

## Les oulémas syriens à la recherche d'une audience virtuelle

Ermete Mariani

En sus d'un accès tardif au réseau internet, les Syriens sont également confrontés à des contraintes économiques, techniques et politiques spécifiques. Elles limitent la diffusion de cette technique, sans pour autant exclure totalement la production en ligne de savoir, y compris dans le domaine religieux. Compte tenu de ce contexte bien particulier, quelles peuvent être, dans ce pays, les conséquences politiques et culturelles, au moins à court terme, de la globalisation des moyens de communication ?

Afin de répondre, au moins partiellement, à cette question nous avons choisi de limiter notre objet d'étude aux stratégies de production et de communication du savoir religieux en Syrie. Plus précisément, nous essayons de comprendre pourquoi, comment et avec quels résultats, les oulémas<sup>1</sup> syriens résidant en Syrie ont ouvert des sites web et utilisent internet pour faire passer leurs messages. L'analyse de la production nous permet de déduire le rôle joué par le contexte politique

---

<sup>1</sup> « Etiqueter » les autorités religieuses islamiques n'est pas une tâche facile ! Mufti, cheikh, *duktûr*, *'âlim* (singulier de oulémas), imam, *dâ'i*, *khâtib* : ces termes ont des sens très divers en fonction des contextes dans lesquels ils sont employés et le mot imam par exemple n'a pas le même sens en Grande-Bretagne ou en Syrie. Pour cet article, nous avons retenu le terme d'ouléma (dans la transcription française) parce qu'il est le plus générique et qu'il nous permet d'intégrer au sein de cette « catégorie » des personnages très différents les uns des autres.

et économique ; en revanche l'étude des stratégies de communication met en évidence les connaissances que les oulémas ont des TIC et quels sont leurs souhaits. Dans cet article, nous n'analyserons pas la réception des messages et les usages du Web, non pas que nous les jugions inintéressants, mais parce que une étude de ce genre nécessite une méthodologie différente et des données statistiques détaillées, qui ne sont pas encore disponibles <sup>2</sup>.

Par ailleurs, notre hypothèse est qu'internet peut ouvrir de nouveaux espaces de débat public, tant au niveau local que transnational, et favoriser une certaine forme d'indépendance, y compris économique, des oulémas vis-à-vis des structures étatiques <sup>3</sup>. A observer des cheikhs médiatiques de renom, comme 'Amru Khaled et Yussef al-Qardawi, on note comment les investissements dans la communication et la promotion des sites web peuvent être rentables en terme d'image publique et avoir des retombées au niveau économique <sup>4</sup>. Toutefois, à lui seul le passage à internet ne suffit pas à déclencher un tel processus. Celui-ci nécessite une économie dynamique et des infrastructures développées : système bancaire, postes, médias et TIC. La preuve en est que 'Amru Khaled et Yussef al-Qardawi, véritables stars de l'islam virtuel, travaillent dans des contextes technologiquement développés où ils peuvent vendre à travers internet leurs « produits » (video, DVD, audio-cassettes, livres et collaboration), et que le cadre juridique leur permet d'ouvrir aisément des associations et ONG <sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Les grandes sociétés de marketing en ligne, comme Nielsen Net Ratings, qui sont les références en la matière n'ont pas encore développé des études pour le marché arabe. Cf. l'article de N. Chalhoub en page 19.

<sup>3</sup> Les hommes de religion en Syrie, musulmans comme chrétiens, sont, dans les faits, financés et sponsorisés par leurs communautés respectives, sinon directement par l'Etat à travers le ministère des Waqfs.

<sup>4</sup> L'exemple de Yussef al-Qardawi et de 'Amru Khaled montre comment une carrière dans les médias et/ou dans la finance islamique peut être facilité par le fait de posséder un public, notamment sur le Web. Cf. Mariani, Ermete, « Dal Corano al Web, la carriera mediatica di Amru Khaled », *Meridiana*, n° 52, 2005, p. 117-138 et « Yussuf al-Qardawi : pouvoir électronique, financier et symbolique », F. Mermier (ed.) *Mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe*, Paris, Maisonneuve & Larose, 2003, p. 195-204.

<sup>5</sup> 'Amru Khaled a ainsi fondé en 2004 à Birmingham (Grande-Bretagne) la Right Start Foundation, une organisation charitable qui anime des projets pour lutter contre le chômage, le tabagisme, l'utilisation des drogues dans le monde arabe. [www.rightstart.org.uk](http://www.rightstart.org.uk).

Ainsi, nous voudrions montrer à travers cette étude que le retard accumulé par la Syrie par rapport au développement des infrastructures techniques et dans le domaine des réformes économiques limite la production locale du savoir en ligne (notamment dans le domaine religieux), peut être plus encore que la censure, pourtant si souvent mise en avant pour justifier les faiblesses syriennes, et plus généralement arabes.

Dans le Web cohabitent des manières différentes de faire circuler les informations : médias de masse, blog, newsletters, e-mail, chatrooms, sites web personnels et institutionnels, journalistes indépendants... En autres termes, on y trouve, soit des individus qui échangent des informations entre eux (communication horizontale), soit des institutions (et/ou entreprises et/ou personnalités), qui utilisent internet pour diffuser des messages à une vaste audience (communication verticale). La censure peut intervenir facilement sur la communication verticale interdisant l'accès à des sites web ainsi que leur hébergement dans les serveurs locaux. En revanche, la dynamique des blogs syriens en arabe et en anglais montre bien comment le contrôle et la censure de la communication horizontale s'avèrent en définitive très coûteux et difficiles puisqu'il faut conserver et analyser tous les courriels, toutes les pages visualisées par les internautes, et cela alors que les utilisateurs développent sans cesse des techniques pour contourner la censure <sup>6</sup>.

Notre hypothèse est que, dans ce contexte spécifique, l'absence de soutien étatique pour le développement des TIC limite, *de facto*, la capacité de production des Syriens, parce que cette production nécessite des investissements importants et des infrastructures modernes. Ce n'est pas un hasard si les sites web en arabe les plus visités <sup>7</sup>, comme Maktoob <sup>8</sup> et al-Jazeera <sup>9</sup>, sont basés en Jordanie et au Qatar.

---

<sup>6</sup> Cf. le rapport publié par Human Rights Watch, *False Freedom: Online Censorship in the Middle East and North Africa*, novembre 2005. Disponible en ligne <http://hrw.org/reports/2005/mena1105/> (20/01/2006).

<sup>7</sup> Cf. Alexa "Top Sites Arabic" [www.alexa.com/site/ds/top\\_sites?ts\\_mode=lang&lang=ar](http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?ts_mode=lang&lang=ar) (20/10/2006).

<sup>8</sup> [www.maktoob.com](http://www.maktoob.com). Le premier site web à offrir le service e-mail en arabe.

<sup>9</sup> [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net). Le site de la télévision pan-arabe par satellite.

## **1. Méthodologie <sup>10</sup>**

Pour construire notre corpus, nous avons recherché sur les moteurs de recherche tous les sites web islamiques gérés par des Syriens résidant dans le pays <sup>11</sup>, en excluant donc ceux qui sont animés par des nationaux présents à l'étranger, dans la mesure où de tels sites ne sont pas directement régis par les contraintes politiques et économiques locales. Néanmoins, pour mieux comprendre les stratégies des acteurs locaux, il nous est apparu nécessaire d'introduire une dimension comparative, en nous référant à des stratégies de communication développées par des oulémas d'autres pays arabes, résidant ou non dans la région ('Amru Khaled et Yussef al-Qardawi notamment).

Les cinq sites web islamiques que nous avons retenus sont issus d'initiatives privées et peuvent tous être qualifiés de « sites sunnites modérés » <sup>12</sup>. Ce qualificatif signifie ici que les auteurs ne tiennent pas un discours politisé très critique à l'égard du pouvoir établi, à la différence par exemple des Frères musulmans <sup>13</sup>. Mais ils ne sont pas non plus ouvertement financés par le gouvernement syrien. Les sites et les carrières médiatiques à partir desquels nous avons choisi de construire notre étude sont donc ceux des cheikhs Said Ramadan

---

<sup>10</sup> Nous avons élaboré cette méthodologie en créant une base des données numérique sur les fatwas en ligne dans le cadre du projet de recherche du CNRS intitulé « Des communautés virtuelles ? Usages et appropriation des technologies de l'information et de la communication dans les réseaux transnationaux arabes et musulmans ».

<sup>11</sup> La recherche a été effectuée en octobre 2005 avec des mots clés en anglais, arabe et français sur les moteurs de recherche : Google [www.google.com](http://www.google.com), Yahoo [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) et Ayna [www.ayna.com](http://www.ayna.com).

<sup>12</sup> Le paysage religieux syrien est très diversifié. Approximativement, les musulmans représentent 89 % de la population (dont 75 % de sunnites, 11 % d'alaouites et 3,5 % de chiites duodécimains et ismaéliens). Les chrétiens – syriens orthodoxes, grecs orthodoxes, arméniens orthodoxes, arméniens catholiques, chaldéens, maronites, melkites, catholiques romans, protestants, coptes et syriens catholiques – forment 8,5 % de la population, les druzes, 1,7 %, les yazidis, 0,2 %, et il y a également une très petite communauté juive.

<sup>13</sup> Les principaux sites des Frères musulmans syriens à l'étranger sont : Jama'at al-Ikhawan al-Musulmoun en Syrie [www.jimsyr.com](http://www.jimsyr.com) (selon Easy Who Is [www.easywhois.com](http://www.easywhois.com) le site est enregistré en Syrie par Ali Bayanouni, leader du mouvement actuellement résidant à Londres, et hébergé aux Etats-Unis) ; al-Ikhwaan al-Muslimoun [www.ikhwanonline.com](http://www.ikhwanonline.com), site web des Frères musulmans dans le monde enregistré, selon Easy Who Is, aux Etats-Unis.

al-Bouti (www.bouti.com et www.bouti.net), Wahba al-Zuhayli (www.zuhayli.com et www.zuhayli.net), Muhammad 'Akkam (www.akkam.org), Muhammad al-Habash (www.altajdeed.org). Pour des raisons qui seront exposées plus loin, nous y avons adjoint celui de l'ingénieur Muhammad Shahrour (www.shahrour.org). Les sites web personnels animés par des oulémas étant extrêmement nombreux<sup>14</sup>, le corpus que nous avons retenu n'est pas significatif d'une tendance globale, mais il représente tout de même la totalité de sites sunnites syriens (à l'exception des sites des Frères musulmans).

Afin de comprendre les stratégies de communication mises en œuvre dans ces différents sites, nous avons analysé leurs caractéristiques techniques : leur propriétaire<sup>15</sup>, la localisation du fournisseur internet (ISP)<sup>16</sup>, les liaisons vers d'autres sites web<sup>17</sup>, les statistiques de visites (*traffic rank*)<sup>18</sup>. Considérant qu'il était indispensable de compléter ces données brutes par des informations que seuls les auteurs et les techniciens qui travaillent sur ces sites peuvent fournir (motivations de la publication du site, interaction avec les internautes, limites de la communication à travers le Web en Syrie, etc), nous avons complété cette première enquête par une série d'entretiens personnels menés en Syrie en mars 2005, au Liban en janvier 2006, ainsi que par téléphone et e-mail durant toute la période de la recherche (2005-2006).

## **2. Les contraintes d'internet en Syrie**

Jusqu'en 2005, seuls deux serveurs internet opéraient en Syrie, dans un système défini par l'Arab Advisors Group, une société jordanienne de consultants spécialisée dans les TIC, comme une sorte de « duopole

---

<sup>14</sup> Le nombre exact des sites web des oulémas est très difficile à déterminer mais nous en avons trouvé au moins cent, dans toutes les langues de la communauté islamique : de l'arabe à l'indonésien en passant par l'anglais et l'urdu.

<sup>15</sup> Sites Easy Who Is et All Who Is [www.allwhois.com](http://www.allwhois.com).

<sup>16</sup> *Idem*.

<sup>17</sup> Sites Google [www.google.com](http://www.google.com) et Alexa.

<sup>18</sup> Nous avons utilisé le *traffic rank* de Alexa [http://pages.alexa.com/prod\\_serv?traffic\\_learn\\_more.html](http://pages.alexa.com/prod_serv?traffic_learn_more.html). Le *traffic rank* exprime la position d'un site en termes de fréquentation. Cette valeur est la moyenne trimestrielle des données fournies par les utilisateurs de Alexa combinées avec les données repérées directement par son moteur de recherche.

contrôlé »<sup>19</sup> qui excluait *de facto* toute compétition. L'entrée sur le marché d'un troisième serveur, Aya, en septembre 2005, ne semble pas avoir modifié la donne.

Human Rights Watch, dans un rapport sur la société de l'information dans le monde arabe<sup>20</sup>, souligne combien la libre circulation des informations sur le Web n'est pas encore vraiment garantie en Syrie. Même si la liberté de presse et d'opinion, ainsi que la protection des données personnelles, sont des droits fondamentaux garantis par la Constitution syrienne<sup>21</sup>, la loi d'urgence, en vigueur depuis 1962, les limite fortement.

L'arrestation de plusieurs internautes témoigne de la vigilance du pouvoir politique vis-à-vis de ce qui se passe sur la Toile, ainsi que des fortes pressions qu'il est capable d'exercer sur la production de sites web et sur leurs contenus, pressions qui ne manquent de provoquer chez les personnes concernées des réactions de peur et, par conséquent, d'autocensure<sup>22</sup>. Un jeune étudiant syrien en médecine, Ayman Haykal, expliquait ainsi au *Los Angeles Times* le fonctionnement de l'autocensure : « You start writing something and then you think about it: Maybe I'll be misunderstood. So you go backspace, backspace, backspace »<sup>23</sup>. La portée de ce phénomène a été l'objet d'une enquête qui a montré que, sur 91 bloggers en Syrie, au Liban et en Jordanie, 80 % d'entre eux pratiquaient l'autocensure pour des raisons politiques ou par peur de la répression (« political reasons and fear of state repression »<sup>24</sup>).

On constate donc sans surprise qu'aucun opposant islamiste syrien ne gère publiquement un site web hébergé par un de ces trois serveurs

---

<sup>19</sup> Jawad Abbassi, président de Arab Advisors Group, intervention au séminaire SIPO (Société de l'information au Proche Orient : du local au global), 26 septembre 2004, Amman, Jordanie.

<sup>20</sup> Human Rights Watch, *False Freedom...*, *op. cit.*

<sup>21</sup> La Constitution syrienne est disponible en ligne (20/01/2006), en arabe ([www.amnjordan.org/laws/syria/c1syria.htm](http://www.amnjordan.org/laws/syria/c1syria.htm)) et en anglais ([www.oefre.unibe.ch/law/icl/sy00000\\_.html](http://www.oefre.unibe.ch/law/icl/sy00000_.html) et [www.damascus-online.com/history/documents/contitution.htm](http://www.damascus-online.com/history/documents/contitution.htm)).

<sup>22</sup> Cf. Stack, Megan K., "Arabs Take Bytes at Regimes", *The Los Angeles Times*, 12 septembre 2005. Disponible en ligne [www.latimes.com/technology/la-fg-technology12sep12,1,3706022,full.story?ctrack=1&cset=true](http://www.latimes.com/technology/la-fg-technology12sep12,1,3706022,full.story?ctrack=1&cset=true) (20/01/06).

<sup>23</sup> Cité par Stack, M. G., "Arabs Take Bytes..." *art. cit.*

<sup>24</sup> Taki, Maha, *Weblogs, Bloggers and the Blogosphere in Lebanon, Syria and Jordan: An Exploration*, mémoire de Master en Communication, Université de Westminster, Londres, 2005. Cité dans le rapport de Human Rights Watch, *False Freedom...*, *op. cit.*

syriens. Par exemple, Ali Bayanouni, leader des Frères musulmans syriens, gère un site web [www.jimsyr.com](http://www.jimsyr.com) hébergé par un serveur américain<sup>25</sup> pour des raisons de sécurité, ou encore pour des motifs techniques...

La Syrie fait partie des derniers pays arabes à avoir autorisé l'installation du réseau internet. Introduit seulement en 1997 pour certains bureaux ministériels et quelques associations professionnelles, internet n'est accessible que depuis 2000 à tous les citoyens<sup>26</sup>, dans les limites d'une infrastructure médiocre : l'ADSL n'est pas encore réellement disponible, et une bureaucratie tatillonne complique considérablement les procédures d'abonnement<sup>27</sup>. Ce délai a causé un retard dans la formation des techniciens spécialisés dans la gestion des TIC, ainsi que dans la diffusion dans la classe dirigeante du pays de la conscience des potentialités des nouvelles technologies de la communication et de l'information. L'embargo imposé par les Etats-Unis sur les exportations vers la Syrie d'équipements et de logiciels susceptibles d'être utilisés à des fins militaires<sup>28</sup>, matériels et logiciels qui sont précisément ceux qui pourraient servir à développer les réseaux informatiques civils<sup>29</sup>, a aggravé une situation que l'absence de lois contre le piratage rend difficile à améliorer par ailleurs. Certes, les logiciels interdits circulent quand même sous forme de copies piratées, mais les utilisateurs ne peuvent disposer d'aucune assistance, ni de mises à jour (vendues avec les logiciels), non plus que de cours de formation pour les techniciens spécialisés. « Tant que les droits d'auteur sur les logiciels ne seront pas garantis, les grandes entreprises, comme Microsoft, n'investiront pas

---

<sup>25</sup> Cf. Easy Who Is (20/01/2006).

<sup>26</sup> Cf. Human Right Watch, *op. cit.*

<sup>27</sup> Pour payer l'abonnement à internet en Syrie, il faut faire la queue au bureau de la poste, comme pour les factures de téléphone, d'eau et d'électricité. Mais les choses commencent à se simplifier. Ainsi, la banque libanaise Audi a ouvert en Syrie des filiales qui offrent des connexions illimitées à internet pour ceux qui ont un compte courant avec un dépôt minimum de 5 500 LS. Cf. Armelle Nédélec dans le blog SIPO <http://projet-sipo.blogspot.com/2006/06/des-problemes-entre-liban-et-syrie.html>.

<sup>28</sup> Le "Syrian accountability act and Lebanese Sovereignty Restoration Act of 2003" du gouvernement américain interdit l'exportation en Syrie de tous les produits sauf médicaments et produits alimentaires. [www.whitehouse.gov/news/releases/2004/05/20040511-7.html](http://www.whitehouse.gov/news/releases/2004/05/20040511-7.html) (20/01/2006).

<sup>29</sup> « Oracle, Sysco et d'autres sont encore interdits d'importation en Syrie » Armelle Nédélec (informaticienne consultante pour Scs-Net : voir sa contribution dans ce volume), entretien personnel, Beyrouth, 6 janvier 2006.

dans le pays <sup>30</sup>», constate ainsi Armelle Nédélec, une informaticienne étrangère présente dans le pays depuis de nombreuses années.

Le développement de la nouvelle économie et en particulier celui du *e-commerce* sont, quant à eux, limités par le retard dans les réformes de l'économie et des infrastructures. Le système postal très défectueux, l'absence presque totale en Syrie de cartes de crédit et le manque de dynamisme du système bancaire – le premier institut de crédit privé en Syrie a été établi en janvier 2005 et il existe désormais cinq banques privées <sup>31</sup>–, rendent très difficiles la livraison des marchandises et réduisent la possibilité d'effectuer des paiements à distance. Enfin, les médias syriens ont accumulé du retard dans le processus de « convergence » des moyens de communication, par exemple dans le domaine de la web-télévision, notamment à cause de l'absence de réseau à haut débit et de la faiblesse extrême du taux de pénétration d'internet en Syrie. En 2004, on estimait ainsi à 500 000 le nombre des utilisateurs, ce qui représente moins de 1 % de la population <sup>32</sup>. Actuellement, la Syrie fait partie des pays arabes qui souffrent d'un taux de pénétration d'internet parmi les plus bas. Selon le centre de recherche Madar <sup>33</sup>, à la fin de l'année 2005, 1,9 % de la population de Bahreïn disposait d'une connexion internet contre 0,43 % en Syrie (0,40 % en Egypte, 0,33 % en Irak, 0,20 % au Yémen et 0,13 % au Soudan pour les autres pays très mal classés <sup>34</sup>).

En dehors du marché de la connexion à internet (ISP et réseaux de transmission de données), le Web n'offre donc que peu ou pas d'opportunités commerciales viables, et aucune grande entreprise syrienne ne semble désireuse d'investir dans des projets importants de communication et/ou de commerce en ligne en Syrie.

---

<sup>30</sup> Armelle Nédélec (informaticienne consultante pour Scs-Net), entretien personnel, Beyrouth, 6 janvier 2006.

<sup>31</sup> AmeInfo "Arab Bank opens in Syria" 03/01/06. Disponible en ligne [www.ameinfo.com/75147.html](http://www.ameinfo.com/75147.html) (20 janvier 2006).

<sup>32</sup> Arab Advisors "Syria's Internet market: Brighter times ahead" 10 juillet 2005. Disponible en ligne [www.arabadvisors.com/Pressers/presser-100705.htm](http://www.arabadvisors.com/Pressers/presser-100705.htm) (20 janvier 2006).

<sup>33</sup> [www.madarresearch.com](http://www.madarresearch.com) société basée à Dubaï qui réalise des recherches sur l'économie du savoir au Moyen-Orient.

<sup>34</sup> *Madar Research Journal*, vol. 4, n° 1 juillet 2006. Disponible en ligne [www.madarresearch.com](http://www.madarresearch.com) (20/01/2006).

La stratégie de communication de la maison d'édition syrienne Dar al-Fikr nous semble bien illustrer la situation générale. Son directeur, Adnan Salim, nous a ainsi expliqué que sa maison d'édition a toujours fait preuve, dans son histoire, d'une forte dimension internationale :

« Notre bureau principal est à Damas, mais nous en avons un autre très important à Beyrouth et nous vendons une grande partie de nos livres dans les pays du Golfe... Nous sommes parmi les 15 premiers exportateurs de livres islamiques dans le Golfe, nous avons des distributeurs dans les autres pays arabes ainsi qu'aux Etats-Unis et en Europe. Depuis 1997, nous avons un site web [www.fikr.com], qui, au début, était fait par des Syriens à partir des Etats-Unis, et que, en 2000, nous avons pu transférer en Syrie <sup>35</sup> ». Pour la maison d'édition islamique, le Web n'est pas seulement une vitrine : « Nous avons des accords avec le site www.furat.com <sup>36</sup> pour vendre sur internet nos livres et cela marche plutôt bien. En 2003-2004 nous avons augmenté nos ventes de 10 %, dont 2 à 3 % grâce aux ventes sur le Web... Mais une bonne boutique est plus rentable <sup>37</sup> ! »

Même la crise internationale que connaît la Syrie, crise exacerbée à la suite de l'assassinat de l'ex-Premier ministre libanais Rafiq Hariri le 14 février 2005, a des conséquences directes. A ce propos, Adnan Salim affirme que « les maisons d'éditions syriennes dépendaient du Liban pour la distribution : les imprimeurs syriens travaillaient pour les maisons d'éditions libanaises et les maisons d'éditions syriennes imprimaient au Liban les livres interdits en Syrie... L'actuelle situation de crise avec le Liban nous permettra de développer nos infrastructures et poussera aux réformes. Par exemple, nous avons déjà fait des pas énormes dans la réforme de la censure <sup>38</sup> ».

Au moins pour le moment, il nous semble donc que le Web est pour les citoyens syriens une importante fenêtre sur le monde, une fenêtre utilisée pour diffuser des messages à travers les sites, par le courrier électronique, par les forums de discussion, les blogs, mais également pour récupérer des informations en contournant, parfois,

---

<sup>35</sup> Adnan Salim, entretien personnel, 20 janvier 2006.

<sup>36</sup> Il s'agit d'une des principales librairies en ligne du monde arabe, créée à l'image du site américain Amazon.

<sup>37</sup> Entretien personnel avec Adnan Salim (directeur de Dar al-Fikr), Damas, 21 mars 2005.

<sup>38</sup> *Idem.*

les interdictions de l'Etat. D'un point de vue strictement économique, la Syrie est même, dans ce domaine, un marché potentiellement riche pour ses voisins qui ont fait de grands progrès dans les TIC, comme la Jordanie. Entre 2004 et 2009, le nombre des utilisateurs d'internet devrait augmenter de 24,9 % . Cela signifie qu'en 2009, 2,5 % de la population de la Syrie serait alors en ligne <sup>39</sup>.

### **3. L'islam institutionnel en « .com » ?**

Les sites en « .com » présents dans notre corpus sont le résultat des stratégies commerciales de la maison d'édition Dar al-Fikr. D'une façon générale, les sites qu'elle gère sont tous reliés entre eux et constituent une sorte de sous-ensemble au sein du réseau internet, un réseau dont nous pouvons penser qu'il représente un islam institutionnel par les contenus et traditionnel dans la forme.

Deux personnalités en particulier ont confié leur présence sur le Web à Dar al-Fikr, les cheiks Bouti et Zuhayli. Fonctionnaires de l'Etat, proches des institutions politiques syriennes, ils conservent une certaine autonomie et ne rentrent pas dans le débat politique. Le premier, Bouti, était le professeur particulier de religion des enfants du président Hafez al-Assad, et il a été chargé de prononcer le prêche à l'occasion de l'enterrement du chef de l'Etat syrien en juin 2000 <sup>40</sup>. Il est actuellement doyen du département « Foi et Religion » à la faculté de droit à l'Université de Damas et il était parmi les candidats à la charge de Mufti d'Etat à la mort du cheikh Kufaro en septembre 2004. Zuhayli occupe, lui aussi, des charges institutionnelles : doyen du département « Droit et Ecoles juridiques » à l'Université de Damas, membre du Haut Conseil des Fatwas en Syrie et du Comité pour les Recherches et les Affaires islamiques, il participe aussi au comité de rédaction de la revue *Nahj al-Islam* du ministère des Affaires religieuses.

Les adresses [www.bouti.com](http://www.bouti.com), [www.bouti.net](http://www.bouti.net), [www.zuhayli.com](http://www.zuhayli.com) et [www.zuhayli.net](http://www.zuhayli.net) appartiennent à la maison d'édition Dar al-Fikr <sup>41</sup>,

---

<sup>39</sup> Arab Advisors, *Syria's Internet market: Brighter times ahead*, 10 juillet 2005. Disponible en ligne [www.arabadvisors.com/Pressers/presser-100705.htm](http://www.arabadvisors.com/Pressers/presser-100705.htm) (20 janvier 2006).

<sup>40</sup> Disponible en ligne : [www.bouti.com/bouti\\_e\\_lectures1.htm](http://www.bouti.com/bouti_e_lectures1.htm) (20 janvier 2006).

<sup>41</sup> Cf. Easy Who Is et All Who Is (31/01/2006).

qui a publié une grande partie des œuvres de ces deux auteurs. Dar al-Fikr a décidé en 2000 d'ouvrir les sites des cheikhs Bouti et Zuhayli comme un « prolongement naturel de la publication sur papier <sup>42</sup> ».

Compte tenu des limites que rencontre le développement du commerce électronique et de la nouvelle économie, ces sites ne peuvent qu'être des investissements à long terme. Pour le moment, ils servent plutôt de vitrine et de lieux d'échanges entre les cheikhs et les internautes. Ils présentent en ligne leurs ouvrages, leurs conférences et leurs prênes, sous les trois formats texte, audio et vidéo, et rendent possible un dialogue virtuel avec les internautes, dialogue qui peut éventuellement déboucher sur une publication traditionnelle sur format papier <sup>43</sup>.

### *3.1. Bouti : le devoir de communiquer à la Umma.*

Le cheikh Bouti considère sa présence dans l'espace virtuel comme la continuation de sa mission de prédication (en arabe *da'wa*) : « Car, avec le temps, j'ai pu constater que ce réseau menaçant d'engloutir le monde s'était transformé en un lieu où abondent les tribunes qui permettent d'entendre la voix de l'islam, le faisant connaître, appelant à la rejoindre, la défendant, réglant les problèmes qui se posent à son sujet. C'est ainsi que j'en suis arrivé à une conclusion inattendue : c'est Dieu qui a voulu que j'aie la responsabilité d'un de ces sites islamiques. Par ce canal, je m'adresse personnellement aux gens qui se connectent du monde entier, qui peuvent écouter ainsi prênes et conférences, m'adresser leurs questions et consultations juridiques ; et c'est mon devoir de musulman de leur répondre dans les limites de mes connaissances et de mes capacités <sup>44</sup> ».

Sa vocation universaliste (« Je m'adresse personnellement aux gens qui se connectent du monde entier », affirme-t-il ainsi) se traduit,

---

<sup>42</sup> Entretien personnel avec Adnan Salim (directeur de Dar al-Fikr), Damas, 21 mars 2005.

<sup>43</sup> Pour le moment, les dialogues virtuels sur des sujets religieux n'ont pas fait l'objet de publication imprimée. Dans la mesure où des livres ont été publiés d'abord sur la Toile avant d'être imprimés, nous pensons que de telles publications devraient rapidement voir le jour.

<sup>44</sup> Muhammad Said Ramadan Bouti, Damas, 1 septembre 2001, cité par Sandra Houot, « Culture religieuse et médias électroniques : le cas du cheikh Muhammad al-Buti », *Maghreb-Machrek*, n° 178 hiver 2003-2004, p. 76.

dans l'espace virtuel, par le choix d'un site web plurilingue : toutes les pages sont publiées en arabe et en anglais, et certaines ont été traduites en suédois, français, japonais, turc, espagnol, pashto, farsi <sup>45</sup> et même macédonien <sup>46</sup>. Le matériel publié en ligne par le cheikh est extrêmement riche et varié : son site est enrichi continuellement de ses fatwas, de ses *khutba* (prônes religieux), de ses conférences, dont certaines en format audio, de ses livres, ainsi que d'une lettre d'information mensuelle, et enfin de photos accompagnées d'une biographie. Les internautes peuvent demander des fatwas, ainsi que des informations plus générales.

Afin d'augmenter la visibilité du site, la maison d'édition a hébergé le site dans un serveur situé aux Etats-Unis sous deux adresses différentes ([www.bouti.com](http://www.bouti.com) et [www.bouti.net](http://www.bouti.net)). Selon les statistiques d'Alexa, l'adresse [www.bouti.com](http://www.bouti.com) est plus visitée que l'autre, [www.bouti.net](http://www.bouti.net), la première se plaçant au 117 962<sup>e</sup> rang <sup>47</sup> alors que la seconde n'occupe que le 263 778<sup>e</sup> <sup>48</sup>. Google <sup>49</sup> relève 62 sites web qui ont un lien vers [www.bouti.com](http://www.bouti.com), tandis qu'Alexa n'en trouve que 14. Le site est formellement lié à la maison d'édition Dar al-Fikr <sup>50</sup>, à la librairie en ligne Furat [www.furat.com](http://www.furat.com), au site personnel du cheikh Zuhayli et enfin à celui de la madrasa Abd al-Qader al-Qasab [www.alkasabschool.com](http://www.alkasabschool.com) <sup>51</sup>. Si le site de Bouti semble donc être intégré dans un petit réseau de sites régionaux relativement bien visités par les internautes, il est cependant peu interactif et les fichiers audio ne sont pas compatibles

---

<sup>45</sup> Les pages en farsi et en pasthtu sont des textes en format image (JPG), en revanche les pages en japonais sont réalisées avec des caractères spécifiques.

<sup>46</sup> La page en macédonien est hébergée dans un site externe URL [www.asr.com.mk](http://www.asr.com.mk) (20/01/2006).

<sup>47</sup> Cf. Alexa [www.alexa.com/data/details/traffic\\_details?q=&url=www.bouti.com](http://www.alexa.com/data/details/traffic_details?q=&url=www.bouti.com) (20/01/2006).

<sup>48</sup> Cf. Alexa [www.alexa.com/data/details/?url=www.bouti.net](http://www.alexa.com/data/details/?url=www.bouti.net) (20/01/2006).

<sup>49</sup> Cf. Google [www.google.com/search?sourceid=navclient&ie=UTF-8&rls=GGLD,GGLD:2005-16,GGLD:en&q=link:http%3A%2Fwww%2Ebouti%2Ecom](http://www.google.com/search?sourceid=navclient&ie=UTF-8&rls=GGLD,GGLD:2005-16,GGLD:en&q=link:http%3A%2Fwww%2Ebouti%2Ecom) (20/01/2006).

<sup>50</sup> Dans la partie « About us » le rapport avec Dar al-Fikr est ainsi présenté : « Site Editor: Dr. Muhammad Wahbi Sulayman, Studies Department Director at Dar Al-Fikr, Damascus. He answers some of the jurisprudential questions coming from the visitors of the site. Replies are delivered by e-mail though it is not displayed on the site. Updating & Developing: Programming Dept. at Dar Al-Fikr. Translation: Anas Al-Rifa'i, unless another is mentioned. First design: Rudwan Qasmiyah. Typesetting & Revision: Dar Al-Fikr. »

<sup>51</sup> Le lien à la Madrasa Abd al-Qader al-Qasab est présent seulement dans la version arabe.

avec les versions récentes de Real Audio 8 et Windows Media Player (logiciels gratuits très répandus parmi les internautes pour écouter de la musique et plus généralement des fichiers audio).

De façon générale, le site ne met pas en œuvre des technologies très sophistiquées (de type Flash). Il n'y a pas beaucoup d'images ni de fichiers audio, mais il est compatible avec les systèmes de navigation un peu anciens et reste rapide à télécharger avec une connexion téléphonique analogique (la plus répandue dans le monde arabe et en particulier en Syrie).

### *3.2. Zuhayli : un ouléma panarabe*

Le cheikh Zuhayli (né en 1932) appartient à la même génération que Bouti, né en 1929, et il a lui aussi publié une grande partie de ses ouvrages chez Dar al-Fikr. L'architecture de son site ressemble beaucoup à celle de Bouti, mais en plus simple, car les pages ne sont qu'en arabe. La maison d'édition a employé la même stratégie de communication : deux adresses internet pour le même site intégré au réseau local composé de Dar al-Fikr, Furat, Madrasa Abd al-Qader al-Qasab et Bouti. Les visiteurs de [www.zuhayli.com](http://www.zuhayli.com) sont moins nombreux que ceux de [www.zuhayli.net](http://www.zuhayli.net). Selon Alexa, le premier a un *traffic rank* de 538 497 contre 470 069 pour le second. Cinquante sites ont un lien vers ces deux adresses d'après Google. En revanche, Alexa n'en trouve que quatre vers [www.zuhayli.com](http://www.zuhayli.com), et un vers [www.zuhayli.net](http://www.zuhayli.net) <sup>52</sup>. La différence importante des visites entre le site de Zuhayli et celui de Bouti nous semble relever plus des stratégies individuelles que de la gestion de leurs sites, pratiquement identique. Bouti est très souvent invité en Europe <sup>53</sup> pour des conférences et des colloques internationaux. Il est donc connu parmi les musulmans qui ont le plus accès à internet ; en revanche Zuhayli est plutôt connu dans le monde arabe <sup>54</sup>.

Sur le site du cheikh Zuhayli les visiteurs peuvent lire ses fatwas, sa lettre d'information mensuelle, ses conférences depuis l'année 2001 (dont 6 en format audio), les sommaires de ses livres, sa biographie. En revanche, ses prêches ne sont pas encore en ligne. Les internautes

---

<sup>52</sup> Cf. Alexa [www.alexa.com/data/details/?url=www.zuhayli.net](http://www.alexa.com/data/details/?url=www.zuhayli.net) et [www.alexa.com/data/details/?url=www.zuhayli.com](http://www.alexa.com/data/details/?url=www.zuhayli.com) (20/01/2006).

<sup>53</sup> Cf. [www.bouti.com/bouti\\_e\\_profile.htm](http://www.bouti.com/bouti_e_profile.htm) (31/01/2006).

<sup>54</sup> Cf. [www.zuhayli.com/biograph2.htm](http://www.zuhayli.com/biograph2.htm) (31/01/2006).

peuvent aussi se mettre en contact avec le cheikh, lui demander directement des fatwas. Pour acheter ses ouvrages, ils sont invités à visiter le site Furat.

#### 4. Petits entrepreneurs de la communication en « .org » ?

Les sites en « .org » sont le résultat d'initiatives individuelles, notamment celles d'oulémas qui gèrent directement leur communication sur le Web, qui ne sont pas intégrés dans des réseaux de sites et qui ne sont pas non plus reliés entre eux.

##### 4. 1. *Shahrour : un ingénieur de l'islam contemporain*

A la différence des premiers religieux syriens que nous avons abordés, Muhammad Shahrour est un personnage très original dans le paysage religieux islamique mondial. Après avoir fait des études d'ingénieur en Syrie, en Russie et en Irlande, il a enseigné à l'Université de Damas. Depuis les années 1970, il dirige un bureau d'études. En 1990, à l'âge de cinquante-deux ans, il publie son premier livre à caractère religieux, un commentaire du Coran, *Al-Kitâb wa al-Quran : qirâ'a mu'âsira*<sup>55</sup>, qui a eu un très grand succès auprès du public. En très peu de temps, il en a vendu 30 000 copies, alors que (ou bien parce que...) celui-ci était interdit dans divers pays où il était photocopié, relié et distribué en plusieurs milliers d'exemplaires<sup>56</sup>. Ses ouvrages sont aujourd'hui traduits en plusieurs langues dont le malais, l'indonésien et bien sûr l'anglais. Une version abrégée du *Al-Kitâb wa al-Quran : qirâ'a mu'âsira* a même été traduite par l'anthropologue américain Dale Eickelman<sup>57</sup>. Muhammad Shahrour n'aspire pas à devenir un mufti ou un *alim* (autorité religieuse), au sens traditionnel du terme. En réalité, il applique une forme d'interprétation logique, tirée notamment de sa formation scientifique, au texte coranique. Son discours n'est pas du tout politisé et il ne nous semble pas qu'il aspire à obtenir des

---

<sup>55</sup> Publié et distribué par al-Ahali, Damas, 1990.

<sup>56</sup> Eickelman, Dale, « Muhammad Shahrur and the printed world », *ISIM Newsletter* 7/01, March 2001, p. 7.

<sup>57</sup> Shahrur, Muhammad, *Proposal for an Islamic Covenant*, traduit en anglais par Dale Eickelman et S. Abu Shehadeh, Damas, 2000. Disponible en ligne [www.islam21.net/pages/charter/may-1.htm](http://www.islam21.net/pages/charter/may-1.htm) (31/01/2006).

charges religieuses au sein des institutions politiques syriennes. C'est plutôt un intellectuel et ingénieur, de formation et profession, désireux de contribuer à un certain renouveau de la pensée religieuse islamique.

« Mon site web a été ouvert en 2003 par mes lecteurs et mes *fans* en Jordanie – affirme Shahrour – et il est très utile pour diffuser mes ouvrages, mais aussi pour garder un certain contact avec mes lecteurs, qui peuvent envoyer des demandes par e-mail. L'équipe qui gère le site me les envoie et j'essaie de répondre le plus tôt possible <sup>58</sup> ». Sur le site web de Shahrour, il y a donc ses quatre livres, des entretiens journalistiques, ses discours et conférences, ainsi que des « Questions & réponses » (110 en tout). Le site a été enregistré en France <sup>59</sup>, mais le serveur est très lent <sup>60</sup> et les visiteurs ne sont pas très nombreux. Selon les statistiques d'Alexa, son *traffic rank* est de 529 353 <sup>61</sup>. Le site de Shahrour n'est pas intégré à un réseau, à la différence de ceux de cheikh Bouti, et aucun autre site n'a de liaison vers lui. Cette situation est probablement le résultat de l'absence d'une stratégie de promotion.

#### *4. 2. Habash : la politique de la communication religieuse*

Muhammad Habash a un style original et une stratégie de communication très réfléchie par rapport à sa carrière dans le champ politique syrien. Né en Syrie en 1962, il a commencé sa formation religieuse en apprenant par cœur le Coran et il l'a poursuivie par des études de droit islamique à l'Université de Damas. Successivement, il a obtenu un diplôme en littérature arabe à Beyrouth, un *master* à l'Université de Karachi, et un doctorat en sciences coraniques à l'Université de Karthoum. Entre 1988 et 1992, Habash a été chargé de cours à l'Université de Damas et, depuis 1992, il est professeur de *tafsir* (commentaires du Coran) dans le même établissement.

La vie professionnelle de Habash n'est pas limitée au milieu académique : il produit des émissions radiophoniques et télévisées (diffusées aussi en cassettes), publie des livres, donne des conférences, tient des prêches dans les mosquées syriennes... Muhammad Habash préside, depuis 1987, le Centre d'études islamiques « Dar al-Tajdid » à

---

<sup>58</sup> Muhammad Shahrour, entretien personnel, Damas 23 mars 2005.

<sup>59</sup> Cf. Easy Who Is [www.easyxhois.com](http://www.easyxhois.com) (31 janvier 2006).

<sup>60</sup> Cf. Alexa [www.alexa.com/data/details?url=www.shahrour.org](http://www.alexa.com/data/details?url=www.shahrour.org) (31 janvier 2006).

<sup>61</sup> *Idem* (31 juin 2006).

Damas, véritable plaque-tournante de toutes ses activités culturelles et médiatiques. Dans ce centre, on trouve une salle pour les conférences et les cours, une bibliothèque et une salle d'enregistrement audio très moderne <sup>62</sup>. « Les activités du Dar al-Tajdid sont sponsorisées par des mécènes syriens <sup>63</sup> » affirme-t-il, parmi lesquels se trouvent des personnages politiques syriens très influents comme Firâs Tlass, fils de l'ex-ministre de la Défense et ex-Premier ministre Mustafa Tlass <sup>64</sup>.

Le site web de Habash, en ligne depuis 2003 <sup>65</sup>, est pour lui un moyen de communiquer au public les différentes activités du centre et de se présenter. Y sont proposés aux internautes les archives de ses prêches, ses ouvrages et un espace de dialogue où il répond aux questions des internautes (il ne donne pas de fatwas sur le site mais seulement des réponses). Selon les statistiques d'Alexa, le site a un *traffic rank* de 831.433 <sup>66</sup> et aucun lien vers d'autres sites. « Avec le site web, je veux m'adresser aux foyers syriens, les informer des activités de mon centre d'études et diffuser mon message – soutient Muhammad Habash – mais internet est tellement peu répandu en Syrie que j'ai décidé de ne pas m'y investir beaucoup <sup>67</sup> ». Enfin, depuis le 2003, il est membre du Parlement syrien « afin de mieux protéger [ses] activités religieuses <sup>68</sup> » et il se veut le promoteur d'un nouveau discours religieux et politique ouvertement inspiré du modèle turc <sup>69</sup>.

#### *4. 3. 'Akkam : multiplier les activités virtuelles.*

Né à Alep en 1952, Mahmoud 'Akkam a reçu une formation religieuse classique : il mène tout d'abord des études de droit islamique à l'Université de Damas avant d'obtenir un doctorat en pensée islamique

---

<sup>62</sup> La maison de production radiophonique de Muhammad Habash a pour nom Nour Broadcasting.

<sup>63</sup> Muhammad al-Habash, entretien personnel, Damas, 22 mars 2005.

<sup>64</sup> L'engagement de Firâs Tlass nous a été confirmé par Ibrahim al-Hamidi (correspondant du quotidien *Al-Hayat* en Syrie), entretien personnel, Damas, 23 mars 2005.

<sup>65</sup> Cf. [www.easywhois.com](http://www.easywhois.com), 31 janvier 2006.

<sup>66</sup> Cf. [www.alexa.com/data/details/?url=www.altajdeed.org](http://www.alexa.com/data/details/?url=www.altajdeed.org)/31 janvier 2006.

<sup>67</sup> Muhammad al-Habash, entretien personnel, Damas, 22 mars 2005.

<sup>68</sup> *Idem*.

<sup>69</sup> *Idem*. Voir aussi Qantara.de : « Portrait Muhammad Habash: a Turkish model for Syria ». Disponible en ligne. URL [www.qantara.info/webcom/show\\_article.php/\\_c-478/\\_nr-307/i.html?PHPSESSID=501aaa3725fb32045703840b62100b6c](http://www.qantara.info/webcom/show_article.php/_c-478/_nr-307/i.html?PHPSESSID=501aaa3725fb32045703840b62100b6c) (31 janvier 2006).

à la Sorbonne, sous la direction du professeur Mohamed Arkoun. Il a donné des cours à la Sorbonne et à l'Université d'Alep. Il officie dans des mosquées à Alep et travaille pour le ministère du Waqf. Il fait également partie des cheikhs qui délivrent des fatwas pour le « portail » islamique extrêmement important – c'est un des principaux sites de ce type – Islam-Online <sup>70</sup> (l'accès au site est interdit en Syrie <sup>71</sup>).

Mahmoud 'Akkam a un site web depuis 2000. Jusqu'en novembre 2005, les droits d'auteur appartenaient à la société Intertrama Corporation <sup>72</sup>. Intertrama <sup>73</sup> vend en ligne des logiciels pour apprendre l'arabe, des versions numériques du Coran, des dictionnaires d'arabe informatisés ainsi que des décorations d'intérieur d'inspiration religieuse (des cadres avec des sourates ornées d'épées dorées par exemple). Désormais, le site de 'Akkam n'est plus formellement lié à Intertrama mais les deux adresses [www.akkam.org](http://www.akkam.org) et [www.intertrama.com](http://www.intertrama.com) ont néanmoins été enregistrées par un certain Ibrahim Abdulbaset ; ils mentionnent la même adresse à New York et sont hébergés par le même serveur <sup>74</sup>. En comparaison avec les sites des autres oulémas syriens, celui de 'Akkam reçoit un bon nombre de visites. En effet, selon Alexa, son *traffic rank* est de 186 112, et deux moteurs de recherche islamiques et arabes l'ont répertorié <sup>75</sup>.

## **5. A la recherche d'une audience virtuelle et... d'un marché ?**

Existe-t-il un « islam de marché » ou simplement un marché transnational des produits religieux ? Sans exclure la première hypothèse avancée par le chercheur suisse Patrick Haënni <sup>76</sup>, nous avons choisi dans cette étude de nous concentrer sur les caractéristiques du marché des produits religieux et sur le rôle qu'internet peut avoir

---

<sup>70</sup> Cf. [www.islamonline.net/servlet/Satellite?cid=1118742803189&pagename=IslamOnline-English-Ask\\_Scholar%2FCollection%2FFatwaCounselorsE](http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?cid=1118742803189&pagename=IslamOnline-English-Ask_Scholar%2FCollection%2FFatwaCounselorsE) (31 janvier 2006).

<sup>71</sup> Cf. Human Rights Watch, *op. cit.*

<sup>72</sup> Pour avoir des informations sur le passé des sites web nous avons consulté la base de données gratuite Archive.org. Cf. <http://web.archive.org/web/20050401034037/www.akkam.org/> (31 janvier 2006).

<sup>73</sup> [www.intertrama.com](http://www.intertrama.com).

<sup>74</sup> Cf. [www.easywhois.com](http://www.easywhois.com) (31 janvier 2006).

<sup>75</sup> Cf. [www.alexa.com/data/details/?url=akkam.org](http://www.alexa.com/data/details/?url=akkam.org) (31 janvier 2006).

<sup>76</sup> Haënni, Patrick, *L'islam de marché : l'autre révolution conservatrice*, Le Seuil, Paris, 2005.

dans la promotion et, éventuellement, la vente des produits des oulémas en ligne. Beaucoup d'hommes de religion musulmans, y compris les oulémas syriens étudiés ici, se font indirectement de la concurrence sur le Web pour gagner une part de ce marché. D'une façon plus générale, il reste que les sites religieux n'offrent pas, du moins pour le moment, des sources directes de revenus, tant pour des raisons théologiques qu'en raison des usages du Web : il est d'usage en islam de ne pas « vendre » des services religieux tels que les fatwas et, quand bien même il existe sur le Web des sites qui font commerce de produits religieux (livres, cd-rom, dvd et autres supports médiatiques), ceux-ci ne sont jamais proposés à la vente dans les sites personnels des oulémas arabes. Les sites des cheikhs Bouti et Zuhayli montrent bien comment la finalité commerciale n'est pas toujours directe et gérée par les oulémas en personne : leurs livres sont en vente sur le site Furat et non sur leurs sites personnels qui sont, par ailleurs, financés et gérés par la maison d'édition Dar al-Fikr.

« Se mettre en ligne » aide-t-il les oulémas à faire carrière ? Dans une certaine mesure, il nous semble qu'on peut répondre par l'affirmative à cette question, en particulier si l'on se réfère aux stratégies d'oulémas qui ne sont plus seulement syriens cette fois.

Les sources traditionnelles de financement pour les hommes de religion sont les *waqf* (biens de main morte gérés directement ou à travers les ministères étatiques), la *zakat* (cet impôt de solidarité, que les musulmans s'imposent à eux-mêmes, est un des cinq piliers de l'islam), les donations individuelles (s'il est interdit d'être payé pour délivrer une *fatwa*, rien empêche de recevoir des cadeaux) et, enfin, un emploi rétribué dans une administration de l'Etat (ministères du *Waqf*, de l'Education nationale ou de la Justice notamment). Depuis le dernier quart du XX<sup>e</sup> siècle, les médias (radio et télévisions en particulier) et le milieu de la finance islamique offrent de nouvelles sources de financement pour les hommes de religion. Pourtant, qu'il s'agisse de communication médiatique ou de conseil moral à destination de certains acteurs économiques, il est nécessaire de jouir d'un certain charisme et d'une autorité, ce qui peut être quantifié, dans le jargon professionnel, en chiffre d'audience ou, dans le parler commercial, en potentiel de consommateurs.

Comme nous nous proposons de le mettre en évidence, l'analyse

---

<sup>77</sup> Mariani, E., « Yussuf al-Qardawi : pouvoir électronique... », *art. cit.*

des carrières du cheikh Youssef al-Qardawi<sup>77</sup> et du télé-prédicateur égyptien 'Amru Khaled<sup>78</sup> permettent de comprendre qu'internet peut se révéler un outil efficace pour augmenter une audience et pour fidéliser un public. Une logique parfaitement saisie par cheikh Bouti lorsqu'il explique que « par ce canal, [il s]'adresse personnellement aux gens qui se connectent du monde entier, qui peuvent écouter ainsi prêches et conférences<sup>79</sup> ». Si les oulémas le souhaitent, et si les données de la communication, notamment par internet sont « formatées » pour répondre à ce désir, les récepteurs des messages peuvent devenir également des consommateurs de produits religieux.

La carrière de 'Amru Khaled est un exemple particulièrement frappant de ce qui peut devenir un nouveau métier pour les hommes de religion. Le jeune prédicateur égyptien, résidant désormais à Londres mais qui a commencé sa carrière en prêchant dans les clubs de sport et dans les salons de la bourgeoisie cairote, anime notamment une émission hebdomadaire sur la chaîne par satellite Iqra TV tout en écrivant pour une revue hebdomadaire égyptienne d'actualité, *Kull an-Nas*<sup>80</sup>. Il préside l'association charitable Right Start, basée à Londres mais également active dans le monde arabe, tient des conférences pour le grand public tant en Europe qu'aux Etats-Unis, anime enfin un site web multimédia, [www.amrkhaled.net](http://www.amrkhaled.net), parmi les tous premiers en termes d'écho auprès du public arabe et/ou musulman (593<sup>e</sup> site mondial<sup>81</sup> par la fréquentation selon Alexa, à la 843<sup>e</sup> position de Islam-Online<sup>82</sup> et la 254<sup>e</sup> de la chaîne par satellite al-Jazeera<sup>83</sup>). Son site web semble être la véritable plaque tournante de toutes ses activités : c'est là qu'il garde un contact avec son public et arrive ainsi à organiser des projets sociaux

---

<sup>78</sup> Mariani, E., « Dal Corano al Web... », *art. cit.*

<sup>79</sup> Houot, S., *art. cit.*

<sup>80</sup> *Kull al-Nas* est disponible en ligne [www.gn4me.com/kolelnas/intro.jsp](http://www.gn4me.com/kolelnas/intro.jsp).

<sup>81</sup> Cf. Alexa [www.alexa.com/data/details/?url=www.amrkhaled.net/](http://www.alexa.com/data/details/?url=www.amrkhaled.net/) (31 septembre 2006).

<sup>82</sup> Cf. Alexa [www.alexa.com/data/details/traffic\\_details?url=islam-online.net](http://www.alexa.com/data/details/traffic_details?url=islam-online.net) (31 septembre 2006).

<sup>83</sup> Cf. Alexa [www.alexa.com/data/details/traffic\\_details?url=aljazeera.net](http://www.alexa.com/data/details/traffic_details?url=aljazeera.net) (31 septembre 2006).

qui s'inspirent de son message véhiculé surtout grâce à son émission télévisée<sup>84</sup>. En d'autres termes, pour 'Amru Khaled, le Web est le point de *convergence* de toutes ses activités et messages.

C'est avec cet exemple à l'esprit que les stratégies mises en œuvre par les oulémas et hommes de religion syriens peuvent être examinées. Cheikh Bouti est sûrement l'une des personnalités religieuses musulmanes syriennes les plus connues mondialement et, surtout, il est celui qui vend le plus de livres et de produits multimédias, grâce en particulier aux nombreuses conférences qu'il est invité à donner à l'étranger. Même si son éditeur affirme sans détour que l'objectif du site est clairement promotionnel et commercial, les résultats ne semblent pas être encore pleinement atteints. Les visiteurs des sites [www.bouti.com](http://www.bouti.com) et [www.zuhayli.com](http://www.zuhayli.com) sont sans commune mesure avec ceux de [www.amrkhale.net](http://www.amrkhale.net). Cela est probablement imputable au fait que 'Amru Khaled n'est pas seulement sur le Web, mais qu'il anime aussi une émission télévisée hebdomadaire, fait des conférences partout dans le monde, et surtout qu'il a construit une communauté virtuelle qui se rencontre régulièrement sur les forums de son site web.

Pour ce qui concerne le site du cheikh Mahmoud 'Akkam, la situation est légèrement différente puisqu'il ne s'agit pas d'un projet commercial mais d'un site personnel, qui servirait principalement à le faire connaître et à diffuser son message. Mais cela n'empêche pas l'existence d'une stratégie aussi « globale » qu'auto-promotionnelle : livres et cassettes audio sont en vente sur le Web et 'Akkam fait partie de ces cheikhs qui publient des fatwas sur le site Islam-Online [www.islam-online.com](http://www.islam-online.com). Le nombre de visiteurs de son site personnel n'est tout de même pas très élevé et sa visibilité semble réduite. Cela tient au fait que son site n'est pas bien répertorié par les moteurs de recherche et que 'Akkam n'a pas ouvert des espaces d'échange direct avec les internautes. Deux opérations qui ne coûtent pas beaucoup en termes économiques mais qui exigent en revanche un travail spécifique et constant.

Le même constat vaut pour Muhammad Shahrour, même si les données sont complètement différentes : le site est réalisé par ses

---

<sup>84</sup> 'Amru Khaled demande à ses « fidèles » de lui envoyer leurs idées pour améliorer la vie, et lui se charge de les traduire en projets concrets qui souvent se présentent aussi sur le Web. Cf. [www.amrkhale.net/projects/index.php?place=&action=search&search\\_type=all](http://www.amrkhale.net/projects/index.php?place=&action=search&search_type=all) (31/01/2006).

« disciples » et le promoteur d'une lecture contemporaine du Coran y participe en tant qu'invité seulement, gardant, à travers la médiation du fax qu'il préfère au courrier électronique, un contact avec les lecteurs de « son » site, faute de disponibilité suffisante : « Je n'ai pas le temps de m'occuper ni du site web, ni de mes publications en langues étrangères, ni d'écrire de nouveaux livres parce que j'ai mon bureau d'ingénieur à gérer... et mon salaire dépend de ça <sup>85</sup> ! »

Parmi les différents hommes de religion syriens présents sur le Toile, Muhammad Habbash est celui qui nous semble avoir la stratégie la plus élaborée. Il produit lui-même des émissions radiophoniques et télévisées qui sont transmises par des émetteurs syriens et internationaux ; il gère aussi un centre d'études et il agit directement dans le champ politique. « Mon public-cible, ce sont les Syriens. Mais internet n'est pas encore très présent dans les foyers syriens donc je n'y investis pas beaucoup de temps et d'énergie » nous a-t-il expliqué. Sa capacité à gérer de multiples supports médiatiques peut être comparée à celle de 'Amru Khaled, avec cette différence qu'il vit et travaille en Syrie et que sa stratégie est donc bien plus locale. Il préfère prêcher dans les mosquées syriennes, produire des messages seulement en arabe, même si son anglais est remarquable. Il s'est finalement engagé dans la vie politique syrienne <sup>86</sup>.

## **6. Les oulémas syriens pris dans la Toile**

Même si le Web est devenu une réalité en Syrie il y a plus de dix ans maintenant, les citoyens de ce pays n'ont commencé à fréquenter assidûment l'espace virtuel que dans les cinq dernières années, et encore en surmontant de nombreuses entraves techniques, économiques et politiques. Toutefois, le Web commence à entrer dans les foyers syriens et il y a de plus en plus d'internet-cafés dans les grandes agglomérations et même dans les campagnes. La nouvelle économie tarde cependant à prendre forme, une évolution essentiellement freinée, nous semble-t-il, par la faiblesse et le retard des investissements qui auraient dû être consentis pour moderniser les infrastructures et l'économie. Les médias, les entreprises de publicité, les entreprises n'investissent pas encore

---

<sup>85</sup> Muhammad Shahrour, entretien personnel, Damas 23/03/2005.

<sup>86</sup> Depuis 2003, il est membre du Parlement syrien.

dans le Web en Syrie. Internet reste encore un outil qui a pour fonction essentielle de diffuser et de partager les informations. Economiquement, c'est un secteur seulement rentable pour les sociétés qui fournissent les services et les accès informatiques, sociétés gérées par des personnages proches du régime, non sans risques d'ailleurs.

Vis-à-vis de la Toile, dont les potentialités sont grandes, certaines autorités religieuses syriennes sont à la recherche d'un public qui est sans doute encore réduit mais qui est potentiellement très vaste. Mais leurs moyens sont très limités par le contexte politique, économique et par les données techniques propres aux TIC en Syrie. D'ailleurs, les sites des oulémas qui ont le plus de succès sont ceux de 'Amru Khaled et Yussef al-Qardawi, qui opèrent dans des milieux technologiquement plus avancés (Grande-Bretagne et Qatar), qui travaillent également pour des médias de masse transnationaux (al-Jazeera et Iqra TV) et dont les sites sont gérés par des équipes de professionnels assurant la mise à jour ainsi que par des bénévoles maintenant un dialogue avec les internautes. Les oulémas syriens, qui sont loin de disposer des meilleures conditions de travail, s'efforcent quand même d'utiliser internet pour arriver à se montrer davantage, pour diffuser et partager des informations, mais rien de plus. En Syrie, aujourd'hui, il ne peut y avoir un 'Amru Khaled ou un Yussef al-Qardawi parce que semblables figures du Net mondial ont besoin d'un marché de produits religieux (livres, vidéo, télévisions ...) dynamique et rentable.

Dans le cas spécifique des oulémas syriens, la répartition entre sites en « .com » et en « .org », apparemment casuelle, semble répondre à deux stratégies différentes de communication : la première, gérée par la maison d'édition Dar al-Fikr par exemple, est fondamentalement plus institutionnelle, et plus traditionnelle dans la forme ; la seconde, celle des sites en « .org », correspond à une tentative de promotion de la part d'oulémas plus ou moins indépendants vis-à-vis des institutions politiques et porteurs de stratégies plus locales que globales.

La mondialisation des moyens de communication, avec en particulier la diffusion d'internet dans les foyers syriens, contribue sans doute à l'ouverture d'un espace public, à l'intérieur des limites imposées par le contexte syrien. Mais l'économie nationale, trop peu dynamique, ne permet pas aux oulémas de gagner leur vie dans le monde de la communication. Bouti, Zuhayli et 'Akkam restent des fonctionnaires d'Etat ; Shahrouf exerce une profession libérale ; Habash n'est qu'un petit entrepreneur médiatique local. Aucun n'est en mesure d'utiliser

internet pour réunir une audience importante, la fidéliser, et finalement capitaliser cet acquis. Globalement, les stratégies qui semblent avoir le plus de succès localement sont, en dehors du cas spécifiques des opposants politiques, celles des stars des médias arabes, y compris dans le champ spécifique de la communication religieuse, stars arabes globales, pour lesquelles la Syrie représente une fraction, qui n'est pas négligeable, de leur marché.

En conclusion, il nous semble qu'il convient de réexaminer le rôle de la censure, toujours mise en avant pour expliquer les limites de l'espace public virtuel en Syrie. La censure est certainement un problème grave pour la liberté d'expression des Syriens, mais elle n'est pas capable de bloquer complètement l'accès aux informations<sup>87</sup>. En revanche, le retard dont souffre la Syrie par rapport à la mise en œuvre de réformes structurelles et économiques représente une entrave sérieuse aux activités des oulémas sunnites modérés et intégrés, même s'ils sont proches du système politique syrien (comme les cheikh Bouti, Zuhayli, Habash et 'Akkam). Ils ne peuvent donc percer sur la scène médiatique globale et ne peuvent qu'observer comment le public musulman de langue arabe, et en particulier, syrien, se tourne vers d'autres stars, telles que Youssef al-Qardawi et 'Amru Khaled.

---

<sup>87</sup> Voir également dans cet ouvrage l'article d'Yves Gonzalez-Quijano, « *Sammi' sawtak ! Fais entendre ta voix : les sites d'information en ligne dans l'espace public syrien* ».

