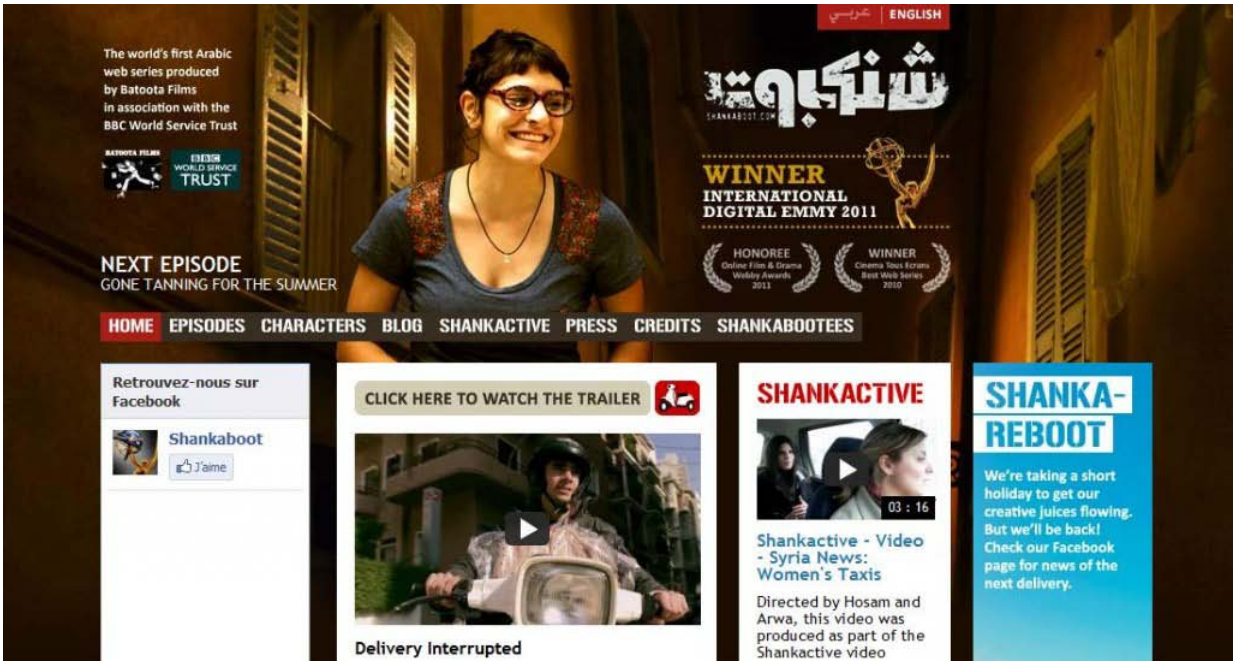
Culture et politique arabes

Chaque lundi, un peu de la CULTURE ARABE ACTUELLE pour comprendre ce qu'elle nous dit sur l'ACTUALITE POLITIQUE ARABE

- Accueil
- À propos

"Shankaboot" : une petite révolution sur le web arabe

11 juin 2012
Par Yves Gonzalez-Quijano



www.shankaboot.com

Les mots-valises sont rares en arabe, mais quand il y en a, ce sont de vraies trouvailles ! Mahmoud Darwich avait ainsi inventé, dans *Une mémoire pour l'oubli*, "sirnâma" (سار + نام), marcher dans son sommeil, somnambuler. Dans un tout autre registre, on a aujourd'hui *shankaboot*, forgé sur « réseau » et « araignée » (شبكة + عنكبوت), deux des mots utilisés pour désigner le Web. "Shankaboot", c'est le nom que donne Suleiman à son scooter, son instrument de travail à Beyrouth où il s'est « inventé » un métier. Suleiman a quinze ans – même s'il affirme qu'il en a 20 – , il ne va pas à l'école et gagne sa vie en livrant tout ce dont le voisinage peut avoir besoin. L'occasion pour lui de voir s'ouvrir toutes les portes, de rencontrer toutes sortes de personnes, et de vivre bien des aventures que raconte *Shankaboot*, la *web drama* du même nom.

Lancé en mars 2010, le premier feuilleton arabe sur internet en est aujourd'hui à sa cinquième saison (à raison d'une dizaine d'épisodes par saison). L'effet de nouveauté est passé, la *shankamania* est peut-être un peu retombée, mais durant les six premiers mois le site a tout de même attiré plus de 100 000 visiteurs (jusqu'à 2 000/jour), 320 000 épisodes avaient été vus sur YouTube, et 30 000 sur Facebook où la page de la série rassemble aujourd'hui presque 30 000 membres… Une réussite saluée par de nombreux prix internationaux, tel que le prestigieux *Digital Emmy Awward* en 2011.

Shankaboot est produit par Batoota Film, une société de production fondée par Katia Saleh, une « ancienne » de Channel 4. Une expérience qui a dû l'aider à convaincre le BBC World Service Trust, un fonds d'aide à la création surtout pour les pays d'Afrique, d'Asie ou du Moyen-Orient. En effet, cette *web drama* n'est pas un produit commercial même si, le succès aidant, elle pourrait évoluer en film ou drainer quelques rentrées publicitaires. Au contraire, c'est une production en quelque sorte « engagée ». A la manière d'aujourd'hui, surtout pour son public cible, la tranche des 15-25 ans (voire un peu plus), cette génération des « natifs du numérique » dans le monde arabe qu'on a vu à l 'œuvre, avec des fortunes diverses, dans les divers soulèvements de l'année 2011 (le lancement de la 4e saison de *Shankaboot* a même été quelque peu perturbé par la chute de Moubarak !). Gavée de chaînes satellitaires et de vidéoclips, la jeunesse arabe – en tout cas celle des *middle clas*s urbaines – se tourne de plus en plus vers internet qui lui offre un univers de possibilités qui, avec les applications nomades pour *smart phones*, accompagnent sa vie quotidienne.

A l'origine, le « concept » d'une série internet n'a bien entendu rien de spécifiquement arabe mais le projet de l'équipe de *Shankaboot* (6 scénaristes, avec en particulier Bassem Breish) est précisément de proposer au public local quelque chose de différent des feuilletons turcs ou mexicains. Montrer ce dont les médias *mainstream* ne parlent pas, contribuer à créer, parmi les jeunes générations branchées en permanence sur le numérique, une conscience sociale en n'hésitant pas à traiter de problèmes aussi tabous que la drogue, le confessionnalisme, les relations de classe (mais si !), la prostitution et le sexe, la situation des (esclaves) domestiques, la course à l'argent et au paraître, etc. Autant de sujets qui passionnent la jeunesse, et qui « passent » parfaitement car *Shankaboot* s'inspire d'histoires quotidiennes pour mettre en scène des personnages ordinaires (les acteurs sont amateurs), qui parlent le langage de la rue.

http://www.facebook.com/shankaboot

Pas de sermons ni de leçons de morale, mais tout cela reste bien superficiel, diront les grincheux ! (D'autant plus que chaque épisode ne dure que 5 minutes, menées à train d'enfer, à la fois pour s'adapter aux modes de consommation du public et pour tenir compte des débits très médiocres d'internet au Liban avec des temps de déchargement qui ne sont acceptables pour l'internaute que s'il découvre à chaque fois des séquences très brèves. Mais précisément, *Shankaboot*, ce n'est pas que le feuilleton : le site où l'on peut visionner les épisodes (en plus de Facebook et YouTube) est conçu comme une plate-forme interactive où les fans sont appelés à

débattre sur les sujets évoqués dans les séries et même à intervenir sur certains aspects de l'histoire. Il y a aussi des rencontres scolaires, et surtout des ateliers qui s'efforcent de faire essaimer « l'esprit Shankaboot » dans la région (un tiers des visiteurs provient de Jordanie, d'Egypte et d'Arabie saoudite semble-t-il). Dans la rubrique « shankactive », on trouve ainsi plusieurs mini-projets, tournés sur des téléphones portables – on est pas très loin de la révolution "pixelisée" voir ce billet –, de préférence un Nokia, société qui a développé une application pour faciliter le visionnage de la série ! Là encore, on n'est jamais très loin du politique, comme dans cette séquence, mise en ligne en mai 2011, où l'on voit une jeune Syrien chercher partout dans le pays la tombe la moins chère possible…

Internet, principal vecteur de diffusion d'une série destinée au 15-23 ans du monde arabe pour évoquer les vrais problèmes dans cette région, selon des modalités narratives qui assument leur rupture avec les codes narratifs traditionnels : *Shankaboot*, imaginé en 2009 et mis en ligne à partir de mars 2010, était bien, à plus d'un titre, une petite révolution sur le web arabe !

Tout un dossier de presse est disponible sur le site de la première web drama *arabe* où l'on peut bien entendu visionner tous les épisodes, sous-titrés qui plus est !