

Chapitre V

Mobilité sociale et identité politique en Algérie

Omar DERRAS*

Introduction

La présente contribution a pour but d'appréhender la mobilité sociale (intra et intergénérationnelle)¹ des différents groupes sociaux et ses conséquences sur le processus de structuration des identités politiques.

Si à travers l'analyse de la mobilité sociale nous pouvons saisir l'identification et la structuration des groupes sociaux et des CSP² différenciées, notre réflexion principale portera sur l'impact des structures de transferts des CSP et de leurs modes de répartition dans l'espace social.

1/Est-ce que les conséquences de la mobilité sociale pouvaient générer des identités politiques distinctes et différentes entre les groupes sociaux et les catégories socio professionnelles, dans un contexte socio-économique et politique particulier qu'est la société algérienne?

2/Est ce que les traits et la configuration des identités politiques qui en résultent annoncent elles l'émergence d'une réelle société civile et l'émergence de la citoyenneté active en Algérie ?

* Maître de conférences à l'université d'Oran et Chercheur associé au Crasc.

¹ La mobilité sociale est un passage d'individu, d'un groupe ou d'une classe sociale à une autre, par opposition à la mobilité professionnelle qui désigne surtout des itinéraires de carrières et de métiers. La mobilité professionnelle (ou biographique) est mesurée par la distance existante entre la première et la dernière position ou statut social d'une génération. En revanche, la mobilité sociale désigne le changement du statut social du père à celui du fils dans l'échelle sociale. Elle est mesurée par la combinaison des deux variables (statut Père/Fils) à travers les tables de mobilité instrument de mesure indispensable pour visionner les directions de la mobilité (ascendante, nulle ou descendante).

² CSP : Catégorie socioprofessionnelle

L'identité politique s'élabore en générale à partir des stratégies déployées par les individus dans leurs interactions permanentes entre les représentations de soi et les regards des autres en vue d'une quête de reconnaissance sociale³.

En Algérie post indépendante, la construction de l'Etat nation s'est distinguée par le monopole de l'Etat sur tous les espaces de sociabilité. A la faveur d'une rente pétrolière conséquente, et une idéologie populiste prônant l'unité de pensée sous l'égide du parti unique le FLN; le système politique ne va pas trouver des difficultés pour assoir sa domination et achevé le processus d'Etatisation de la société et ce jusqu'en 1990. Ce n'est qu'après cette date, à la faveur des émeutes d'Octobre 1988, que l'Etat a été contraint de se défaire de son « monopole et de son autoritarisme », en instaurant la pluralité «politique, syndicale, associative et la liberté de la presse».

Dans ce cadre-là, l'individuation comme facteur indispensable dans la construction des identités politiques est encore en gestation. Les espaces de socialisation politique restent encore rudimentaires voir anémiques dans la mesure où ils relèvent exclusivement du domaine et de la responsabilité de l'Etat. Ainsi, dire ses opinions politiques ou s'engager politiquement ne sont pas encore institutionnalisés et ne font pas encore partie de la culture de l'Algérien. Ainsi, les participations associative syndicale ou politique restent encore très faibles⁴ Ils sont des phénomènes tabous et des sujets qui font peur, donc à éviter⁵. D'ailleurs, c'est dans les cercles privés et fermés (c'est-à-dire de manière informelle) que les identités politiques notamment chez les élites et les intellectuels se forgent et se construisent, ce qui donne à cette attitude une signification politique dans la mesure où elle exprime une contestation et un refus de s'impliquer dans l'espace politique actuel. La stratégie du

³ Cette étude a été réalisé en 2010 sur un échantillon structuré et aléatoire de 648 individus âgés de 40 ans et plus dans la wilaya d'Oran. Nous retenons cet âge pour reconstituer la trajectoire sociale et professionnelle d'une durée de 20ans et plus ,et aussi parce que nous considérons qu'à cet âge, l'individu connait une stabilité relative au niveau professionnelle , de ses croyances, de son système des valeurs et de ses opinions politiques .

⁴ La participation associative en Algérie ne dépasse pas 4% : Voir O Derras Le phénomène associatif en Algérie, participation sociale et vitalité associative, Ed ENAG 2007, Alger 150pages.

⁵L'importance des refus et des évitements constatés chez plusieurs enquêtés à répondre aux questions dites sensibles sont des indices qui traduit le rapport très distant et septique des Algériens au politique de manière générale.

pouvoir est vite mise en œuvre par un contrat social implicite et imposé entre l'Etat et la société. Les termes de ce contrat se résument dans la distribution généreuse et inégale par l'Etat de la rente en contrepartie de l'interdiction de toutes velléités d'autonomisation des groupes sociaux extra étatiques, pouvant remettre en cause l'ordre établi et la paix sociale.

Ce sont les raisons essentielles qui ont empêché l'émergence des acteurs citoyens actifs et la naissance d'une réelle société civile autonome, en devenant une force de proposition pour contribuer activement dans le développement de la société et le changement social.

1. La mobilité biographique ou professionnelle :

La mobilité professionnelle ou biographique est un indice important de mobilité sociale. Elle influe amplement dans la configuration de la mobilité sociale

L'examen des marges du tableau de la mobilité biographique n°1 montre les faits suivants:

Tableau n°1 La mobilité biographique ou professionnelle en Algérie en 2010⁶

Dernier statut social 1 ^{er} statut social	Groupe aisé	Groupe moyen	Groupe populaire	Total %
Groupe aisé	56 96%	2	0	58 8.9%
Groupe moyen	76 26.6%	187 65.6%	22 7.7%	285 43.9%
Groupe populaire	24 7.8%	117 38.3%	164 53.7%	305 47%
Total	156 24%	306 47.2%	186 28.7%	648 100%

1.1/Les marges du tableau n°1 montrent une transformation substantielle des deux structures sociales en espace d'environ d'une vingtaine d'années (1980/90). En effet, d'une structure pyramidale au début de carrière avec une structure atrophiée au milieu et le rétrécissement de ces deux extrémités. Cette configuration est un

⁶ Les tables de mobilité sont des outils indispensable pour mesurer la mobilité sociale .Il s'agit en fait de mettre en rapport deux variables ; la profession, ou CSP reflet du statut social du père comparé à celui de son fils (lorsqu'il s'agit de la mobilité sociale intergénérationnelle) ou le rapport entre le 1^{er} statut et le dernier du même individu lorsqu'il s'agit d'analyser la mobilité professionnelle ou biographique. La lecture des tables se fait soit en termes de destinée(ou en termes de recrutement).

indicateur pertinent d'une tendance à la moyennisation de la société Algérienne.

1.2/ Un net ralentissement de la mobilité professionnelle ascendante est perceptible, induit par la réduction des opportunités de promotion socioprofessionnelle dans le monde du travail. Cette mobilité biographique ascendante est de l'ordre de 33. 4%. Elle est dominée par des mobilités de voisinages (38% pour le groupe populaire vers le groupe moyen et de 26. 6% du groupe moyen vers le groupe aisé). Lorsque nous désagrégeons les groupes, d'autres mobilités très courtes apparaissent.

1.3/ Les CSP bénéficiaires de mobilité ascendante sont les cadres moyens et ingénieurs qui regagnent les cadres supérieurs pour la moitié d'entre eux, alors que les TS les et agents de maîtrise se contentent surtout de mobilité courte de proximité (la moitié) et très peu accèdent au groupe aisé. Enfin dans le groupe populaire seuls les mieux instruits comme les employés de l'administration et les enseignants du primaire et moyen, connaissent de mobilités de proximité à l'intérieur de leur groupe d'origine. Ils deviennent soit des cadres moyens soit des professeurs de lycée. Ainsi, le niveau d'instruction est devenu un facteur important dans l'acquisition de mobilité biographique et sociale. Nous sommes loin de la massification de la mobilité par le bas des années 70/80. ⁷

1.4/ Une très forte rigidité socio professionnelle estimée à presque 63% de l'ensemble de nos enquêtés.

Cette rigidité sociale augmente selon l'importance des trois groupes sociaux (53. 7% pour le groupe populaire, 65. 6% pour le groupe moyen et 96. 5% pour le groupe aisé).

Cette configuration va avoir des impacts à la fois sur la configuration de la mobilité sociale intergénérationnelle et aussi sur la structuration de l'identité politique de notre population.

1.5/ La dernière remarque à relever concerne le rapport étroit entre la mobilité ascendante et le niveau d'instruction puisque la plupart des mobiles ascendants possèdent tous un niveau scolaire appréciable.

⁷ Voir O Derras : Mobilité professionnelle et sociale en Algérie, thèse de doctorat d'Etat, 2007, 450 pages.

2. La mobilité sociale intergénérationnelle

Tableau n° 2 : La mobilité sociale intergénérationnelle en 2010

CSP Père \ CSP Fils	Groupe aisé ou supérieur		Groupe Intermédiaire		Groupe populaire /		Total %	
Groupe Aisé	9 (05.7%)	17.6%	38 (11.5%)	74.5%	4 (2.5%)	7.9%	51 (7.9%)	100%
Groupe moyen	64 (41%)	36.3%	104 (31.6%)	59%	8 (5.1%)	4.5%	176 (27.5%)	100%
Groupe populaire	83 (53.2%)	20%	187 (56.8%)	45.2%	143 (92.2%)	34.6%	413 (64.5%)	100%
Total	156 100%	24.3%	329 100%	51.4%	155 100%	24.2%	640 100%	100%

2.1/ Le tableau ci-dessus, dévoile trois grandes tendances :⁸

Une très forte mobilité sociale intergénérationnelle ascendante puisqu'elle dépasse la moitié de notre échantillon, 52% exactement, et 40% qui vivent une rigidité sociale, et enfin le déclassement social insignifiant estimée à 7.8% seulement de l'ensemble des enquêtés.

Ces trois formes principales de mobilité sociale ont bouleversé la structure sociale de la génération des fils (actuelle) qui est radicalement différente. On peut la persuader en lisant les marges du tableau. Ainsi, nous relevons une très forte mobilité structurelle de l'ordre de 40% ;

En effet, la structure sociale des pères se présente de manière pyramidale et traduit une très faible mobilité sociale ascendante.

En revanche, on assiste à un changement radical de la structure sociale des fils qui se présente sous forme d'une structure déséquilibrée, c'est-à-dire, le rétrécissement des deux extrémités avec respectivement 24% pour les deux groupes sociaux (groupe aisé et populaire) et le gonflement de sa partie centrale groupe moyen) estimé à 51.4%. Cette configuration s'explique par la combinaison de trois facteurs:

Une forte rigidité sociale du groupe moyen, suivi d'une mobilité de proximité courte d'une proportion notable du groupe populaire

⁸ Deux types de lectures peuvent être faite pour analyser les tables de mobilité : une lecture verticale en termes de destinées (c'est-à-dire que deviennent les fils de position sociale actuelle selon une origine sociale donnée) et une lecture horizontale, en termes de recrutement c'est-à-dire de quelle origine sociale se recrute les fils d'une position sociale donnée.

et enfin fait nouveau, « un déclassement social » significatif des fils du groupe aisé.

Cette configuration nous conduit à relever un constat d'une extrême importance à savoir la tendance à la moyennisation de la société actuelle.

Ces couches moyennes se recrutent surtout parmi le groupe d'origine populaire, avec une forte présence estimée à 56.8%, de 31.6% d'entre elles sont originaires du groupe moyen et 11.5% seulement proviennent du groupe aisé.

2.2/ Par ailleurs, par la lecture du tableau en termes de destinée, nous constatons une rigidité sociale importante des fils du groupe moyen avec presque 60% ; 45% des fils du groupe populaire ont bénéficié d'une mobilité sociale ascendante et fait nouveau, 74. 5% des fils du groupe supérieur ont subi un déclassement social comparativement aux statuts de leurs parents. Ce déclassement est dû essentiellement au ralentissement de la mobilité biographique qui est symptomatique du rétrécissement du marché du travail. Ceci exprime la difficulté du groupe supérieur des parents à reproduire sinon à préserver le même statut social à leurs enfants (génération actuelle).

2.3/ Après 2005, à la faveur de l'augmentation fulgurante des prix des hydrocarbures et la reprise économique, une tendance à la moyennisation de la société est en cours et reste encore inachevée. Mais cette moyennisation de la société se déroule dans un contexte économique caractérisé par l'émergence de la précarisation et la dépermanisation de l'emploi, le chômage des diplômés du supérieur, l'élargissement du travail informel et surtout l'augmentation sensible des salaires des fonctionnaires de l'Etat estimé à un million et demi. On note aussi le développement d'un capitalisme sauvage où le secteur privé national est constitué par des petites entreprises de type familial dans leur grande majorité, orientés vers des activités peu créatrices de richesses.

C'est dans ce type de mutations et de changements économique et social nouveaux du début de l'année 2000, que vont se recomposer, se structurer les identités politiques en Algérie.

3. L'identité politique

La définition de la notion de l'identité politique a fait l'objet de plusieurs débats contradictoires dans la littérature des sciences sociales. Nous retenons la définition suivante :

« L'identité politique est un ensemble de représentations, d'opinions et de croyances par lesquelles les pratiques institutionnelles permettent de distinguer et de reconnaître les acteurs et comprendre comment ces derniers construisent la consistance de l'espace public »⁹.

Mais au vu de sa complexité, son caractère multidimensionnel l'identité politique reste un processus en perpétuelle construction.¹⁰ Il se traduit par un mouvement de construction / recombinaison sans cesse renouvelée. D'autres spécialistes relèvent aussi que l'identité politique peut connaître une stabilité relative durant le cycle de la vie de l'être humain.

Par ailleurs, plusieurs thèses sur les conséquences politiques de la mobilité sociale ont été avancées par les spécialistes. A titre d'exemple, Lipset et Bendix soutiennent l'idée selon laquelle les individus sont suspendus entre deux identités et confrontés à une perte de repère lourde de menaces sur le plan individuel. Cette perte comporte en son sein, un coût social et psychologique très important et des menaces pour la cohésion sociale et les régimes politiques¹¹. Ce type de phénomène peut générer des attitudes d'intolérance, d'extrémisme et de violence.

Par ailleurs la mobilité sociale peut aussi occasionner un phénomène de repli sur soi qui se traduit par une faible participation politique et des attitudes d'inertie sociale (Tumin et Blau)¹².

En effet, la particularité de l'être humain est d'être insérée dans de multiples organisations où il doit jouer plusieurs rôles et acquérir de multiples statuts sociaux lors de son insertion dans les différents espaces de sociabilité. Dans ce cas de figure, l'individu multi socialisé

⁹ Hafid hamdi cherif : l'identité : une question démocratique ; in cahiers de liberté n°1, janvier 2009.

¹⁰ J.C.R-Borbalan : La construction de l'identité, in l'identité, ed sciences humaines, Paris, 1998, pp1à17.

¹¹ C Peugny ; La mobilité sociale descendante et ses conséquences politiques ; recombinaison des valeurs et préférences partisane ; in RFS, 47.3, 2006, p443.

¹² Idem

ne peut être insensible aux valeurs, aux croyances et aux représentations qu'il reçoit durant son intégration sociale et à travers des liens et des rapports sociaux qu'il tisse avec les gens dans les instances de socialisation professionnelles, sociales, culturelles, familiales et politiques.

Cette multitude de rapports sociaux lui confèrent l'acquisition d'un ensemble d'opinions et de valeurs sociales. Elles contribuent à des degrés divers à constituer, à structurer ses identités qui lui donnent la possibilité de s'identifier, de se distinguer, de partager avec le groupe des valeurs pour avoir la reconnaissance des autres.

En obtenant l'adhésion du groupe d'appartenance, l'individu va pouvoir acquérir des repères et des référents qui lui permettent de se situer et évoluer dans la société. Ce processus est conditionné par l'affirmation et la cohérence des perceptions et les représentations des systèmes valeurs de l'individu avec celles des organisations ou groupes d'appartenances avec lesquels il s'engage, milite selon l'intensité de ses convictions et le poids et l'influence des institutions culturelles, religieuses, politiques et idéologiques.

Autrement dit, c'est à travers son identité qu'il va pouvoir à la fois se distinguer, se singulariser et en même temps, se sentir semblable aux autres et se mouvoir dans son groupe d'appartenance. Dans ce cas, le groupe d'affiliation devient refuge, le lieu de protection où il peut s'impliquer, défendre ses idées, ses convictions et ses préférences.

Par ailleurs, les représentations du politique, les opinions et les systèmes de valeurs sont le produit des espaces de socialisation. Ces derniers vont métamorphoser, façonner les mentalités de l'individu en fonction de leurs positions statutaires et de leurs classes sociales respectives.

Ainsi, les identités politiques vont s'élaborer et se cristalliser dans les interactions entre l'individu et son groupe d'appartenance en s'identifiant aux faiseurs d'opinions comme les acteurs politiques, les représentants de l'Etat, les personnalités charismatiques, religieuses, la famille, les enseignants du système éducatif, les institutions d'information et de communication comme la presse écrite, les médias etc...

3/Représentation du politique

3.1/L'engagement partisan

L'identité politique de l'individu doit être plus ou moins conforme aux opinions, aux ambitions, aux préférences et représentations dominantes du groupe d'appartenance. Dans ce cas, l'engagement politique, soit partisan, syndical ou associatif, est un meilleur indicateur d'identification et de socialisation des identités politiques.

Afin de saisir et de mesurer l'identité politique des différents CSP, des indicateurs ont été choisis comme par exemple, l'engagement politique, syndical et associatif, les opinions et les perceptions de la vie politique, les positions et les comportements électoraux.

Tout d'abord quelles sont les positions de nos enquêtés sur l'utilité des partis politiques actuellement en Algérie ?

Tableau n° 3: Opinions des trois groupes sociaux sur l'utilité des partis politiques

Groupe social	Nécessaires	Inutiles	Je ne sais pas	Total
Groupe aisé	65 (42.4%)	56 (36.6%)	32 (20.9%)	153 (100%)
Groupe moyen	71 (23.5%)	145 (48%)	86 (28.4%)	302 (100%)
Groupe populaire	49 (26.9%)	65 (35.7%)	68 (37.3%)	182 (100%)
Total %	185 (29%)	266 (41.7%)	186 (29%)	637 (100%)

3.1.1/ Le tableau n°3¹³ montre une désaffection clairement exprimée de nos enquêtés envers la chose politique actuelle, telle qu'elle fonctionne puisqu'ils ne lui trouvent aucune utilité en Algérie.

Ainsi, moins de 30% seulement de notre échantillon avoue l'utilité de l'existence des partis politiques dans notre société. En revanche, 41.7% estiment que ces derniers n'ont aucune utilité. Les arguments avancés par nos enquêtés reposent sur l'absence des responsables politiques dans la vie politique, de faible ancrage dans la

¹³ Voir en annexe le tableau détaillé n°8.

société et leur inefficacité d'apporter des changements souhaités par les membres de la société.

Deux indicateurs supplémentaires confortent l'idée de désaffection du politique de notre population ;-environ 30% de nos enquêtés n'ont donné aucun avis précis sur cette question et le taux d'abstention est estimé à 30%.

3.1.2/ Le groupe supérieur semble se distinguer (43%) d'une conscience politique sur la nécessité et l'utilité des partis politiques par rapport aux deux autres groupes alors que le groupe intermédiaire (presque la moitié de l'ensemble des opposants), ne semble pas trop convaincu à ce sujet et ce sont en l'occurrence les cadres et les ingénieurs qui sont les plus réfractaires. Quant au groupe populaire, une proportion importante (presque 37%) d'indécis, préfèrent rester dans une neutralité et une posture d'évitement puisqu'ils refusent de se positionner.

La conséquence de cette attitude négative des enquêtés va se traduire directement par le peu d'enthousiasme, la frilosité de l'implication et l'engagement des gens dans la vie politique.

3.1.3/L'engagement qu'il soit partisan, syndical ou associatif permet non seulement de rendre lisible et distincte, l'identité politique de l'individu, mais lui donne aussi une consistance dans l'espace public et de sociabilité.

Tableau n°4 : Opinions sur les préférences partisane de nos enquêtés¹⁴

CSP actuelle de l'enquête	Oui j'ai une préférence pour un parti politique	Non je n'ai pas de préférence partisane	Total %
Groupe aisé	60 (38.4%)	96 (61.5%)	156 (100%)
Groupe moyen	97 (31.6%)	209 (68.3%)	306 (100%)
Groupe populaire	75 (40.3%)	111 (59.6%)	186 (100%)
Total %	232 (35.8%)	416 (64.1%)	648 (100%)

La préférence partisane reflète l'état de la vie politique et l'importance de la place qu'accordent les citoyens aux partis politiques et leurs influences dans la société. Le tableau ci-dessus montre le peu d'intérêt qu'accordent nos enquêtés aux partis

¹⁴ Voir en annexe le tableau détaillé n°10

politiques .Ainsi, 35.8% seulement déclarent avoir une préférence d'un parti politique et 64% n'ont aucun attrait pour un quelconque parti politique .La raison principale avancée par ces derniers réside dans leur ignorance totale des partis politiques. Si les deux groupes sociaux (supérieur et populaire) semblent relativement intéressés et avoir des préférences politiques et partisans avec des taux variant entre 38% et 40%, en revanche le groupe intermédiaire est le plus distant par rapport à ce sujet .Ainsi, plus de 68% d'entre eux n'y s'intéressent pas et n'ont aucun choix ou de préférence politique sur les 35.8% de l'ensemble de notre population.

Lorsque nous examinons la question de l'engagement politique de notre population nous constatons à quel point le fossé se creuse entre les citoyens et les acteurs de la vie politique en Algérie. En effet, 9% seulement de notre population milite dans un parti politique, 6,6% y adhère et 64% déclarent ne pas du tout être concernés, ni de près ou de loin, de la vie politique et partisane en Algérie. Le tableau suivant nous donne une idée sur ce sujet.

Tableau n°5 Positions de l'engagement partisan et militantisme politique de notre population¹⁵

CSP actuelle	Militant des partis politiques	Adhérent	Sympathisant	Cela ne m'intéresse pas	Total
Groupe aisé	32 (20%)	7 (4%)	33 (21%)	82 (53.2%)	154 (100%)
Groupe moyen	15 (5%)	26 (9.1%)	58 (20.3%)	186 (65.2%)	285 (100%)
Groupe populaire	9 (4.9%)	8 (4.4%)	47 (25.9%)	117 (64.6%)	181 (100%)
Total %	56 (9%)	41 (6.6%)	138 (22.2%)	385 (62%)	620 (100%)

Ce désintérêt est proportionnel à l'importance des groupes sociaux dans la hiérarchie sociale. Il varie entre 64.6% pour le groupe populaire et atteint jusqu'à 53.2% pour le groupe supérieur. Mais la tendance générale est la forte proportion de la désaffection clairement affichée dans leur rapport au politique et ce pour l'ensemble des groupes sociaux.

Par ailleurs, les préférences d'un parti politique nous donnent une idée sur la côte de popularité des partis politiques d'une part, et une idée sur l'importance de l'engagement effectif et partisan de nos

¹⁵ Voie en annexe le tableau détaillé n°11

enquêtés car en général, les gens ne dévoilent pas aussi facilement leur choix partisan.

3.1.4/Le parti politique du FLN, parti politique traditionnel est incontestablement le parti qui garde la suprématie et la préférence de plus de 64% des 38% de nos enquêtés qui se sont exprimés sur cette question. Très loin derrière en deuxième position vient le parti du RND avec 13%, HAMAS occupe la troisième place avec 9% et enfin le parti des travailleurs en dernier avec 8% des 38% de notre population.

Les CSP les plus engagées politiquement pour le parti du FLN sont les gros commerçants et les industriels pour le groupe supérieur, ensuite les artisans et les indépendants avec les agriculteurs moyens pour le groupe intermédiaire, et enfin les ouvriers, les employés et les enseignants (primaire et moyen) pour le groupe populaire.

Il fait rappeler que notre population est particulière dans la mesure où elle appartient à l'ancienne génération âgée de plus de 40 ans. A ce titre le parti du FLN a réussi à préserver sa base sociale et fidéliser ses adhérents notamment dans l'enseignement et les CSP aisés.

3.1.5/ L'acte de voter est un acte citoyen et de positionnement politique. La manière de voter est une forme d'expression de l'identité politique. Le comportement électoral est un paramètre pertinent qui traduit les dispositions des gens, l'intérêt qu'ils portent à la vie politique, leur niveau d'implication dans l'espace politique et le degré de maturité de leur conscience politique.

A cet effet, un consensus est clairement établi sur la nécessité de voter et de faire son devoir. 80% de notre population l'expriment. Ce consensus peut être nuancé du temps du parti unique. Ainsi, les pouvoirs publics usaient de plusieurs méthodes de pression (comme la carte de vote obligatoire pour la constitution d'un dossier administratif) pour contraindre les gens à voter.

Par ailleurs, 43.2% déclarent voter par conviction l'adhésion au programme du parti politique, 17% donnent la priorité à l'honnêteté des candidats, 13% pour des raisons régionalistes et enfin presque 30% votent au hasard ou blanc. Une manière d'exprimer à la fois son devoir de citoyen et de contester implicitement l'utilité du vote.

3. 2. L'engagement syndical

La loi de décembre 1990 instaurant le syndicalisme pluraliste en Algérie a fait exploser l'apparition de plusieurs syndicats indépendants notamment dans les secteurs publics comme l'enseignement, la santé et l'administration publique.

Le retour à l'autoritarisme de l'Etat et le contrôle rapproché des syndicalistes, le refus de l'Etat à reconnaître et institutionnaliser les conflits ne plaident pas pour le développement d'un véritable syndicalisme pluriel, autonome et constructif.

Les résultats de l'étude confirme la désaffection clairement exprimée et le désintérêt de notre population dans l'engagement syndical.

3.2.1/ En effet; moins de 6% de nos enquêtés affirment être militants dans un syndicat, 8% comme adhérents, 12% comme sympathisants mais environ 73.7% ne se sentent pas intéressés, ni de près ni de loin, l'espace syndical. Ce taux atteint 75.5% chez le groupe populaire et moyen et un peu moins 71% dans le groupe supérieur. Il semble que

Tableau n °6 : Engagement syndical des différentes CSP¹⁶

	Militant	Adhérent	Sympathi sant	Syndicat ne m'intéresse pas	Total
Groupe aisé	4 (2.6%)	14 (9.2%)	26 (17.2%)	107 (70.8%)	151(100%)
Groupe moyen	24 (8.2%)	26 (8.9%)	25 (8.5%)	216 (74.2%)	291(100%)
Groupe populaire	9 (5%)	8 (4.4%)	25 (13.8%)	136 (75.5%)	180(100%)
Total %	37 (5.9%)	50 (8%)	76 (12.2%)	459 (73.7%)	622(100%)

Dans cette atmosphère de désintérêt qui gagne toutes les CSP, on relève un timide rapprochement et un intérêt des enseignants du primaire et du moyen, qui traditionnellement ont été à l'avant-garde du syndicalisme même malgré le rôle néfaste affecté à l'UGTA, seule reconnue par le pouvoir.

¹⁶ Voir en annexe le tableau détaillé n°12

3. 3. *L'engagement et participation associatif:*

L'espace associatif est une véritable école d'apprentissage de la culture démocratique et de citoyenneté active. Il préserve, restructure et reconstitue les liens sociaux, combat l'égoïsme, institutionnalise les conflits. Il a aussi cette capacité à trouver de manière collective et responsable, les solutions appropriés aux problèmes quotidiens que rencontrent les citoyens. Les associations peuvent réduire les violences en les désamorçant. Enfin elles sont un moyen efficace de modification des systèmes de valeurs et compensent les déficits des instances de sociabilité primaire. Pour toutes les raisons énumérées les pouvoirs publics dans les pays sous-développés ont intérêt à encourager l'implication des associations dans le développement du pays notamment au niveau local.

En Algérie, la loi du 4 décembre 1990, a permis un foisonnement associatif sans précédent dans son histoire post indépendante. Les associations vont coiffer des secteurs traditionnels comme le social, le religieux et le caritatif, mais surtout des secteurs modernes inexistantes et interdits auparavant comme les associations de droits de l'homme, des femmes, de l'environnement. En effet, presque la totalité soit 91.3% sont favorables au développement et au respect des droits de l'homme en Algérie et 3.7% s'y opposent.

Selon les chiffres avancés par le ministère de l'intérieur, l'Algérie compte 88 000 associations locales et 1000 associations nationales. Mais la participation associative réelle montre l'état de déliquescence que vit le monde associatif.

Dans ce cadre-là, une étude nationale récente réalisée par nous-même sur la vitalité associative, fait ressortir un taux de participation associative réelle ne dépassant pas 4% et environ, soit 2000 associations au total sont vivantes et 200 000 personnes fréquentent régulièrement les associations à travers le pays¹⁷. Nous sommes très loin des chiffres du ministère de l'intérieur.

3.3.1/ En effet, 73% de l'ensemble de notre population avouent ne pas être concerné par l'espace associatif, 8% seulement déclarent être responsable dans une association actuellement, 8.3% sont adhérents et enfin 10% se disent sympathisants¹⁸.

¹⁷ Idem

¹⁸ Voir en annexe le tableau n°13.

L'importance du désintérêt atteint plus de 76% chez le groupe populaire et 69% chez le groupe supérieur.

3.3.2/Les CSP les plus engagées dans l'espace associatif appartiennent aux couches moyennes les plus instruites en général comme les cadres supérieurs, les cadres et cadres moyens dans le moyen et enfin les enseignants dans le groupe populaire .Ils investissent en général le secteur social, la santé et le sport, des secteurs monopolisés jadis par l'Etat et qu'il a volontairement cédé aux sociétaires sans crainte. Cette configuration est confirmée par les résultats de nos enquêtes précédentes sur les associations. ¹⁹

3.3.3/Une autre façon de comprendre ce désintérêt affiché chez la majorité de notre population se confirme encore une fois de plus, lorsque nous leur proposons une adhésion dans une association conditionnée par l'obtention d'un poste de responsabilité, sachant par ailleurs que l'espace associatif est un tremplin de carrière politique et un bon moyen de repositionnement statutaire et de mobilité sociale ascendante. A ce propos ; 11.5% seulement de notre population accepte cette proposition, 32% d'entre eux refusent et 38.6% hésitent.

3.3.4/Lorsque nous leur demandons leur avis sur le volontariat comme une valeur sociale citoyenne, nous remarquons une disponibilité et une prédisposition de nos enquêtés à s'impliquer dans l'espace public pourvu qu'ils trouvent des conditions appropriées. Ainsi, plus de 76% de nos enquêtés approuvent le volontariat et seulement moins de 9% s'y opposent.

¹⁹ Voir O Derras : premier chapitre sur la configuration et l'évolution des secteurs associatifs ; in le phénomène associatif, op cit, et le fait associatif à Oran ; in les mouvements sociaux et les mouvements associatifs ; revue insaniyat, N°8, 1999, pp95/117.

4. Quelles sont les raisons de cette désaffection de la vie politique syndicale et associative en Algérie:

Deux pistes de réflexions peuvent être retenues à ce sujet:

4.1/ Le premier niveau d'analyse est en rapport avec les explications et les justifications données par les enquêtés eux mêmes à savoir :

4.1.1/ L'incompétence des responsables politiques : La première lecture du tableau n°7 relatif au niveau de compétence des responsables politiques nous donne les renseignements suivantes:

Tableau n° 7: Opinions sur la compétence des responsables politiques en Algérie²⁰

CSP actuelle de l'enquêté	Très compétents	Incompétents	Je ne sais pas	total
Groupe aisé	35 (22.7%)	41 (26.6%)	78 (50.6%)	154 (100%)
Groupe moyen	53 (17.5%)	114 (37.7%)	135 (44.7%)	302 (100%)
Groupe populaire	40 (21.7%)	55 (29.8%)	89 (48.3%)	184 (100%)
Total %	128 (20%)	210 (32.8%)	302 (47.1%)	640 (100%)

Presque la moitié de notre population (47% exactement de la totalité de notre population) déclare son ignorance sur ce sujet. Cette attitude est la conséquence de leur désintérêt pour la vie politique de manière générale. Seul 20% seulement de nos enquêtés reconnaissent des compétences aux acteurs politiques alors que 33% avouent ouvertement l'incompétence des responsables.

Le groupe moyen est le plus tranché par rapport aux deux autres groupes dans l'affirmation de l'incompétence des responsables politiques avec 37.7 % au total.

Quant aux CSP, les cadres supérieurs sont très partagés même si plus de la moitié d'entre eux préfèrent éviter de se positionner à ce sujet. En revanche les plus mécontents (qui désavouent le plus les hommes politiques) sont les cadres moyens en général.

4.1.2/ Inviter à donner leurs opinions sur la nécessité du multipartisme en Algérie plus de 40% ne se positionnent pas soit par évitement ou par ignorance, 36.5% approuvent le multipartisme et plus de 23% d'entre eux s'y opposent.

²⁰ Voir en annexe le tableau détaillé n°9.

Les valeurs relatives exposées reflètent le vide politique que vit la société Algérienne et la déception d'une proportion importante de la population suite à l'expérience du multipartisme de façade en Algérie.

L'autre remarque à relever est la relation positive entre la nécessité du multipartisme et le niveau scolaire. Ainsi, les cadres supérieurs, les ingénieurs et les enseignants des différents paliers sont très favorables au multipartisme en Algérie.

4.2/Le deuxième niveau d'analyse est relatif à la nature du système politique, de son idéologie et de ses effets.

Depuis l'indépendance de l'Algérie, les régimes qui se sont succédés n'ont jamais pu se défaire de leur mode de gouvernance autoritaire. En s'appuyant sur une idéologie paternalisme et populiste, soutenue par la rente pétrolière, les régimes politiques se sont considérés toujours comme l'unique acteur de transformation de la société. Cette conception de gouvernance holiste, s'accompagne toujours par de fortes concentrations et centralisation du pouvoir de décision.

Les conséquences immédiates et à moyen terme de ce mode de gouvernance autoritaire peuvent être résumées par :

L'accumulation des problèmes par la mauvaise gestion et le manque de rigueur et d'efficacité dans le travail.

Des surcoûts exorbitants dus aux retards récurrents dans la réalisation des projets de développement. Ces faits ne peuvent générer que des pratiques de gestion urgentes, hâtives et éphémères.

4.2.1/La position négative de nos enquêtés sur l'autoritarisme est sans équivoque, puisque plus de la moitié d'entre eux s'y opposent, 25% sont favorables et 24% ne se positionnent pas. Le groupe moyen est le plus opposé des groupes sociaux avec 54% par contre, les plus favorables sont les CSP du groupe aisé.

4.2.2 L'examen des différents styles de commandements, dévoile une suite logique et une cohérence apparaît dans leurs positions puisque 44.3% de notre population est favorable au style de commandement participatif et démocratique, 14.3% font le choix du style de commandement autoritaire, 22.4% du style autoritaire adouci et 18.7% ne se positionnent pas. Le groupe le plus ouvert et le plus permissif s'est le groupe moyen avec plus de la moitié de notre échantillon.

Ainsi, le processus d'Etatisation de la société a non seulement empêché toutes socialisations politiques différenciées mais aussi il a réussi à annihiler l'idéologie de l'effort, le compter sur soi, l'émergence de l'individuation et le mérite. Au contraire, l'idéologie populiste n'a fait qu'amplifier l'attentisme, l'immobilisme (ou la mobilisation sociale suscitée et forcée) et la perpétuation de la mentalité du Baylek et l'assistanat.

Grace à la rente pétrolière, l'Etat a réussi à imposer provisoirement son contrat social implicite avec la société dont les termes assignent une fonction distributive et généreuse des satisfactions des demandes sociales, mais conditionnée par une interdiction de toute opposition et contestation sociale c'est-à-dire le droit d'être acteur politique et citoyen, qui éventuellement pourra déstabiliser l'ordre établi et remettre en cause la légitimité de l'Etat.

Après les émeutes d'Octobre 1988, et plus précisément depuis 1990, des réformes structurelles politico/institutionnelles et économiques dont la finalité proclamée est de rompre avec l'économie administrée, le parti unique et l'unité de pensée. A ce titre, l'instauration des mécanismes économiques et politiques libéraux ont fait exploser l'espace politique, syndical et associatif durant les premières années de 1990.

Ces réformes imposées par le haut et mises en application dans la précipitation ont surpris la société et qui était prise au dépourvu, mal préparée pour s'adapter aux nouvelles mesures d'ouverture de plusieurs espaces publics ; on ne décrète pas la démocratie dans une société où la culture démocratique est très faible ou en gestation.

Les conséquences de cette improvisation ne vont pas tarder de plonger le pays dans une période dramatique et sanglante à travers tout le territoire national. Cette violence va précipiter l'avortement de cette jeune démocratie et oblige l'Etat à revenir sur ses anciens réflexes à savoir son autoritarisme traditionnel.

Cette situation a provoquée un immobilisme social dans les secteurs vitaux, une inertie sociale qui ne contribue nullement au développement de l'individuation, de la citoyenneté et à la dynamisation de la vie politique syndicale et associative.

Ainsi, l'absence de ces structures de médiation ne va pas atténuer la récurrence des mouvements sociaux violents qui s'expriment dans les rues de manière anarchique presque quotidiennement.

4.2.3/ Alors que la société est demandeuse de liberté et de démocratie, 77% de notre échantillon sont favorables à l'instauration d'une démocratie dans notre société et 12% seulement s'y opposent. On sent la frustration de nos sociétaires de ne pas se sentir partie prenante dans l'émergence d'une véritable société civile capable de devenir un interlocuteur incontournable par le dialogue et une force de régulation des pouvoirs et de proposition indispensable pour les pouvoirs publics et les sociétaires. Une proportion importante de la société se sent frustrée par la mauvaise répartition de la rente et le développement des inégalités sociales.

Seule une démarche participative à notre avis, pourra à moyen terme, réduire le fossé qui se creuse entre l'Etat et la société en instituant le dialogue comme démarche appropriée dans la résolution des problèmes dont souffrent les plus démunis de la société.

4.2.4/ A ce propos ; notre population est totalement acquise au dialogue comme démarche appropriée avec les pouvoirs publics pour solutionner les problèmes des citoyens .Plus de 90% de notre échantillon l'approuvent alors que moins de 3% s'y opposent au dialogue.

4.2.5/ Le sens du patriotisme montre lui aussi les dispositions des gens à devenir des acteurs pourvu que la volonté politique existe. Ainsi, le sens du patriotisme chez notre population est très affirmé avec 68. 5% qui l'approuvent et seulement 12.5% qui sont contre. Le groupe moyen est le plus attaché à cette valeur avec 71.7% ensuite le groupe populaire 67.7% et très loin le groupe supérieur qui semble relativement porté par cette noble valeur. Les agriculteurs, les cadres, les employés et les enseignants sont les plus attachés au patriotisme.

Deux instances principales à savoir ; la presse écrite et la télévision participent amplement au développement de la culture politique et citoyenne ; Elles sont des instances puissantes de socialisation idéologique et politique.

En quoi les deux instances (la presse écrite et la télévision) conditionnent-elles le façonnement et la structuration des identités politiques ?

5. La télévision

Considérée comme un moyen important de conscientisation politique et aussi comme un instrument efficace de socialisation culturelle et politique, la télévision, à l'instar des autres médias, n'est pas neutre. Au contraire, elle est un moyen redoutable d'endoctrinement idéologique et de structuration des identités politiques. L'analyse des contenus des programmes et les préférences des consommateurs de ses programmes nous donnent une idée sur les préférences, les choix de nos enquêtés des chaînes et des émissions des TV.

La TV occupe une place de choix dans la vie des Algériens. Le nombre élevé des paraboles dans les balcons, le nombre de poste de TV dans les foyers et l'emplacement des postes de TV en générale dans les salons des maisons sont des indicateurs indéniables de la place majeure et centrale qu'occupe la TV dans la vie des foyers Algériens.

5.1/A ce propos, 17. 3% seulement de notre population déclarent regarder rarement la TV, alors que plus de la moitié soit 55% regardent régulièrement mais avec modération la TV et presque 28% avouent être très attachés à la TV.

Les groupes moyen et populaire sont les plus attachés à la TV, pendant que le groupe supérieur se distingue dans une régularité modérée envers la TV. Toutes les CSP s'intéressent à la TV à l'exception des professions libérales et les commerçants (grands, moyens et petits).

5.2/Préférences des enquêtés des chaînes de TV : Le choix des chaînes de TV n'est pas neutre et quand bien même les chaînes de TV elles aussi ne sont pas neutres puisque les TV possèdent et défendent des positions politiques et idéologiques et des intérêts des bailleurs de fonds.

La hiérarchie des préférences de notre population montre en première position, les chaînes arabes, ensuite les chaînes européennes et en dernier les chaînes Algériennes avec

respectivement 32.6%, 30% et 13%. Cette hiérarchie des préférences de chaîne de TV est lourde de conséquences sur la structuration des opinions et des attitudes culturelles et politiques des Algériens en générale puisque les chaînes nationales n'attirent pas grand monde.

Ainsi, le groupe supérieur semble beaucoup plus attaché aux chaînes européennes et particulièrement les chaînes françaises avec 35.7%, ensuite les chaînes arabes (27%) et en dernier celles Algériennes (17%). A l'opposé le groupe moyen préfère prioritairement les chaînes arabes avec 33.7% ensuite européennes (31%) et 17% seulement regardent les chaînes Algériennes. Seule le groupe populaire va l'encontre des préférences des deux groupes précédant puisqu'il donne la priorité aux chaînes arabes d'abord avec 41%, ensuite les chaînes européennes et Algériennes avec 23% pour les deux.

Le niveau d'instruction est éléments distinctif dans les préférences des chaînes satellitaires puisque l'étude fait apparaître que les plus instruits s'orientent vers les chaînes européennes et arabes du moyen orient et en dernier les chaînes nationales. En revanche les moins instruits préfèrent surtout regarder les chaînes Algériennes.

5.3/ La préférence des types des émissions télévisées est un bon indicateur d'identification politique.

A ce propos, la classification générale se présente de la manière suivante :

Notre population préfère d'abord regarder les émissions sportives avec 30%, viennent en deuxième position les émissions de débat politique notamment celles des chaînes étrangères avec un peu plus de 22%, et en troisième position les informations avec les émissions religieuses avec un peu moins de 18%.

Ainsi, nous relevons la faiblesse des valeurs relatives qui oscillent entre 30% et 18% des opinions exprimées et ne présentent aucunement des tendances fortes et clairement affirmées chez nos enquêtés à ce sujet. Au contraire nous avons affaire à une répartition très lâche et opaque.

L'examen de la place des émissions politiques, montre le peu d'intérêt accordé de nos enquêtés. Seul 123 personnes soit 22.3% seulement se sont exprimées sur ce sujet et donnent la priorité aux émissions politiques. Si nous ajoutons ceux qui se sont positionnés à

la deuxième place, ils sont 76 soit 13.7% nous aurons au total 36% au total qui préfèrent regarder en priorité les émissions politiques. Ils sont admiratifs surtout pour les émissions professionnelles de haut niveau où les débats politiques sont transparents et la compétence des hommes politiques avérée dans les TV Européennes ou Arabes. Ce sont des émissions qui sortent de la routine, de l'ennui et de la langue de bois diffusées habituellement par les chaînes Algériennes.

Le groupe supérieur est le mieux placé dans le suivi des émissions politiques avec 26.5%, secondé par le groupe populaire avec 22.5% et enfin le groupe moyen qui atteint presque 19% ;

Les cadres supérieurs avec les professions libérales semblent assidus à suivre les émissions politiques avec 30%, les industriels sont très partagés et les gros commerçants ne semblent pas très attirés par ces émissions.

Les cadres et les ingénieurs du groupe moyen sont relativement intéressés par ces émissions avec 22%, mais les artisans et agriculteurs les boudent généralement.

6. La presse écrite

Les réformes politiques libérales engagées depuis 1990 ont fait exploser la presse écrite indépendante dans les deux langues en Algérie. Un grand acquis pour la société Algérienne de voir l'existence d'une gamme importante et diversifiée de journaux, de revues ce qui permet aux lecteurs d'avoir une grande opportunité dans la liberté de lire et de choisir les informations désirées. Un facteur important dans la diversité des opinions et une ouverture sur le monde.

A cet propos, 77.7% de notre population est totalement favorable à cette liberté et cet acquis ; 9% uniquement désapprouvent et 13% sont indécis.

Il va sans dire que cette ouverture dans le secteur de l'information va influencer amplement sur le système des valeurs et les opinions de notre société, et cristalliser les représentations de l'espace politique.

Dans ce cadre-là, une proportion relativement importante soit 44.5% déclarent lire régulièrement la presse nationale, 32% de manière occasionnelle et enfin 23% avouent lire rarement le journal. Le groupe supérieur est le plus assidu avec presque 65% de notre

population, très loin, en deuxième position le groupe moyen avec 44% environ et enfin le groupe populaire avec seulement 28.6% à acheter régulièrement la presse.

Au niveau des CSP, les plus liées à la presse sont toutes les CSP de niveau d'instruction appréciable, c'est-à-dire les cadres supérieurs et professions libérales, les cadres et enseignants.

6.1. Les pages préférées des enquêtés :

Les résultats des données relatives aux choix et préférences des pages lues par notre population concordent presque avec le scénario exposé au sujet de la TV. En effet, les préférences de nos enquêtés s'orientent d'abord vers les pages sportives avec 76% des 41. 7% des choix exprimés, ensuite c'est les pages politiques nationales et internationales en deuxième positions avec une légère différence 41% sur les 33% de personnes exprimées. La troisième position est décernée aux pages sociales et en dernier rang les pages religieuses (25. 7%) sur les 21% de voix exprimées

Les pages sportives sont surtout l'apanage du groupe moyen ensuite du groupe populaire et en dernier rang le groupe supérieur avec respectivement 87.3%, 76% et 53.4%. Quant aux pages de politique internationale et nationale ; c'est le groupe supérieur qui est le plus intéressé (environ la moitié), ensuite le groupe populaire (entre 46% et 50%) et en dernière position le groupe moyen (entre 36% et 44%). Enfin il faut noter que le groupe populaire se distingue par rapport aux autres groupes par son attirance clairement prononcée aux pages religieuses.

Pour les pages de politique internationale et nationale qui nous intéressent en premier chef, les catégories sociales instruites sont les plus assidues à lire ces pages.

6.2. Préférences des journaux chez nos enquêtés :

Il est notoirement connu que les journaux sont un moyen puissant d'information et d'endoctrinement. Par leur ligne éditoriale ils expriment généralement leurs positions politiques et idéologiques. Chaque journal défend un ensemble de valeurs, de positions et d'orientations politiques, dont les objectifs implicites servent à préserver et promouvoir les intérêts des bailleurs de fonds

(Etat, parti politique, groupe social ou groupe économique influent etc ...)

Une première remarque s'impose à ce sujet relatif au choix de toute notre population des quotidiens uniquement indépendants. Ainsi l'étude montre que le quotidien le plus cotés est celui d'El Khabar en langue arabe qui totalise à lui seul 307 voix soit 35.5% de l'ensemble de notre échantillon. Vient en deuxième position le Quotidien d'Oran en langue française avec 290 soit 33.3%, ensuite et très loin El Watan en français qui totalise 101 soit 11.6% El Chourouk quotidien en arabe 9.6%, la voix de l'Oranie 7% et en dernière position le Soir d'Algérie avec 3.1% seulement.

Une certaine division linguistique se dégage entre les différents groupes sociaux puisque que le groupe populaire préfère lire la presse arabophone alors que le groupe supérieur et le groupe moyen choisissent surtout la presse francophone et arabophone. Ce qui est considéré comme un avantage et une ouverture sur ce qui se passe dans le monde pour ces deux groupes sociaux.

7. Système de valeurs et projet de société:

Pour terminer ce travail, une série de valeurs sociales ont été proposées à notre population. Leurs positions peuvent être des tendances supplémentaires d'identification de l'identité politique différenciée de nos enquêtés. Les valeurs proposées sont : préférence de projet de société en Algérie (libéral ou socialiste), l'islam moderne ou traditionnel, l'application de la charia, la laïcité, le port du hidjab, l'avortement, la peine de mort, la mixité dans les écoles, l'égalité entre les deux sexes, le partage des tâches ménagères.

7.1. *Projet de société préférée: libérale ou Socialiste*

Globalement, une certaine nostalgie de l'ancien modèle de développement gagne les esprits de notre population puisque une proportion relativement importante à savoir 50% ont opté pour un projet de société socialiste. Ceci dénote que notre population est partagée entre une déception implicite des avantages qu'ils avaient bénéficié et un certain égalitarisme du temps de l'économie administrée et en même les réformes économiques libérales en

vigueur n'ont fait qu'amplifié les inégalités sociales particulièrement les deux groupes sociaux moyen et populaire.

En effet, lorsque nous examinons les choix selon les groupes sociaux nous remarquons que les positions se clarifient un peu plus.

Le groupe supérieur est très attaché à l'option capitaliste avec 60% qui approuvent le projet de société libérale et plus de 26% s'y opposent, à la différence des deux groupes ; moyen et populaire qui, pour plus de la moitié d'entre eux affichent clairement leur préférence au projet socialiste avec respectivement 58.2% et 50.6% de l'ensemble de chaque groupe Par ailleurs les deux groupes s'opposent au projet de société libérale avec des proportions identiques soit d'environ 44%.

7.2. L'islam moderne

Le phénomène religieux est un puissant facteur de construction et d'identification identitaire, particulièrement dans les sociétés ayant longtemps connu un processus d'acculturation comme l'Algérie. Mais au-delà de l'effet de mode du repli religieux en Algérie, il est important de connaître quel type d'islam souhaitent notre population. Un islam moderne, ouvert et tolérant ou alors un islam traditionnel et rigoriste.

A ce propos, une proportion relativement importante notre population opte pour un islam moderne. Ils sont 45.5% à faire ce choix, presque 29% s'y opposent et 25.5% ne le savent pas ou ne veulent pas dévoiler leur position. L'idée forte qui se dégage à travers ce sondage d'opinion est le rapport étroit et proportionnel entre la nature de l'islam, le statut social et le niveau scolaire.

Ainsi le groupe populaire est le moins enthousiaste pour un islam moderne avec 35%, 46% pour le groupe moyen alors que le groupe supérieur se distingue avec 56% en faveur d'un islam moderne.

Le groupe le plus opposé est incontestablement le groupe populaire avec 41.6%, les ouvriers, les petits commerçants, agriculteurs et les employés sont les plus partagés, en revanche les opposants dans le groupe moyen sont les artisans /indépendants avec les agriculteurs.

Par ailleurs les CSP les plus instruites optent généralement pour un islam moderne.

7.3. *L'application de la charia islamique*

La charia islamique est l'ensemble des lois et des règles de conduites tirés du coran et des hadiths Elle est considérée comme un indicateur d'un islam rigoriste et différent de l'islam tolérant et permissif.

La lecture du tableau présente des tendances qui vont à l'encontre du tableau précédent relatif à l'islam moderne. En effet, presque 70% de notre population se déclarent en faveur de l'application de la charia en Algérie. Le groupe moyen s'illustre par le taux le plus élevé avec 77.5% semblent les plus favorables du groupe populaire 66.3% et enfin 58% pour le groupe supérieur. Les proportions des opposés sont faibles et varient entre 8% et 16%.

Les cadres supérieurs avec les gros commerçants se distinguent du groupe supérieur ensuite les artisans/indépendants, commerçants et agriculteurs moyens pour le groupe moyen et les ouvriers, petits agriculteurs et commerçants pour le groupe populaire. Le repli religieux peut être selon nous à la fois une forme d'exclusion, de contestation du moment où il s'inscrit dans une logique de négation et du refus de l'autre (entendu dans ce cas l'Etat et les pouvoirs publics) mais en même temps le sentiment de conformité et d'appartenance à une communauté de référence ici la *oumma islamia*.

7.4. *La laïcité*

La notion de laïcité est pensée dans ce cadre, par la séparation entre la sphère politique et la sphère religieuse. Elle peut être considérée comme une voie possible et un idéal dans le monde arabo musulman. A travers la laïcité les gens peuvent atteindre une religiosité dépassionnée, mieux assumée et porteuse de progrès et de tolérance. Mais l'idée très ancrée dans la perception des Algériens autour de cette notion prête à des confusions puisqu'elle est assimilée à la négation de l'islam et à l'athéisme.

Les résultats du tableau nous donnent des opinions opposées à une certaine ouverture d'un islam moderne Cette position du refus de la laïcité se trouve en conformité avec les positions favorables concernant la charia.

En effet, plus de la moitié de notre population s'opposent à la laïcité, 51.5% exactement. Cette opposition s'élève en fonction de l'importance des groupes sociaux ; 56% pour le groupe supérieur, 52.4% pour le groupe moyen et enfin 47.5% pour le groupe populaire.

Les CSP les plus opposées du premier groupe sont les gros commerçants suivi des cadres supérieurs, les artisans /indépendants pour le deuxième groupe moyen et les petits agriculteurs pour le troisième groupe.

7.5. Le port du hidjab

Nous avons choisi le port de hidjab comme un vêtement très en vogue dans le monde musulman et qui touche tous les milieux sociaux.

Au-delà de ses fonctions multiples, le hidjab reste un symbole identitaire et un attachement à la religion et la tradition musulmane. Il joue des fonctions différenciées et multiples qu'il peut intérioriser et exprimer.

Notre population confirme aisément cet effet de mode ; puisque 80.8% de notre échantillon approuvent le port du hidjab. Les deux groupes (moyen et populaire) en sont les plus attachés avec 83% chacun et un peu moins pour le groupe supérieur avec 73.5%.

Les CSP les plus favorables sont les professions libérales et les gros commerçants du groupe aisé, dans le groupe moyen, nous trouvons les agriculteurs et commerçants moyens et pour le groupe populaire c'est les petits commerçants et agriculteurs.

7.6. L'avortement

Un nombre important de notre population désapprouvent l'avortement, parce qu'il va à l'encontre des préceptes de l'islam. Ils sont 66.4% de l'ensemble de notre population, 9.6% seulement approuvent et 24% environ ne savent pas. Le groupe moyen est le groupe le plus opposé à l'avortement avec 69.5% suivi du groupe populaire avec une légère différence soit 64.4% et en dernière position le groupe aisé qui totalise 63%.

Les CSP les plus opposés sont les cadres supérieurs et les patrons industriels du groupe aisé, les moins favorables dans le groupe moyen sont les artisans/indépendants et les agriculteurs moyen ; et

enfin, les petits commerçants et agriculteurs déclarent leur désaccord concernant l'avortement en Algérie.

7.7. *La peine de mort*

La position sur la peine de mort, peut nous donner l'état de tolérance dans notre société. Plus de la moitié de notre échantillon, soit 54.5% dévoilent leur désaccord à la peine mort et seulement 25% d'entre eux approuvent la peine de mort pendant qu'environ 20% ne se positionnent pas. Au niveau des groupes sociaux, les proportions se rapprochent entre les trois groupes que ce soit en faveur ou non à la peine de mort. Ceux qui approuvent la peine de mort varient entre 21% pour le groupe populaire et atteint 27% pour le groupe aisé. Quant à ceux qui s'y opposent les proportions sont très rapprochées et qui oscillent entre 50% et 52%.

Quant aux CSP les professions libérales et les gros commerçants, les cadres, professeurs de lycée et les agriculteurs moyens et enfin les employés et les enseignants du primaire et moyen avec les petits agriculteurs qui s'opposent clairement à la peine de mort.

7.8. *La mixité*

La mixité dans les écoles est un autre indicateur qui traduit des positions permissives libérales ou séparatistes et conservatrices. Et à ce titre plus de la moitié de notre population est opposée à la mixité dans les écoles, alors que seulement 30.3% y approuvent et 14.3% ne savent pas.

Le groupe aisé se distingue nettement des autres groupes par son appui à la mixité avec 46%, pendant que les deux groupes affichent clairement leurs oppositions à la mixité. Nous trouvons en premier lieu le groupe populaire avec 63.2% suivi du groupe moyen avec 58.8%.

Maintenant, concernant les positions des CSP, nous relevons que les professions libérales sont les plus favorables à la mixité alors que les autres CSP sont très partagées. Les agriculteurs moyens avec les artisans sont les opposants farouches du groupe moyen et ce sont les ouvriers et les petits agriculteurs qui s'y opposent chez le groupe populaire.

7.9. L'égalité entre les deux sexes

L'égalité entre les sexes est une attitude qui peut aussi nous instruire sur le niveau de conscience politique dans le domaine de justice sociale et d'égalité de chances entre les deux sexes. Cette valeur nous donne une idée sur la nature de la mentalité des Algériens vis-à-vis de la place de la femme dans notre société²¹ et à travers elle, nous pouvons plus ou moins distinguer et faire la séparation entre des attitudes conservatrices et les attitudes libérales ou permissives.

Dans ce cadre-là ; 60% notre population déclarent être favorables à l'égalité entre les deux sexes et 32.5%avouent leur désaccord.

La proportion de ceux qui sont favorables augmente avec l'importance des groupes sociaux. Plus de 60% du groupe aisé suivi du groupe moyen avec 56% et le groupe populaire avec 55.7%.

Les CSP les plus favorables sont les professions libérales et les plus opposants sont les patrons industriels pour le groupe aisé, les commerçants moyens et les cadres et professeurs de lycée se distinguent par leur nette position en faveur de l'égalité entre les sexes, pendant que les agriculteurs moyens sont les plus opposés du groupe moyen.

Enfin, les employés et instituteurs approuvent l'égalité entre les sexes, alors que les petits commerçants sont partagés pour le groupe populaire.

Ainsi les CSP instruites, qui sont habituées à travailler avec les femmes, sont plus favorables à l'égalité des sexes.

7.10. Le partage des tâches ménagères

Nous avons choisi cet indicateur pour le mettre en rapport avec l'égalité entre les sexes afin de vérifier la cohérence ou non des positions et attitudes de notre population.

Moins de la moitié de notre population soit 48.5%exactement approuvent le partage des tâches ménagères, vient en tête le groupe

²¹ L'analyse du contenu du code de la famille de 1984 encore en vigueur en Algérie reste dans sa globalité très discriminant envers la femme .Il légalise des inégalités dramatiques dans les foyers notamment dans les cas du divorce, les pensions pour les enfants et le logement los des divorces consommés.

moyen avec 50% et ensuite les deux autres groupes sociaux avec environ 46%.

Parmi les CSP qui appuient cette idée sont les cadres supérieurs, mais les gros commerçants semblent les plus en désaccord parmi le groupe aisé avec les agriculteurs moyens. Quant aux cadres ingénieurs et les professeurs de lycée ce sont les CSP qui approuvent le plus l'aide du conjoint dans le foyer. Enfin le groupe populaire est le plus réfractaire à l'idée du partage des tâches ménagères.

En guise de conclusion

Durant la décennie 1980 ; la configuration dominante de la mobilité sociale en Algérie s'est caractérisée par une mobilité fondamentalement structurelle et massive. Les grands bénéficiaires sont les CSP du groupe populaire Mais dès 1990, date du début de la crise économique concomitante à la chute des prix des hydrocarbures en 1986, nous assistons à deux phénomènes nouveaux à savoir, le ralentissement de la mobilité biographique ou professionnelle qui a conduit à l'apparition d'une rigidité sociale et une véritable désagrégation des couches moyennes fraîchement constituées. En revanche, la tendance générale qui se dessine actuellement, fait ressortir une reprise de la mobilité sociale ascendante mais cette fois ci avec la prédominance des mobilité courte de proximité ou de voisinage, d'une rigidité sociale persistante et fait important, de la reconstitution et l'élargissement de nouvelles couches moyennes très différenciées²².

Ce mode d'évolution de la mobilité sociale fluctuant, les changements sociaux importants et sans cesse croissants portés par une mobilité structurelle ; tout cela a empêché l'émergence d'une identité politique achevée et clairement élaborée entre les différents groupes sociaux et les différentes CSP.

En effet les résultats de notre étude (qui restent sur beaucoup d'aspects à approfondir) fait ressortir les constats suivants :

L'identité politique chez nos enquêtés est caractérisée par l'opacité dans sa configuration et sa différenciation entre les différents groupes sociaux et les catégories socioprofessionnelles.

²² O. Derras ; Mobilité professionnelle et sociale en Algérie, essai d'analyse des inégalités des chances et différenciations sociales thèse de Doctorat, deuxième partie 2007.

Ainsi l'attitude très sceptique envers les acteurs politiques et le désengagement de la majorité de notre population vis-à-vis des organisations politiques, syndicales et associatives est une caractéristique majeure de l'identité politique de notre population.

Leur faible engagement politique et militant dans ces espaces sont motivés par l'autoritarisme et le contrôle de l'Etat, l'absence de légitimité, de crédibilité des élus, de manque de liberté et d'autonomie des groupes sociaux et de l'incompétence des acteurs politiques qui animent ces espaces publics. Ils sont considérés selon nos enquêtes comme des gens imposés, cooptés et inefficaces. Une façon d'exprimer de manière implicite l'absence de démocratie et le verrouillage des espaces extra étatiques libres et organisés où peuvent émerger, évoluer les identités politiques des gens.

Ainsi, l'identité politique de nos CSP se cristallise en s'opposant de manière implicite à l'engagement politique et la désaffection envers les espaces politiques institutionnels. Alors la structuration de l'identité politique se construit en dehors des institutions et des espaces organisés de socialisation.

Le niveau d'instruction est un paramètre pertinent et distinctif des CSP au niveau des attitudes et des positions politiques. Ainsi, nous avons constaté que plus le niveau d'instruction est élevé chez les CSP plus les positions politiques et les attitudes sont permissives, ouvertes et libérales.

Les positions et les opinions politiques des couches moyennes sont les plus ambivalentes et les plus opaques, comparativement aux autres groupes sociaux. Elles sont ballottées entre des positions conservatrices et des positions libérales et permissives.

L'analyse de l'ensemble des valeurs sociales proposées à notre échantillon (scindées entre des valeurs conservatrices et libérales à défaut d'une répartition classique entre gauche et droite) confirme encore une fois cette opacité et cette ambivalence de l'identité politique avec une nette tendance à la prépondérance des opinions conservatrices en relation avec d'un repli religieux en vogue même si une nette distance et une différence est perceptible entre le groupe aisé plus libérale et le groupe populaire très conservateur.

Quant aux couches moyennes, elles se distinguent par des attitudes et des positions politiques ambivalentes et contradictoires

voir même inertes, où les différentes CSP se retrouvent tiraillées entre des attitudes et des croyances contradictoires qui les font ballottées entre un projet de société conservatrice et traditionnelle et une société ouverte et moderniste. Les différentes valeurs sociales que nous venons d'examiner en sont des indicateurs et des preuves palpables.

Cette configuration des identités politiques constatées à travers cette recherche montre la faiblesse de la culture politique scientifique et démocratique qui est compensée par la prédominance de l'idéologie fataliste. Ce n'est pas un hasard si la société civile est dans un état embryonnaire, inerte et passive en Algérie.

Dans ce cadre-là, une volonté politique réelle et sincère de l'Etat à encourager les structures d'intermédiation pour développer des pratiques sociales régulières responsables et d'engagements citoyens, d'implications dans la vie sociale afin de trouver des solutions appropriées aux problèmes rencontrés par les différents couches sociales, droit d'expression.

Annexe

1/Nous considérons la profession comme indice de catégorie socioprofessionnelle reflétant la position ou statut social relatif de l'individu.

2/ Deux modes de différenciation et d'hierarchisation des individus sont utilisés, répartis en quinze CSP et trois grands groupes sociaux.

Les quinze principales catégories socioprofessionnelles sont:

Le premier groupe social aisé est composé de : cadres supérieurs, professions libérales, patrons industriels, gros commerçants :

Le deuxième groupe moyen : Les cadres, ingénieurs, professeur de lycée, cadres intermédiaire(TS, agent de maîtrise et chef d'équipe) artisans/Indépendants, commerçants moyens, agriculteurs moyens ;

Le troisième groupe : populaire : Les ouvriers qualifiés, les OS, Employés/Instituteurs, Petits commerçants, Petits agriculteurs, Ouvriers agricoles.

3/ Un échantillon stratifié, aléatoire et par quota de 648 individus représentant les 15 catégories socioprofessionnelles a été dégagé. Sur la population active d'Oran

L'approche de l'identité politique à travers la mobilité sociale et ses conséquences se fonde essentiellement sur le modèle d'analyse constitué par quatre dimensions dont chacune d'elles englobe un ensemble d'indicateurs.

La première dimension concerne la culture politique des différentes catégories socio professionnelles: A travers la connaissance de leurs préférences des journaux, des pages lues, les chaînes et les émissions de télévision regardées par les CSP. Par ce biais, nous pouvons avoir une idée sur les effets et les conséquences de leurs choix et leurs préférences dans ce domaine et qui auront certainement un impact sur la structuration et la constitution de leurs croyances et de leurs opinions politiques

La deuxième dimension prend en compte les préférences et appartenances partisans, l'engagement politique, syndical et associatif selon les différentes CSP nous éclairent sur la nature de l'idéologie et les convictions politiques et indirectement sur leur engagement partisan ou non et l'intérêt que portent les CSP de la sphère politique.

La troisième dimension est celle des représentations des différentes CSP et leurs rapports au politique vont être les indicateurs complémentaires de la deuxième dimension et préciseront encore plus leurs positions politiques.

La quatrième dimension enfin sera appréhendée par l'examen des systèmes et la structure des valeurs sociales des CSP, qui sont constitutives de différenciations sociales et politiques entre conservateur/progressiste ou enfin les indécis. A ce propos nous avons constaté un nombre très élevés qui se cantonne dans une neutralité douteuse, une forme de contestation imprégnée de suspicions et d'évitement à répondre sincèrement au questionnaire.

*Tableau 8 : CSP actuelle de l'enquête * Utilité des partis politiques en Algérie*

CSP actuelle de l'enquête	Nécessaires	Inutiles	Je ne sais pas	total
Cadre supérieur	46	34	11	91
Profession libérale	7	6	10	23
Patron industriel	8	6	3	17
Gros commerçant	4	10	8	22
S/T:Groupe aisé	65 (42.4%)	56 (36.6%)	32(20.9%)	153(100%)
Cadre ou ingénieur	26	45	33	104
Cadre moyen	15	53	18	86
Artisan / Indépendant	14	20	22	56
Commerçant moyen	5	11	4	20
Agriculteur moyen	11	16	9	36
S/T: Groupe moyen	71(23.5%)	145(48%)	86(28.4%)	302(100%)
Ouvrier qualifié	12	20	26	58
OS/Manœuvre	4	5	4	13
Emp bureau/ Instit	26	14	17	57
Petit commerçant	4	19	18	41
Petit agriculteur	3	7	1	11
Ouvrier agricole			2	2
S/T Groupe popul	49(26.9%)	65(35.7%)	68(37.3%)	182(100%)
Total	185(29%)	266(41.7%)	186(29%)	637(100%)

Tableau n°9 : Opinions sur la compétence des responsables politiques en Algérie

CSP actuelle de l'enquête	Très compétents	Incompétents	Je ne sais pas	total
Cadre supérieur	26	24	41	91
Profession libérale	2	5	16	23
Patron industriel	4	4	10	18
Gros commerçant	3	8	11	22
S/T Groupe aisé	35(22.7%)	41(26.6%)	78(50.6%)	154(100%)
Cadre ou ingénieur	19	30	54	103
Cadre moyen	8	44	35	87
Artisan / Indépendant	11	20	25	56
Comme moyen	4	10	6	20
Agriculteur moyen	11	10	15	36
S/TGroupe moyen	53(17.5%)	114(37.7%)	135(44.7%)	302(100%)
Ouvrier qualifié	10	13	36	59
OS/Manœuvre	5	2	6	13
Employé bur/ Instit	17	21	19	57
Petit commerçant	6	12	24	42
Petit agriculteur	2	7	2	11
Ouvrier agricole			2	2
S/T Groupe pop	40(21.7%)	55(29.8%)	89(48.3%)	184(100%)
Total	128(20%)	210(32.8%)	302(47.1%)	640

Tableau n°10 : Opinions sur les préférences partisane de nos enquêtés

CSP actuelle de l'enquêté	Oui j'ai une préférence pour un parti politique	Non je n'ai pas de préférence partisane	Total
Cadre supérieur	34	59	93
Profession libérale	9	14	23
Patron industriel	9	9	18
Gros commerçant	8	14	22
S/T Groupe aisé	60(38.4%)	96(61.5%)	156(100%)
Cadre ou ingénieur	31	74	105
Cadre moyen	24	63	87
Artisan /Indépend	20	38	58
Commerçant moyen	6	14	20
Agriculteur moyen	16	20	36
S/T Groupe moyen	97(31.6%)	209(68.3%)	306(100%)
Ouvrier qualifié	25	36	61
OS	5	8	13
Empl bureau / Insttit	27	30	57
Petit commerçant	11	31	42
Petit agriculteur	6	5	11
Ouvrier agricole	1	1	2
S/T Groupe popul	75(40.3%)	111(59.6%)	186(100%)
Total	232(35.8%)	416(64.1%)	648(100%)

Tableau n°11 Positions de l'engagement partisan et militantisme politique de notre population

CSP actuelle	Militant ds parti politique	Adhérent	Sympathisant	Cela ne m'intéresse pas	Total
Cadre supérieur	24	2	16	49	91
Profession libérale	5		7	11	23
Patron industriel		5	4	9	18
Gros commerçant	3		6	13	22
S/T Groupe aisé	32(20%)	7(4%)	33(21%)	82(53.2%)	154(100%)
Cadre /ingénieur	4	7	26	56	93
Cadre moyen	3	12	12	55	82
Artisan /Indépend	6	3	9	37	55
Comme moyen	1	1	4	13	19
Agriculteur moyen	1	3	7	25	36
S/T Groupe moyen	15(5%)	26(9.1%)	58(20.3%)	186(65.2%)	285(100%)
Ouvrier qualifié		3	15	40	58
OS/Manoeuvre			3	10	13
Empl bureau / Insttit	7	3	16	30	56
Petit commerçant		1	10	30	41
Petit agriculteur	2	1	3	5	11
Ouvrier agricole				2	2
S/T Groupe populaire	9(4.9%)	8(4.4%)	47(25.9%)	117(64.6%)	181(100%)
Total	56(9%)	41(6.6%)	138(22.2%)	385(62%)	620(100%)

Tableau n °12 : Engagement syndical des différentes CSP

	Militant syndica liste	Adhérent syndica liste	Sympathi sant	Le syndicat ne m'intéresse pas	Total
Cadre supérieur	4	12	13	61	90
Profes libérale		1	7	14	22
Patron industriel		1	1	15	17
Gros commerçant			5	17	22
S/TGroupe aisé	4	14	26	107	151
Cadre / ingénieur	8	14	13	61	96
Cadre moyen	7	4	3	71	85
Artisan/Indépend	7	5	2	40	54
Comm moyen	2	2	5	11	20
Agriculteur moy		1	2	33	36
S/TGroupe moyen	24	26	25	216	291
Ouvrier qualifié		2	9	49	60
OS	1	1	1	10	13
Employé B/ Instit	7	5	11	31	54
Petit commerçant	1		2	37	40
Petit agriculteur		2	2	7	11
Ouvrier agricole				2	2
S/T Groupe pop	9	8	25	136	180
TOTAL	37(5.9%)	50(8%)	76(12.2%)	459(73.7%)	622(100%)

Tableau n°13: Engagement associatif de nos CSP

	Responsable associatif	Adhérent	Sympathisant	L'association ne m'intéresse pas	Total
Cadre supérieur	5	15	16	51	87
Profession libérale	1		2	19	22
Patron industriel	1	1	1	15	18
Gros commerçant	4			18	22
Cadre /ingénieur	10	9	13	58	90
Cadre moyen	7	14	4	59	84
Artisan / Independent	4	2	2	48	56
Comme moyen	3		3	14	20
Agriculteur moyen	2	1	1	32	36
Ouvrier qualifié	1	1	7	48	57
OS	1	1	1	10	13
EmplBur/ Instit	8	6	11	30	55
Petit commerçant	2	1	4	34	41
Petit agriculteur				11	11
Ouvrier agricole				2	2
Total	49(7.9%)	51(8.3%)	65(10.5%)	449(73.1%)	614(100%)

Bibliographie

A. Joignant ; Pour une sociologie cognitive de la compétence politique, in *Plitix*, Vol 17, n°65, premier trimestre 2

A. *Pilote* : L'identité politique des jeunes en milieu Francophone minoritaire ; transmission ou construction, *Observatoire Jeunes et Société* Bulletin d'information vol 6, no 1 Été 2005

C. Pérez Beltrán. Femmes, changement social et identité au Maghreb université de grenade

B. Lamizet ; politique et identité, ed Presse universitaire de Lyon, 2002.

C Peugny ; La mobilité sociale descendante et ses conséquences politiques : recomposition de l'univers de valeurs et préférence partisane ; in *R française de sociologie*, 47. 3 2006. P443

O Derrras ; Le phénomène associatif en Algérie : Participation et vitalité associative, ed ENAG, 2007, 150p.

O Derrras ; Mobilité professionnelle et sociale, thèse de doctorat d'Etat, 2007.

J C R Borbalan : L'identité, l'individu, le groupe, la société ; ed sciences Humaines, 1999

H. Sébastien : La notion d'identité personnelle en sociologie. Analyse de la construction identitaire à partir du processus d'engagement. Doctorant en sociologie à l'UFR de Franche-Comté.

H.hamdi cherif : l'identité : une question démocratique ; in *cahiers de liberté* n°1 janvier 2009

M. Durand ; dictionnaire « Le travail et les entreprises modernes, ed Hachette. ; p241.

S. Duchesne et V. Scherrer : L'identité politique comme force de conflictualisations et de hiérarchisation des appartenances sociales: justification théorique d'une définition empirique, publié in *Identité(s)*, Actes du colloque de la MSHS de Poitiers, Presses Universitaires de Rennes, 2003, 325-336.