaux » et le régime s'est alors retrouvé « confronté à une cyber-guerre féroce et sans précédent » (2013). Howard et Hussein (2011) soutiennent que les réseaux sociaux et le capital social « se sont matérialisés dans la rue » grâce aux téléphones mobiles et à Twitter. D'autres chercheurs ont fait valoir que les médias sociaux n'étaient pas les seuls à avoir façonné le soulèvement tunisien, mais plutôt les « anciens » médias tels que la télévision et la radio et les « nouveaux » médias sociaux ont collectivement transformé « un espace médiatique en évolution complexe et puissant » (Lynch, 2011).

Cependant, des critiques contre le matraquage médiatique autour du rôle des médias sociaux ont été soulevées par d'autres chercheurs, comme Kahloui, qui a noté que «

¹ Doctorant en sciences de l'information et de la communication.

² Chercheure danoise indépendante.

Internet n'a pas créé la révolution » (Kahloui, 2013 : 147), et en ce qui concerne le rôle des médias satellite dans les soulèvements arabes, Kai Hafez a soutenu que la recherche d'informations rapides a conduit à des études qui représentent « une culture essayiste », avec des analyses faibles, manquant de poids théorique et méthodologique (Hafez, 2008 : 9).

Après les premiers mois intenses du soulèvement, la Tunisie s'est lancée dans un processus de démocratisation, mais très peu d'études explorent le rôle des médias sociaux dans le processus de démocratisation. Quelques exceptions s'en démarquent. Parmi celles-ci figurent Aal et al qui explorent le paysage médiatique tunisien et la manière dont les jeunes utilisent les médias après le soulèvement initial (Aal, Schorch, Elkilani, Ben Hadj et Wulf, 2018), tandis que l'étude de Cavatorta et Mekki examine le rôle des médias sociaux pour le fonctionnement interne des membres de l'Assemblée constitutionnelle tunisienne (Cavatorta et Mekki, 2021).

L'attention portée aux nouveaux médias sociaux et à la télévision par satellite, ainsi qu'à leur rôle dans le soulèvement tunisien, s'inscrit dans le prolongement du débat scientifique des années 2000 sur le rôle et l'impact de la chaîne satellitaire Al-Jazeera dans un éventuel processus de démocratisation (par exemple, Rinnawi, 2006). Dans ce débat, Lynch a soutenu en 2006 que les nouveaux médias par satellite et ce qu'il a appelé le nouveau public arabe transformaient la culture politique arabe parce que ces nouveaux médias éliminaient "le sentiment de distance entre les Arabes et les Musulmans, les réunissant en temps réel et dans une langue commune avec des images intenses et un discours politique partagé". De même, Seib a affirmé que "les nouveaux médias affectent la démocratisation au Moyen-Orient, notamment en raison de leur impact transnational".

Depuis le soulèvement de 2011, les acteurs tunisiens ont manifesté un intérêt croissant pour le renforcement non seulement au niveau macroéconomique et en relation avec la rédaction d'une nouvelle constitution, la consolidation de l'Assemblée constitutionnelle, les partis politiques, mais aussi pour le renforcement de la démocratie locale et de la participation des citoyens au point de redéfinir les relations entre l'État et les collectivités locales (Yousfi, 2017). Pour les Tunisiens, la démocratie locale est considérée comme aussi importante que la démocratie au niveau macro.

C'est pour cette raison que la Tunisie a adopté en 2018 une loi de décentralisation, qui a transféré certaines compétences et ressources du gouvernement central aux autorités locales. Cela a donné aux gouvernements locaux un rôle plus important dans la prise de décisions concernant les affaires locales.

En 2018 également, les premières élections municipales libres et transparentes ont été organisées dans tout le pays. Ces élections ont suivi les élections constitutionnelles de 2011 et les élections législatives et présidentielles de 2014. Les citoyens ont ainsi pu choisir leurs représentants locaux et influencer les politiques et les projets dans leur région. Alors que le nombre de candidats inscrits (57 020) ainsi que celui des listes (2 173) était pléthorique (Blanc et Charpentier, 2018), la participation des électeurs, elle, a été faible : Un peu plus de 5,3 million d'électeurs, soit moins de 50 % des 11,3 million de tunisiens, ont été appelés à voter dans 4 552 bureaux de vote répartis sur l'ensemble du territoire.

Certaines municipalités en Tunisie ont mis en place des processus de budget participatif, permettant aux citoyens de proposer et de voter les projets locaux à financer. Cela donne aux résidents un rôle direct dans l'allocation des ressources. Le budget participatif, dont le berceau est le Brésil (Goirand, 2015), est une modalité de la démocratie locale, gage d'une meilleure participation des citoyens à la coproduction de l'action publique locale (Som et De facci, 2017). Son usage semble remporter un certain succès dans une dizaine de communes tunisiennes depuis 2014, au point que se fait jour la volonté de plusieurs acteurs étatiques et associatifs de l'institutionnaliser à l'échelle nationale (Som et De facci, *ibid*).

Ces processus de budget participatif ont été suivis dans de nombreuses communes par le lancement de plateformes communales Facebook dans l'intention de créer des fora participatifs (OCDE, 2019). En travaillant et valorisant cette relation « social média », les collectivités incitent les publics à s'impliquer davantage pour et sur leurs territoires, à collaborer et à interagir pour aboutir à un projet commun (J-Ph Gardère, 2006): voirie, embellissement de la ville, éclairage public, gestion des déchets, services administratifs, événements culturels et sportifs, urbanisme etc.

L'hypothèse est que face à ses innombrables compétences, les médias sociaux permettent une interaction de l'administration locale ou nationale plus directe avec les citoyens, offrant une plateforme pour recueillir leurs avis, leurs préoccupations et leurs

suggestions, une diffusion rapide de l'information et une visibilité accumulée des actions et projets menés par les collectivités (Guignard, Le Caroff, 2020).

Une variante de cet argument soutient que Facebook a ajouté une profusion de services différents que la plateforme cherche à articuler : un répertoire relationnel avec des proches ou des inconnus qui définissent le périmètre des amis du profil, un système de communication interpersonnelle, des outils d'auto-publication permettant de s'exprimer avec du texte, des photos et des vidéos, un système de sélection, de promotion et de mise en circulation des liens du web, des outils d'évaluations (likes et commentaires) qui permettent à l'utilisateur de déposer ses jugements partout sur le web (Ellison & Boyd, 2013; Gerlitz & Helmond, 2013).

Autrement dit, les nouvelles technologies, y compris les plateformes en ligne et les médias sociaux, sont censées faciliter la participation citoyenne en permettant aux résidents de soumettre leurs idées, de donner leur avis et de contribuer aux discussions sur les politiques et les projets locaux.

L'usage croissant des réseaux sociaux par le gouvernement a créé de nouveaux espaces de dialogue et a renforcé les interactions avec les citoyens surtout les femmes et les jeunes (OCDE, *Ibid*).

Cette hypothèse est liée à la notion de "gouvernance" qui renvoie à la gestion libérale réduisant le rôle de l'État à ses fonctions de régulation et assurant la répartition des pouvoirs sur la base d'une démocratie participative et délibérative (Habermas, 1997) où les individus participent aux affaires locales. Elle a "la capacité pour les sociétés de se doter de systèmes de représentations, d'institutions, de processus et de corps sociaux, considérés comme des outils de contrôle démocratique, de participation à la prise de décision et de responsabilités collectives" (Farinós Dasí, 2009 : 92), et d'assurer la légitimité face à l'évolution des modalités de prise de décision qui résultent de processus de négociation et de coordination dans une perspective normative et réglementaire distincte du modèle bureaucratique traditionnel descendant. Elle donne du sens à l'espace public à travers la multiplicité et la diversité des acteurs (Smouts, 1998), les réseaux politiques, la participation, la coordination, la coopération et la consultation (Gardère, 2012).

Cette hypothèse sur le potentiel positif des médias sociaux dans la gouvernance et l'établissement d'un dialogue avec les citoyens est critiquée par d'autres chercheurs.

Haugbølle souligne que "l'utilisation de Facebook et de Twitter requiert des compétences en lecture et en écriture, et l'utilisation critique des médias sociaux requiert des citoyens habitués à s'engager dans des discussions et à s'exprimer".

Par conséquent, pour participer à un dialogue facilité par Facebook avec le gouvernement local, il faut des compétences en lecture que toutes les générations de Tunisiens ne possèdent pas, ainsi que l'expérience et la formation nécessaires pour participer à des discussions critiques et dialogiques. Un autre aspect de cette critique a été souligné dans les travaux de Viallon & Gardère (2020), qui affirment que Facebook n'est pas une plateforme qui rassemble les citoyens pour un débat démocratique et un échange fructueux pour une gouvernance locale participative et non exclusive. Viallon & Gardère introduisent plutôt la notion de médias dissociants et rejoignent, à cet égard, d'autres chercheurs qui ont indiqué que les médias sociaux sont devenus un espace de tension (Richaud, 2017) et le carrefour et le nerf d'une guerre de mots (Millette, 2013).

Enfin, le potentiel des médias sociaux dans la gouvernance locale doit être considéré à la lumière de l'évolution récente du processus de démocratisation en Tunisie. En juin 2021, le processus de démocratisation tunisien a connu un tournant lorsque le président Kais Saïed a mis de côté la constitution de 2014. De plus, la Tunisie s'est dotée d'un code des collectivités locales qui a longuement insisté dans plusieurs de ses chapitres sur le concept de gouvernance locale participative, sans tenir compte de la Constitution de 2014 et son fameux chapitre 7 l'autorité *locale*. Enfin, il ne faut pas oublier le rôle des agences de coopérations internationales qui pendant dix ans ont appuyé et L'Etat et la société civile dans le processus de décentralisation en Tunisie en contribuant à la mise en place des conditions effectives de son opérationnalisation, notamment en matière de promulgation des textes de loi et de renforcement des moyens techniques et financiers des Collectivités Locales (CILG-VNG, 2023).

Force est de constater que les études portant sur le fonctionnement effectif de la gouvernance locale via les médias sociaux — sur la manière dont citoyens, abonnés et administrateurs de page s'en emparent concrètement — demeurent insuffisantes pour rendre compte de la complexité de ces dynamiques dans un contexte post-révolutionnaire tel que la Tunisie.

Cet article, qui présente les conclusions d'une étude de la page officielle Facebook dédiée à la commune de Djerba Houmt Souk, abordera la question centrale suivante : dans quelle mesure la plateforme communale Facebook contribue-t-elle à une véritable gouvernance locale participative ?

Une étude exploratoire par questionnaire en ligne visant les usagers de ce média social public nous permettra de défricher le terrain, avant de l'approfondir par des entretiens semi-directifs avec les administrateurs de la page, les agents communaux et les ex-membres du conseil municipal après sa dissolution, des activistes de la société civile et les médias.

Nous mobilisons également une analyse de contenu d'un corpus de publications du mois de février 2023 — un mois avant la dissolution du conseil municipal — portant sur les variations et occurrences des commentaires, des réactions (Beauvisage & Mellet, 2016), des emojis (Tian et al., 2017) et des profils de contributeurs (Mimeche et al., 2015), selon qu'ils relèvent du registre déontologique ou, au contraire, de la virulence voire du lynchage numérique (Couturier, 2022).

Dans un second temps, nous examinons les défis des médias sociaux pour la gouvernance locale participative (Hernandez et Hamlaoui, 2023) et leurs impacts sur la réputation de la commune via le cas de figure de la page officielle Facebook de la Commune de Djerba Houmt Souk Djerba.

Dans un troisième temps, nous discutons les résultats obtenus à partir des différentes enquêtes menées sur le terrain, de montrer les limites méthodologiques inhérentes à la démarche exploratoire menée (Schroder, Drotner, Kline et Murray, 2003).

La page Facebook de Djerba Houmt Souk : visibilité sans dialogue

La commune de Houmt Souk, fondée en 1887, située sur l'île de Djerba en Tunisie, est l'une des municipalités importantes de la région qui se distingue, d'ailleurs, par son histoire, sa culture, ses caractéristiques géographiques et ses activités économiques essentiellement touristiques.

Son administration municipale assure la gestion des affaires locales, des services publics et des infrastructures, tout en veillant à la promotion du bien-être des résidents et à la préservation de l'identité culturelle de la communauté.

La commune s'est lancée sur le réseau social Facebook en novembre 2011, au lendemain du soulèvement populaire. Sept ans plus tard, la commune a vécu ses premières élections municipales démocratiques. Un conseil municipal s'est constitué avec 32 membres répartis entre partis politiques et listes indépendantes. Une mosaïque qui a laissé ses traces sur les affaires locales.

La constitution du corpus s'est heurtée à la complexité de la collecte de données Facebook. Nous avons donc délimité l'analyse au contenu de la page de la commune au mois de février 2023 — un mois avant la dissolution du conseil municipal par décret présidentiel. Ce corpus est complété par deux enquêtes complémentaires — l'une quantitative, l'autre qualitative — visant à dégager les enjeux de la gouvernance locale participative et les défis qu'elle rencontre.

Pour l'enquête qualitative, vingt-deux personnes ont été interrogées et réparties comme suit :

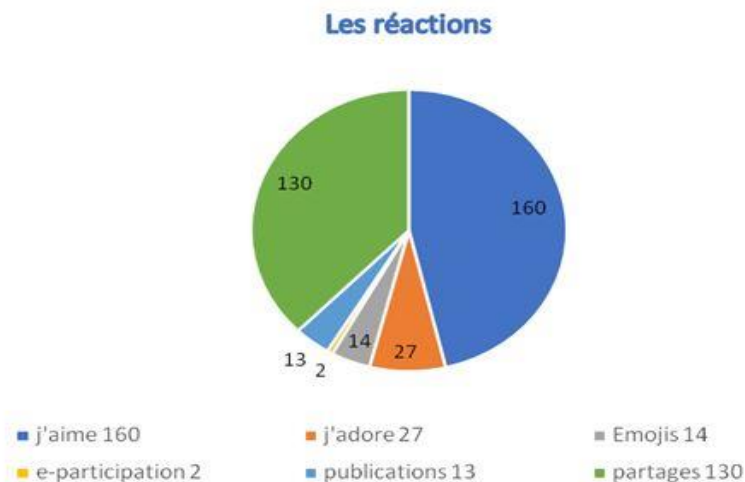
- Huit agents communaux (Y compris le secrétaire Général)
- Les deux modérateurs de la page officielle de la commune.
- Un activiste de la société civile
- une représentante des médias locaux (Journaliste attitrée)
- Onze ex-édiles (Y compris l'ex-maire de Houmt Souk)

Pour l'enquête quantitative, l'étude a enregistré la participation de 136 personnes, toute catégorie socio-professionnelle confondue.

Ce double dispositif se justifie par la nécessité de saisir les pratiques communicationnelles dans leur double dimension, interne et externe, plurielle et complexe (Mégard, 2005)

Dans notre recensement du contenu de la page Facebook de la commune au mois de février 2023, l'étude a dégagé le contenu suivant :

Graphique N°1 : les réactions des internautes sur la page officielle de la commune



Source : personnelle

Un engagement citoyen contraint : entre rareté de la consultation et absence de retour institutionnel

Facebook définit le taux d'engagement comme étant « **Le pourcentage de personnes ayant aimé, commenté ou partagé votre publication, ou ayant cliqué dessus, après l'avoir vue** ».

C'est une métrique très intéressante pour mesurer l'efficacité d'une page Facebook et du community management qui est mis en place puisqu'il tient compte des interactions des internautes avec la page en question et les publications y afférentes. Un bon taux d'engagement est ainsi révélateur d'une communauté active et qualifiée qui souhaite réellement interagir avec l'institution ou l'entreprise objet de l'étude. Et bien entendu un tel résultat n'est possible que si la page est bien animée et correspond aux attentes de ses fans.

Voici la formule avec laquelle on calcule le taux d'engagement :

Nombre de réactions / Nombre d'abonnés × 100 = Taux d'engagement (base : fans)

367 = nombre de réactions

18 000 = nombre d'abonnés

Le taux = $367 / 18\,000 \times 100 = 2,02\%$

Un taux d'engagement = 2,02

Dans le cadre d'une stratégie de présence en ligne, le taux d'engagement trouve son importance en ce sens qu'il s'agit d'un indicateur de performance qui constitue un révélateur de l'attractivité communicationnelle d'une institution. Or, pour la commune de Djerba Houmt Souk, cet indicateur s'avère particulièrement bas et cela pourrait s'expliquer par le manque de sensibilisation du moment que les citoyens ne peuvent pas s'engager sur la plateforme communale s'ils ne sont pas au courant de son existence ou s'ils la consultent rarement.

Ce constat est corroboré par les données quantitatives issues du questionnaire en ligne : plus de 74 % des répondants déclarent consulter la plateforme communale rarement ou seulement quelques fois par mois (Graphique N°2).

Graphique N°2 : la fréquence de la consultation de la page par les internautes.



Source : personnelle -

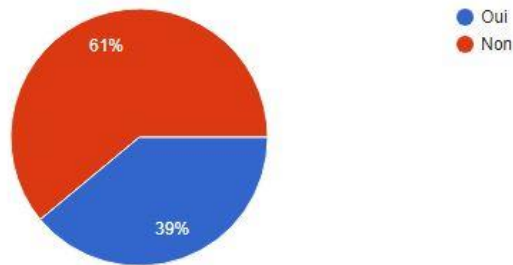
Un second facteur explicatif tient à l'absence d'incitations tangibles. Les citoyens perçoivent en effet leur marge d'influence sur les décisions locales comme très limitée, ce qui freine toute dynamique participative. Cette perception est largement confirmée par l'enquête quantitative : 61 % des répondants estiment que la plateforme communale ne contribue pas à une véritable gouvernance locale participative (Graphique N°3).

Graphique N°3 : l'impact de la page sur la gouvernance locale participative.

9-Pensez-vous que la page Facebook officielle participe à une véritable gouvernance locale participative de la commune de Djerba Houmt Souk?/هل تعتقد أن الصفحة الرسمية تساهم في حوكمة محلية تشاركية حقيقية لبلدية حومة السوق؟

[Copier](#)

136 réponses



Source : personnelle -

Un troisième frein est la faible pertinence perçue du contenu éditorial. Les publications ne semblent pas répondre aux préoccupations réelles des citoyens : 65 % des répondants jugent les informations disponibles sur la page peu utiles, voire sans pertinence (Graphique N°4).

Graphique N°4 : l'utilité et la pertinence des informations sur la page

7. Comment trouvez-vous les informations sur la page facebook officielle de votre commune?/ماهي تقييمك للمعلومات المقدمة على الصفحة الرسمية لبلديتكم؟

[Copier](#)

136 réponses



Source : personnelle -

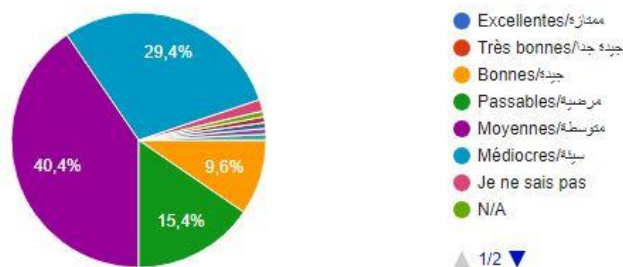
Quatrième facteur : l'absence de retour institutionnel. Les citoyens ont le sentiment que leurs commentaires et suggestions demeurent sans suite, ce qui alimente le désengagement. Cette perception est confirmée empiriquement : 70 % des internautes interrogés jugent la réactivité des administrateurs de la page médiocre ou insuffisante (Graphique N°5).

Graphique N°5 : Evaluation des réactions sur la page

8-Comment évaluez-vous les réactions sur la page Facebook officielle de votre commune ? / كيف تقيم مستوى التفاعل على الصفحة الرسمية لبلديتك؟

[Copier](#)

136 réponses

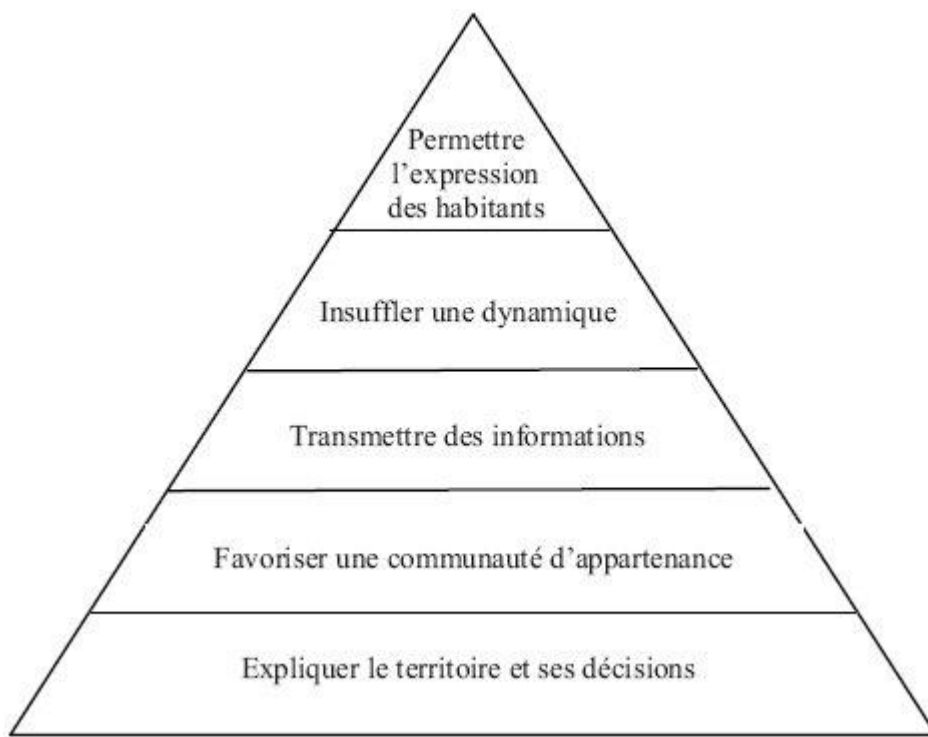


Source : personnelle -

Enfin, les barrières technologiques constituent un cinquième obstacle. Certains citoyens se heurtent à des difficultés d'accès à Internet ou aux équipements numériques, qui les excluent de fait de la participation en ligne. Notons que 75 % des répondants sont issus de la circonscription de Houmt Souk. Les circonscriptions périphériques, semi-rurales, présentent une participation nettement plus faible, pour des raisons à la fois techniques (couverture réseau insuffisante) et socioculturelles (normes familiales peu favorables à la participation citoyenne en ligne).

La pyramide des objectifs de communication institutionnelle proposée par Rencker (2008) offre un cadre interprétatif utile (Schéma N°1) : l'enjeu premier d'une collectivité en matière de communication n'est pas seulement de diffuser de l'information, mais de convaincre de la pertinence des décisions prises et de fédérer les publics autour de valeurs, d'une culture et de projets communs. À l'aune de ce modèle, les résultats observés soulignent le fossé qui sépare l'ambition communicationnelle institutionnelle de sa réalisation effective.

Schéma N°1 : La pyramide des objectifs liés à une communication interne de Rencker



Source : Google -

La parole citoyenne hors-cadre : agressivité, anonymat et dérives discursives

Certains utilisateurs de la plateforme communale perturbent les discussions par des commentaires inappropriés, agressent verbalement d'autres internautes et versent dans la provocation. En bref, ils sèment le trouble dans les commentaires de publications sur Internet. Dans les cas les plus inoffensifs, les trolls sont simplement agaçants (Bishop, 2014). Mais dans les cas les plus graves, ils alimentent une cabale diffamatoire, voire propagent des fake news. Cette cyberviolence, également connue sous le nom de cyberharcèlement, est palpable, dans notre cas de figure, via 2 diffamations contre l'adjoint au maire, 10 insultes, 7 critiques acerbes et 6 Pseudonymes, 13 émoticônes rire aux larmes 😂, un émoticône triste, 😞, 1

remerciement que nous avons recensé au mois de février 2023, un mois avant la dissolution du conseil municipal, démocratiquement élu.

Graphique N°6 : Les commentaires des internautes sur la page de la commune.



Source : personnelle -

Parmi les insultes nous avons dégagé « جلسات الكذب والتبليغ احشمو علي روحكم » qu'on peut traduire par « *des réunions de mensonges et d'hypocrisie, honte à vous !* » ou « كلمة الحق تمسحوها » qu'on peut traduire par « vous dissimuler la vérité, honte à vous, vous n'êtes pas des êtres humains » ou « مجلس بلدي فاشل Dégage », qui signifie littéralement « un conseil municipal lamentable, propre à rien » ou « مسرحية فاشلة » qui signifie littéralement une mascarade, une pièce de théâtre de mauvais goût.

L'agressivité sociale s'exprime sur la plateforme communale de la manière la plus désinhibée qui soit. On s'y insulte, on s'y crache au visage symboliquement. Ce qui motive ces comportements agressifs à se développer, c'est surtout l'anonymat, qui permet aux internautes de parler ou d'agir, de braver des interdits et de (tenter) d'échapper à la répression qui menace leur liberté, leur emploi ou leur vie (Halmos, 2022). L'anonymat, propice à la cyberintimidation (Whittaker et Kowalski, 2015), est le

fait de se sentir à l'abri derrière son écran, se présentant derrière un pseudonyme, sans personne pour nous observer, libère nos pulsions d'agressivité. Il y a une déresponsabilisation de nos propos et un manque de considération ou de compassion pour la personne qui va recevoir nos écrits. Pourtant « L'anonymat fait partie des éléments qui constituent le fonctionnement normal d'une démocratie », a estimé Babinet, *digital champion* pour la France, sur l'antenne de BFM Business, le 20 octobre 2020 (bfmtv.com, 2020). Persily (2019) décrit cela comme un "engagement non responsable", où il n'est pas clair non seulement qui parle, mais aussi si le discours provient d'une personne réelle. L'usage hyperbolique de l'emoji rire aux larmes 😂, (13 occurrences) transpose la discussion dans un autre terrain que celui de la gouvernance locale de l'e-participation ou même de la communication institutionnelle pour se trouver dans une arène de règlement de compte, de dénigrement, voire de cyberintimidation. Et là nous quittons l'espace ludique et décoratif des émojis pour pénétrer dans celui de la sémiotique, qui repose sur l'ambiguïté de l'emoji : une image peut signifier plusieurs choses et peut être interprétée de façon plus large qu'un message linguistique (Turcan, 2014). Il est donc clair que les émoticônes montrent que certaines productions « non verbales » peuvent remplir les mêmes fonctions que les productions « verbales » (Halté, 2016) et rejoignent ainsi le concert des insultes et les trolls dont regorge la plateforme communale.

De la communication légère à l'expression hostile : usages détournés des émojis à Djerba

Le terme « emoji » est une combinaison des termes japonais 絵 (e = image), 文 (mo = écriture) et 字 (ji = caractère) (Hakami, 2017) peuvent apparaître dans les SMS, les e-mails et sur les plateformes de réseaux sociaux. Ces personnages sont généralement compris comme une forme de communication légère, presque comique, mais ils ont une histoire socio-économique riche et complexe qui précède la gamme d'appareils mobiles où ils apparaissent couramment (Alloing & Pierre, 2017).

Ces symboles font un travail considérable pour souligner le ton, introduire de l'humour et donner aux individus un moyen rapide et efficace d'apporter de la couleur et de la personnalité dans des espaces de texte en réseau autrement monochromes (Stark and Crawford, 2015).

Cependant, le contexte local fait détourner ses émojis, à la base ludiques, de leurs valeurs initiales pour devenir objet de sarcasme et de dérision à l'encontre des publications de la commune sur sa page facebook. Parmi les facteurs qui expliquent cette agressivité voire cette haine on trouve, d'abord, l'anonymat. Certains utilisateurs de la plateforme se sentent, en effet, plus enclins à être agressifs lorsqu'ils sont anonymes, car ils pensent qu'ils ne seront pas tenus responsables de leurs actions. D'ailleurs on dénombre 6 comptes Facebook au mois de février avec des noms fictifs comme Gigi Tomson, « مستواك منحنط » (ton niveau est déplorable), « Houmet Souk Jerba », « الباب الباب الباب الباب » (La porte, la porte, la porte, la porte), mounir Momo, Mohamed Meh, Zarr Ga, etc.

L'utilisation de comptes Facebook avec un pseudonyme ou un nom fictif peut avoir différentes motivations, et les raisons varient d'une personne à l'autre. Certains pour protéger leur vie privée, d'autres pour éviter le harcèlement, d'autres encore pour la sécurité professionnelle, d'autres enfin, pour essayer quelque chose de nouveau ou pour s'amuser en ligne sans nécessairement s'engager avec leur identité réelle (Bourdache & Lanseur, 2020).

Un second facteur explicatif majeur est la polarisation discursive. Un phénomène en plein essor où les utilisateurs sur la plateforme communale se divisent en groupes distincts qui ont des opinions, des croyances et des valeurs opposées ou très divergentes. On note d'ailleurs des contributions négatives (insultes, critiques acerbes, diffamation, émojis sarcastiques, commentaires hors sujet, etc... et d'autres positives (remerciements, j'aime, j'adore, remerciements. Si l'on exclut les *j'aime* et les *j'adore* qui ne signifient pas toujours l'engagement de la communauté (Reynaud, 2020), la balance penche du côté des commentaires négatifs (38) sur ceux positifs. Cette polarisation s'explique en partie par l'atmosphère qui règne dans le conseil municipal entre islamistes et anti-islamistes (Gobe, 2020). C'est en quelque sorte l'écho de la même atmosphère qui règne, alors, dans l'assemblée du peuple où la polarité a atteint un tel paroxysme qu'on assiste à un débat de sourds suite aux contestations successives du Parti Destourien Libre (PDL) qui fustige notamment « l'islamisation du Parlement » et la mainmise de son président Rached Ghannouchi sur le paysage politique en Tunisie (Jlassi, La presse, 2021).

Les débats politiques et sociaux sur la plateforme communale sont de plus en plus polarisés, ce qui peut augmenter l'agressivité et les conflits en ligne, surtout avec un conseil municipal hétérogène.

Il en découle que les médias sociaux, en l'occurrence Facebook, se trouvent à l'avant-scène de ces déchirements, à la fois comme théâtres (et parfois comme moteurs) des affrontements et en tant que lieux de radicalisation. Selon Karim bouzouita, les plateformes de médias sociaux utilisent souvent des algorithmes qui déterminent quel contenu est affiché dans le fil d'actualité de chaque utilisateur afin de maximiser l'engagement. En effet, Facebook a introduit en 2021 un nouvel algorithme d'apprentissage automatique appelé « Relevance and Ranking in the Feed » pour améliorer la personnalisation du contenu, en prenant en compte les préférences individuelles de chaque utilisateur (engineering.fb.com/2021). Cet algorithme analyse un large éventail de signaux et d'informations pour classer les publications et présenter celles qui sont les plus pertinentes pour chaque utilisateur. Cela peut créer des bulles de filtrage où les utilisateurs sont principalement exposés à des points de vue similaires aux leurs, renforçant ainsi leurs croyances et opinions existantes. De cette manière la plateforme communale se transforme en une arène d'internautes anti-conseil municipal, voire un outil formidable pour générer de la détestation (Bouzouita, 2022). On cite à ce propos, la campagne de dénigrement sur la page officielle de la commune à l'encontre de l'adjoint du maire (Maître Missaoui) et de sa femme en les taxant de clowns et en brandissant le leitmotiv de la Révolution « Dégage » au visage du conseil municipal, jugés sans aucune forme de procès « déplorable ».

Une participation sans prise : l'impasse dialogique de la gouvernance numérique locale

Compte tenu des liens hypertextes (2 liens uniquement) publiés par les administrateurs de la page pour assister à une réunions ordinaire du conseil municipal (<https://meet.google.com/cmj-ajon-bzf>) ou participer à un questionnaire en ligne (<https://surveyheart.com/form/63ea8c3a16117d072b2434ec>), il y a lieu de noter sans ambages, la faible gouvernance locale participative sur la plateforme communale. Il

en découle, en effet, que les citoyens ont peu d'influence sur les décisions qui les concernent directement au niveau local. Cela est dû à de nombreuses raisons :

D'abord, le manque de représentativité surtout quand on sait que sur les 136 répondants de l'enquête, toutes catégories socioprofessionnelles confondues qui consultent la plateforme communale Facebook quelques fois par mois ou rarement il y a 0,7% d'investisseurs, 0,7% d'entrepreneurs, 0,7 % de retraités, 0,7 % de médias, 1,5% de résidents européens, 2,2% de demandeurs d'emploi. Toutes ses catégories constituent des acteurs incontournables pour l'attractivité du territoire insulaire dans la mesure ils sont à même d'attirer et à retenir les facteurs mobiles de production (Poirot et Gérardin, 2010).

Si la gouvernance locale, représentée par la commune de Djerba Houmt Souk, ne permet pas une participation significative des citoyens, toute catégorie socio-professionnelle confondue, les décisions prises peuvent ne pas refléter les besoins et les préoccupations réelles de la communauté locale. Cela peut entraîner un sentiment de frustration et de déconnexion entre les citoyens et leurs dirigeants locaux, et donc, absence de redevabilité, condition sine qua non du bon fonctionnement de l'autorité locale (OCDE, 2018).

Ensuite, lorsque les citoyens ont l'impression que leur participation n'a pas d'impact, ils peuvent devenir désengagés et apathiques par rapport à la politique locale. Le désintérêt citoyen peut entraîner une baisse de l'engagement civique. De ce fait, le débat public et le militantisme peuvent devenir l'affaire d'une minorité (Charbonneau, 2005).

De plus, une gouvernance locale peu participative peut créer un environnement propice à la corruption ou à l'abus de pouvoir, car il y a moins de contrôle et de responsabilité publique et de redevabilité sociale. C'est en tout cas aller à l'encontre des stratégies de l'Etat qui a participé en 2019 en collaboration avec l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) à un scan de vulnérabilité à la corruption qui vise à identifier des processus spécifiques au sein des institutions pouvant être vulnérables à la corruption.

Enfin, la gouvernance locale participative peut être affectée par l'absence de ressources humaines adéquates. Le manque d'un gestionnaire de communauté (Community manager) pour gérer et animer la page officielle Facebook de la commune serait, à ce propos, une entrave au processus de démocratie locale entamé au lendemain du soulèvement de 2011. La commune ne dispose, à la date de l'enquête, que de deux agents assurant cette fonction : Med Zammouri (chef du service des travaux et de la voirie) et Moez Jaballah (technicien en électricité, n'ayant pas encore achevé son cursus universitaire).

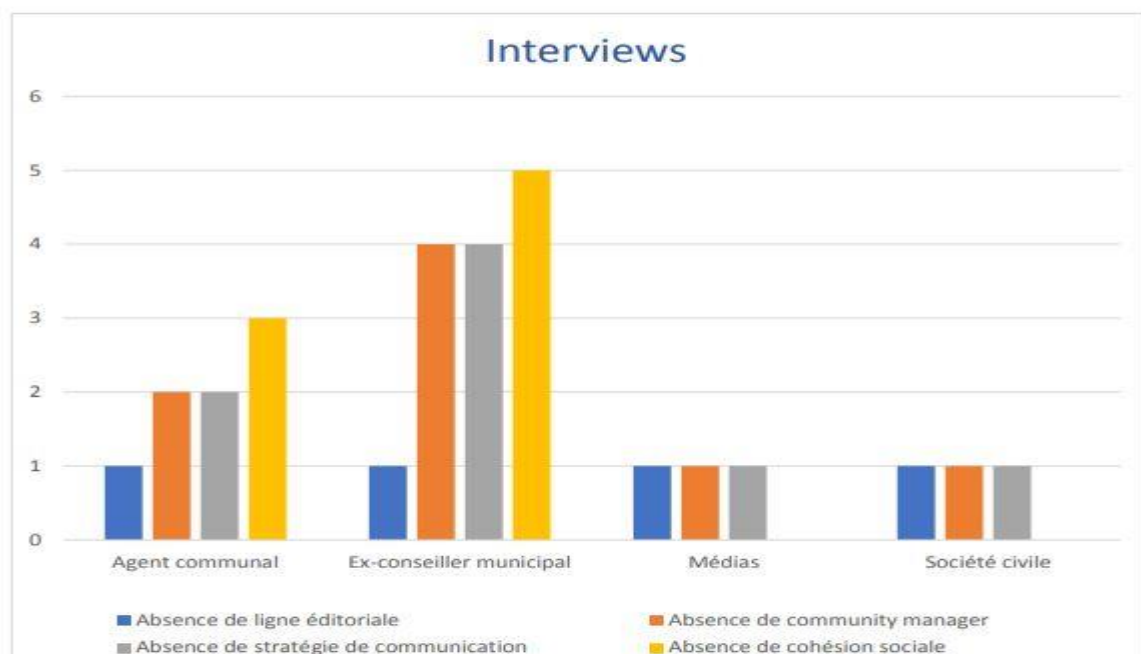
Ces deux derniers affirmant lors d'un entretien semi-directif ne pas avoir eu une formation au préalable pour gérer la page, se dédouanent en quelque sorte des critiques émises à leur encontre par le conseil municipal ou par leurs collègues de l'administration communale quant au contenu trop controversé par les internautes. Marwa Ben Azaiez, agente communale chargée du service d'aménagement des études urbaines s'explique en ces termes :

« Les annonces des réunions publiques sont courtes et écrites de manière publicitaire. On accède à message institutionnel traditionnel, très formel, qui ressemble à une lettre officielle envoyée par l'administration »

En cela, elle rejoint Faouzi Boussoffara, architecte urbain, adjoint du maire et président d'une liste indépendante qui affirme :

« Cela montre clairement que même s'ils utilisent les nouveaux médias, les agents municipaux restent attachés à la forme traditionnelle de communication. »

Graphique N°7 : L'absence d'un community manager est une priorité chez toutes les personnes interrogées. Source : l'auteur.



« La page communale devient donc une arène sur laquelle les messages sont disséminés » au dire de Ismail Kouniali Activiste dans la société civile (Association de la protection du consommateur) et administrateur du groupe Jerba Action qui dépasse de loin la page de la commune en termes de nombre de fans (87,6 K). Les Community managers y publient des invitations aux réunions ainsi que les informations sur les réunions qui ont déjà eu lieu. Ils postent aussi des messages pour décrire les activités du service de la propreté essentiellement. Par contre, « les administrateurs du groupe semblent avoir oublié que fournir des informations, ce n'est pas lancer un débat » comme le souligne l'universitaire Mariem Fitouri, ex-élue d'une liste indépendante.

Pour Ridha Boubridaa, chargé de la gestion des infrastructures sportives et culturelles « on ne peut pas être en même temps au four et au moulin ». On ne peut pas faire deux tâches en même temps, être agent et gestionnaire de la page.

Nous avons essayé comparer le poste d'un Community manager relevant de la Commune de Djerba Houmt Souk avec celui de la communauté de Communes Brenne-val de creuse (Dans l'Indre (36)). Julien Domagala, l'animateur du site et l'application Intramuros, est un cadre dédié à cette tâche affirme avoir été formé pour gérer le Site et l'application ainsi que la page Facebook de la Communauté de

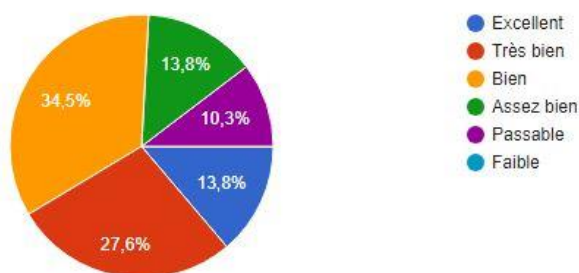
communes. Le choix d'un Community est un choix stratégique qui a un impact sur l'image et la réputation d'une collectivité locale. « Depuis l'utilisation de l'application IntraMuros, affirme, Julien Domagala, nous pouvons attester que la gestion faite par les communes renvoie une image très positive de la CDC. Ce n'est pas un hasard si les citoyens entretiennent de bon rapport avec les agents territoriaux de la Communauté de Commune.

Graphique N°8 : la qualité de la communication entre les citoyens et les agents territoriaux dans la Communauté de communes Brenne-val de creuse. Source : l'auteur.

17. Comment évaluez-vous le rapport que vous entretenez avec les agents territoriaux de la Communauté de Communes?

 Copier

29 réponses



Il en découle d'après ce benchmarking que les deux principales missions d'un Community manager consistent tout d'abord dans le développement et la gestion de la page de la commune puis dans l'amélioration de la cohésion de ses usagers (Savarieau et Guégan, 2017). Dans le cas de la Commune de Djerba Houmt Souk on rencontre la figure d'un Community manager dit « couteau-suisse » (Galibert et Peirot, 2017) touchant à l'ensemble de la politique de communication numérique, faire de la veille informationnelle, informer, relayer, modérer, impliquer, poster les avis et les photos et réactif sans avoir les compétences pour le faire. Nous nous demandons comment un agent pareil pourrait promouvoir la démocratie participative ?

Les 17 personnes interviewées (agents communaux, ex-élus, médias locaux et société civile) ont tous mis l'accent cette lacune qu'est l'absence d'un gestionnaire de communauté attiré et que cela a conduit vers un contenu très peu attrayant et par

conséquent très peu consulté par les usagers en l'occurrence ceux qui en sont proches (agents communaux et édiles).

Le rôle d'un Community manager est donc primordial pour maintes raisons. D'abord, pour modérer le contenu inapproprié ou offensant (insultes à l'encontre du conseil municipal, diffamation contre l'adjoint au maire Maitre (Missaoui), critiques acerbes à l'encontre de l'administration communale après chaque publication, etc...). Ensuite, pour identifier et limiter la propagation de la désinformation en l'occurrence celle qui en rapport avec la répartition des zones touchées par le PDL (Plan de Développement locale). Enfin, un vide pareil peut nuire à la réputation de la plateforme. Les utilisateurs peuvent la considérer comme un endroit non sûr ou non fiable. C'est cela qui explique que 65% des personnes répondants au questionnaire en ligne considèrent que les informations sur la page officielle sont entre peu utiles et pertinentes et pas du tout utiles et pertinentes. Toujours est-il que le problème du community manager de la commune de Djerba Houmt Souk soulève un problème général, c'est celui des communicants publics, en l'occurrence les communicants municipaux (Le Cercle des Communicants et des Journalistes Francophones, 2020). D'ailleurs, l' élu qui a présidé la commission de la communication de l'information, affirme elle-même son incapacité d'endosser ce rôle et le conseille l'a laissée toute seule sans accompagnement, ni encadrement. Ce qui pose le problème de l'inadéquation de répartition des portefeuilles pendant l'investiture du conseil municipal au début du mandat, basé, du reste, non sur la compétence mais sur l'allégeance clanique (De Sardan 2016).

Conclusion

En synthèse, cette étude de cas de la page officielle Facebook de la commune de Djerba Houmt Souk met en évidence une tension structurelle entre la vocation participative affichée de la plateforme communale et la réalité observable des échanges en ligne. La page fonctionne davantage comme une vitrine institutionnelle unilatérale que comme un espace de gouvernance locale dialogique : faible taux d'engagement (2,02 %), forte prévalence de commentaires négatifs, absence quasi-totale de retour institutionnel aux critiques citoyennes, et montée d'une conflictualité discursive alimentée tant par des dynamiques politiques locales que par les logiques

algorithmiques de la plateforme. Plusieurs limites méthodologiques doivent cependant être signalées.

En premier lieu, un biais d'échantillonnage est inhérent à la démarche : les individus actifs sur la page Facebook ne sont pas représentatifs de l'ensemble de la population locale, et les perspectives des citoyens non connectés demeurent invisibilisées dans le corpus.

En second lieu, un biais d'engagement doit être pris en compte : les interactions observables sur la plateforme (commentaires, réactions) relèvent souvent de registres émotionnels et non de délibérations argumentées, ce qui peut conduire à une surreprésentation des expressions polarisées dans le corpus.

En troisième lieu, la médiation algorithmique de Facebook constitue une variable confondante : l'algorithme de la plateforme module la visibilité des publications en fonction des signaux d'engagement, ce qui peut amplifier les contenus conflictuels au détriment des échanges plus mesurés.

Enfin, la triangulation des données — entre analyse de contenu, questionnaire quantitatif et entretiens qualitatifs — s'avère indispensable pour rendre compte de la complexité des dynamiques participatives. Les interactions en ligne ne constituent qu'un segment visible d'une réalité communicationnelle bien plus large.

La présence de comportements trollesques et de désinformation sur la plateforme constitue par ailleurs une limite analytique spécifique : elle complique la distinction entre opinions sincères et provocations calculées.

Ces limites dessinent des perspectives de recherche : une étude longitudinale permettrait de mesurer l'évolution des pratiques communicationnelles au fil du temps, tandis qu'une approche comparative inter-communes fournirait les bases d'une montée en généralité des résultats à l'échelle du territoire djerbien.

Références bibliographiques

- Aal, K., Schorch, M., Elkilani, E., Ben Hadj, & Wulf, V. (2018). Facebook and the mass media in Tunisia. *Media in Action: Interdisciplinary Journal on Cooperative Media*, 2018(1), 135–168.
- Alloing, C. (2016). La fabrique des réputations selon Google. *Communication & Langages*, 188, 101–122.
- Alloing, C., & Pierre, J. (2017). *Le Web affectif : Une économie numérique des émotions*. INA Éditions.
- Alqudsi-Ghabra, T. (2012). Creative use of social media in the revolutions of Tunisia, Egypt & Libya. *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 6(6), 147–158.
- Beauvisage, T., & Mellet, K. (2016). Travailleurs du like, faussaires de l'e-réputation. *Réseaux*, 197-198.
- Ben Saad-Dusseaut, F. (2015). La Tunisie aux urnes : Le rôle des réseaux sociaux dans la transformation post-dictature. *Communication & Organisation*, 47, 254–270. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.4985>
- Bishop, J. (2014). Representations of “trolls” in mass media communication: A review of media-texts and moral panics relating to “internet trolling.” *International Journal of Web Based Communities*, 10(1), 7–24. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2014.058384>
- Blanc, T., & Carpentier, I. (2018). *Élections municipales en Tunisie, territorialité du vote et enjeux de décentralisation*. <https://shs.hal.science/halshs-02131479>
- Bourdache, A., & Lanseur, S. (2020). Le pseudonyme : Reflet d'identité sur le web social ? *Studii de Gramatică Contrastivă*, 1, 114–131.
- Bouzouita, K. (2022). Tunisie : « Facebook est un outil formidable pour générer de la détestation ». *Jeune Afrique*. <https://www.jeuneafrique.com/1343443/politique/tunisie-facebook-est-un-outil-formidable-pour-generer-de-la-detestation/>

- Breuer, A., Landman, T., & Farquhar, D. (2015). Social media and protest mobilization: Evidence from the Tunisian revolution. *Democratization*, 22(4), 764–792. <https://doi.org/10.1080/13510347.2014.885505>
- Cavatorta, F., & Mekki, N. (2021). How can we agree on anything in this environment? Tunisian media, transition and elite compromises: A view from parliament. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/19401612211018088>
- Charbonneau, J.-P. (2005). De la démocratie sans le peuple à la démocratie avec le peuple. *Éthique Publique*, 7(1). <https://journals.openedition.org/ethiquepublique/1969>
- Coutant, A., & Stenger, T. (2012). Les médias sociaux : Une histoire de participation. *Le Temps des Médias*, 18, 76–86.
- Couturier, B. (2022). La démocratie malade des réseaux sociaux. *Constructif*, 61, 37–40.
- De Sardan, J.-P. O. (2016). Allégeance clanique contre citoyenneté ? *Revue Projet*, 351, 30–38.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. In W. H. Dutton (Éd.), *The Oxford handbook of Internet studies* (pp. 151–172). Oxford University Press.
- Farinós Dasí, J.-F. (2009). Le défi, le besoin et le mythe de la participation à la planification du développement territorial durable. *L'Information Géographique*, 73(2), 89–111.
- Galibert, O., & Peirot, N. (2017). Entre « encadrement » et « débordement » : Une approche des enjeux du community management dans le champ de la démocratie locale. *Communiquer : Revue de Communication Sociale et Publique*, 21, 59–77. <https://doi.org/10.4000/communiquer.2166>
- Gardère, E. (2012). Institution communicante et nouveau management public. *Communication & Organisation*, 41, 27–39.
- Gardère, E., & Bessières, D. (2020). *Action publique, communication et management*. L'Harmattan.

- Gardère, J.-P. (2006). *Démocratie participative et communication de proximité en aménagement urbain* [Thèse de doctorat, Université de Bordeaux 3].
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348–1365. <https://doi.org/10.1177/1461444812472322>
- Gobe, E. (2020). Tunisie 2019 : Chronique d'une surprise électorale annoncée. *L'Année du Maghreb*, 23, 327–353. <https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.6811>
- Goirand, C. (2015). Rituels démocratiques et mise en scène de la participation populaire dans les assemblées du budget participatif à Recife (Brésil). *Participations*, 11.
- Guignard, T., & Le Caroff, C. (2020). Gouvernamentalité et plateformes numériques : L'influence de Facebook sur la participation et les médias d'actualité. *Études de Communication*, 55, 135–158.
- Habermas, J. (1997). *Droit et démocratie : Entre faits et normes* (R. Rochlitz & C. Bouchindhomme, Trad.). Gallimard.
- Hafez, K. (2008). *Arab media: Power and weakness*. Continuum.
- Hakami, S. A. (2017). The importance of understanding emoji: An investigative study. *Research Topics in HCI*, 1–20.
- Halmos, C. (2022, décembre 10). L'anonymat sur les réseaux sociaux est-il un facteur de liberté ? *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2022/12/10/l-anonymat-sur-les-reseaux-sociaux-est-il-un-facteur-de-liberte-la-psychanalyste-claude-halmos-repond_6153783_4497916.html
- Halté, P. (2016). Enjeux pragmatiques et sémiotiques de l'étude des émoticônes. *Réseaux*, 197-198, 227–252.
- Hernandez, S., & Hamlaoui, C. (2023). *La participation citoyenne dans la gouvernance locale, une manifestation d'idéologie territoriale ? Une illustration tunisienne : le cas de la municipalité du Bardo* [Prépublication]. HAL. <https://hal.science/hal-03967799>

- Hostrup Haugbølle, R. (2013). Rethinking the role of the media in the Tunisian revolution. In N. Gana (Éd.), *The making of the Tunisian revolution* (pp. 112–193). University of Edinburgh Press.
- Howard, P., & Hussein, M. (2011). The role of digital media. *Journal of Democracy*, 22(3), 35–48. <https://doi.org/10.1353/jod.2011.0041>
- Jlassi, K. (2021, mars). Chaos et violence à l'ARP : Qui sifflera la fin de la récréation ? *La Presse de Tunisie*. <https://lapresse.tn/100474/chaos-et-violence-a-larp-qui-sifflera-la-fin-de-la-recreation/>
- Kahlaoui, T. (2013). The powers of social media. In N. Gana (Éd.), *The making of the Tunisian revolution* (pp. 147–158). University of Edinburgh Press.
- Lafon, B. (2017). Médias sociaux : L'extension du domaine médiatique par l'industrialisation du relationnel. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 17(3A), 53–64.
- Le Cercle des Communicants et des Journalistes Francophones. (2020, 11 février). *La communication publique accompagne les changements comportementaux par la promotion de certaines valeurs* [Entretien avec Jean-Baptiste Le Corf]. <https://cercledescommunicants.com/2020/02/11/la-communication-publique-accompagne-les-changements-comportementaux-par-la-promotion-de-certaines-valeurs-jean-baptiste-le-corf/>
- Lecomte, R. (2011). Révolution tunisienne et Internet : Le rôle des médias sociaux. *L'Année du Maghreb*, 7, 389–418. <https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.1288>
- Lynch, M. (2006). *Voices of the new Arab public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East politics today*. Columbia University Press.
- Lynch, M. (2011, janvier 15). Tunisia and the new Arab media space. *Foreign Policy*. <http://lynch.foreignpolicy.com>
- Mabi, C. (2021). Quel(s) numérique(s) pour la démocratie ? *Cahiers de l'Action*, 57.
- Mégard, D. (2005). Sur les chemins de la communication publique. *Les Cahiers Dynamiques*, 35, 26–30.
- Miladi, N. (2013, janvier). Tunisia: A media led revolution? *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2011/1/17/tunisia-a-media-led-revolution>

- Millette, L. (2013). Information et médias sociaux, les défis de la qualité. *Éthique Publique*, 15(1). <https://doi.org/10.4000/ethiquepublique.1081>
- Mimeche, W., Fallery, B., & Rodhain, F. (2015). Construction de l'identité numérique sur les médias sociaux. *Management des Technologies Organisationnelles*, 4, 63–76.
- OCDE. (2018). *Bonne gouvernance au niveau local pour accroître la transparence et la redevabilité dans la prestation de services : Expériences de Tunisie et d'ailleurs*. <https://www.oecd.org/mena/governance/bonne-gouvernance-au-niveau-local-tunisie.pdf>
- OCDE. (2019a). *Évaluation des plateformes numériques de participation citoyenne en Tunisie*. Éditions OCDE.
- OCDE. (2019b). Les médias en ligne en Tunisie. Dans *Voix citoyenne en Tunisie* (pp. 103–123). Éditions OCDE.
- O'Neill, N. (2011, janvier 24). How Facebook kept the Tunisian revolution alive. *All Facebook*. <http://www.allfacebook.com/how-facebook-kept-the-tunisian-revolution-alive-2011-01>
- Persily, N. (2019). *The Internet's challenge to democracy: Framing the problem and assessing reforms*. Kofi Annan Foundation.
- Poirot, J., & Gérardin, H. (2010). L'attractivité des territoires : Un concept multidimensionnel. *Mondes en Développement*, 149, 27–41.
- Reynaud, V. (2020). *Présence sociale et engagement d'une communauté Facebook* [Mémoire de master non publié]. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03151885>
- Richaud, C. (2017). Réseaux sociaux : Nouveaux espaces de contestation et de reconstruction de la politique ? *Les Nouveaux Cahiers du Conseil Constitutionnel*, 57, 29–44.
- Rinnawi, K. (2006). *Instant nationalism: McArabism, Al-Jazeera, and transnational media in the Arab world*. University Press of America.
- Savarieau, B., & Guégan, J. (2017). Le community manager ou animateur de communauté Web : Quel nouvel acteur de la formation à distance ? *Distances et Médiations des Savoirs*, 18. <https://doi.org/10.4000/dms.1845>

- Schroder, K., Drotner, K., Kline, S., & Murray, C. (2003). *Researching audiences*. Arnold Publishers.
- Seib, P. (2008). *The Al Jazeera effect: How the new global media are reshaping world politics*. Potomac Books.
- Smouts, M.-C. (Éd.). (1998). *Les nouvelles relations internationales : Pratiques et théories*. Presses de Sciences Po.
- Som, J.-D., & De Facci, D. (2017). La démocratie au concret : Les enjeux politiques et territoriaux de la mise en place du budget participatif dans la Tunisie post-Ben Ali (2011-2016). *L'Année du Maghreb*, 16. <https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.3067>
- Stark, L., & Crawford, K. (2015). The conservatism of emoji: Work, affect, and communication. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604853>
- Tian, Y., Galery, T., Dulcinati, G., Molimpakis, E., & Sun, C. (2017). Facebook sentiment: Reactions and emojis. In *Proceedings of the Fifth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media* (pp. 11–16). Association for Computational Linguistics.
- Turcan, M. (2014, août). Les émojis sont en train de créer un nouveau langage. *Les Inrockuptibles*. <http://www.lesinrocks.com/2014/08/21/medias/les-emoji-en-train-creer-nouveau-langage-11520266/>
- Viallon, P., & Gardère, E. (Dir.). (2020). *Médias dits sociaux ou médias dissociants*. De Boeck.
- Whittaker, E., & Kowalski, R. M. (2015). Cyberbullying via social media. *Journal of School Violence*, 14(1), 11–29. <https://doi.org/10.1080/15388220.2014.949377>
- Yousfi, H. (2017). *Redessiner les relations État/collectivités locales en Tunisie : Enjeux socio-culturels et institutionnels du projet de décentralisation*. Éditions AFD.

Liste des graphiques:

- Graphique N°1: les réactions des internautes sur la page officielle de la commune.

- Graphique N°2: la fréquence de la consultation de la page par les internautes.
- Graphique N°3 : l'impact de la page sur la gouvernance locale participative
- Graphique N°4 : l'utilité et la pertinence des informations sur la page
- Graphique N°5 : Evaluation des réactions sur la page
- Graphique N°6: Les commentaires des internautes sur la page de la commune.
- Graphique N°7: L'absence d'un community manager est une priorité chez toutes les personnes interrogées.
- Graphique N°8 : la qualité de la communication entre les citoyens et les agents territoriaux dans la Communauté de Communes Brenne-val de creuse

- **Liste des schéma:**

- Schéma N°1 : La pyramide des objectifs liés à une communication interne de Rencker

Résumés:

Français:

Cet article examine la page officielle Facebook de la commune de Djerba Houmt Souk sous l'angle de la gouvernance locale participative. S'appuyant sur une approche quali-quantitative — analyse de contenu des publications du mois de février 2023, questionnaire en ligne (136 répondants) et entretiens semi-directifs (22 personnes) — , il interroge le rôle effectif que joue la plateforme communale dans la mise en œuvre d'une démocratie locale participative.

Les résultats révèlent une tension structurelle entre la vocation participative affichée de la page et la réalité des pratiques communicationnelles observées. La plateforme fonctionne avant tout comme une vitrine institutionnelle unilatérale : le taux d'engagement demeure très faible (2,02 %), les commentaires critiques sont massivement laissés sans réponse, et les échanges se caractérisent par une forte conflictualité discursive nourrie de logiques algorithmiques et de clivages politiques locaux. L'absence d'un gestionnaire de communauté professionnel apparaît comme un facteur aggravant de cette impasse dialogique.

Ces résultats plaident pour une réorientation stratégique de la communication numérique des collectivités locales tunisiennes, articulant professionnalisation des équipes, revalorisation du contenu éditorial et mise en place de dispositifs de retour institutionnel structuré.

Mots-clés

Gouvernance locale, médias sociaux, pages Facebook, participation citoyenne, vitrine institutionnelle, arène conflictuelle

administration locale, communication en ligne

Anglais :

This article is in the field of research on the use of Facebook Pages as potential platforms for participatory local governance. It is based on a case study of the official page of the commune of Djerba Houmt Souk. Our research approach combines both quantitative analysis of online data and interactions, as well as qualitative interviews conducted with various actors, including communal agents, former leaders, page administrators and concerned citizens. This holistic approach allows us to capture both the general trends and the complex nuances of the use of these Facebook pages for local governance.

The results of our study reveal that, on the one hand, these pages can indeed facilitate citizen participation in local life. However, on the other hand, they can also become the scene of acrimonious debates and divisions within the local community. This article explores the dynamics underlying these phenomena and highlights the need for careful management of these pages to maximize the benefits while minimizing the risks associated with their use.

Overall, this research aims to better understand how social media, in particular local government Facebook Pages, can contribute to participatory governance while highlighting the associated challenges and opportunities. Ultimately, this should help local authorities develop effective strategies for leveraging these digital platforms as part of their engagement with citizens and management of local affairs.

Key words

Local governance, social media, facebook pages, citizen participation, local administration, online communication.

العربية

يتنزل هذا المقال ضمن مجال البحث حول استخدام صفحات الفيسبوك كمنصات ممكنة للحكم المحلي التشاركي. ويرتكز المقال على دراسة وضعية الصفحة الرسمية لبلدية جربة حومة السوق. يقوم النهج البحثي على الجمع بين التحليل الكمي للبيانات وتفاعلات المواطنين عبر المنصة الفيسبوكية الرسمية للبلدية، بالإضافة إلى المقابلات النوعية التي تم إجراؤها مع مختلف أصحاب المصلحة، بما في ذلك موظفو البلدية وأعضاء المجلس البلدي السابقين ومديري الصفحة الرسمية والمواطنين المعنيين. يتيح لنا هذا النهج الشامل فهم الاتجاهات العامة والفروق الدقيقة المعقدة لاستخدام صفحات الفيسبوك في الحكم المحلي.

تكشف نتائج دراستنا أنه من ناحية، يمكن لهذه الصفحات أن تسهل بشكل فعال مشاركة المواطنين في الحياة المحلية. ومن ناحية أخرى، يمكن أن تصبح أيضًا مسرحًا لمناقشات وانقسامات حادة داخل المجتمع المحلي. تستكشف هذه المقالة الديناميكيات الكامنة وراء هذه الظواهر وتسلط الضوء على الحاجة إلى إدارة هذه الصفحات بعناية لتحقيق أقصى قدر من الفوائد مع تقليل المخاطر المرتبطة باستخدامها.

بشكل عام، يهدف هذا البحث إلى فهم أفضل لكيفية مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة صفحات الفيسبوك الحكومية المحلية، في الحكم التشاركي مع تسليط الضوء على التحديات والفرص المرتبطة بها. وفي نهاية المطاف، ينبغي أن يساعد ذلك السلطات المحلية على تطوير استراتيجيات فعالة للاستفادة من هذه المنصات الرقمية كجزء من مشاركتها مع المواطنين وإدارة الشأن العام المحلي.

الكلمات المفتاحية

الحكم المحلي، وسائل التواصل الاجتماعي، صفحات فيسبوك، مشاركة المواطنين، الإدارة المحلية، التواصل عبر الإنترنت