

Digital Mediation of the Sacred: How Social Media Catalyzes the Reconfiguration of Religious Identity among Tunisian Youth

Salem Chaouachi¹

Science Step Journal / SSJ

2026/Volume 4 - Issue 13

To cite this article: Chaouachi, S. (2026). Digital Mediation of the Sacred: How Social Media Catalyzes the Reconfiguration of Religious Identity among Tunisian Youth. Science Step Journal, 4(13). ISSN: 3009-500X
<https://doi.org/10.5281/zenodo.22116138>

Abstract

Based on a doctoral dissertation, this article examines the influence of Web 2.0 on the construction of religious identity among young people in Tunisia by exploring the mechanisms through which the Internet and social media shape their religious perceptions, practices, and behaviors. The study adopts a mixed-methods approach inspired by Grounded Theory, combining a questionnaire survey conducted with 238 participants from the La Manouba district and twelve in-depth interviews to investigate young people's use of digital media and their religious representations. The findings reveal that while the Qur'an and the family remain the primary sources of religious information, the Internet has become a major source for young people. The study demonstrates that the Internet acts as a "catalyst" in the construction of religious identity: rather than creating this identity, it accelerates and intensifies pre-existing identity transformations by facilitating access to a wide range of religious content, fostering interactions within online communities, and reinforcing the appropriation of religious references. This dynamic provides a better understanding of the rapid evolution of religious attitudes and behaviors observed in post-revolutionary Tunisia, including certain processes of radicalization. The article makes an original theoretical contribution by conceptualizing the Internet as a catalyst for religious identity transformations rather than their direct cause. It also highlights the need for educational, religious, and social institutions to adapt their strategies in order to better understand, support, and prevent the emerging dynamics of religiosity in the digital age.

Keywords: Religious identity, Youth, Web 2.0, Internet, Social media, Radicalization, Tunisia, Grounded Theory, Catalyst

¹ Religious identity; Youth; Web 2.0; Internet; Social media; Radicalization; Tunisia; Grounded Theory; Catalyst.

La médiation numérique du sacré :

Comment les réseaux sociaux catalysent la reconfiguration identitaire religieuse des jeunes en Tunisie

Salem Chaouachi

Resumé

Issu d'une thèse de doctorat, cet article analyse l'influence du Web 2.0 sur la construction de l'identité religieuse des jeunes en Tunisie en examinant les mécanismes par lesquels Internet et les réseaux sociaux transforment leurs perceptions, leurs pratiques et leurs comportements religieux. La recherche adopte une approche mixte inspirée de la Grounded Theory (Théorisation Enracinée), combinant une enquête par questionnaire menée auprès de 238 participants de la délégation de La Manouba et douze entretiens compréhensifs afin d'explorer les usages des médias numériques et les représentations religieuses des jeunes. Les résultats montrent que, si le Coran et la famille demeurent les principales sources d'information religieuse, Internet est devenu une source majeure pour les jeunes. L'étude met en évidence qu'Internet agit comme un « catalyseur » de la construction de l'identité religieuse : il ne crée pas cette identité, mais accélère et intensifie des transformations identitaires déjà engagées en facilitant l'accès à une diversité de contenus religieux, en favorisant les interactions au sein de communautés virtuelles et en renforçant les processus d'appropriation des références religieuses. Cette dynamique permet de mieux comprendre l'évolution rapide des attitudes et des comportements religieux observés dans la Tunisie post-révolutionnaire, y compris certains processus de radicalisation. L'article propose ainsi une contribution théorique originale en conceptualisant Internet comme un catalyseur des transformations identitaires religieuses plutôt que comme leur cause directe et souligne la nécessité pour les institutions éducatives, religieuses et sociales d'adapter leurs stratégies afin de mieux comprendre, accompagner et prévenir les nouvelles dynamiques de religiosité à l'ère du numérique.

Mots-clés : Identité religieuse, Jeunesse, Web 2.0, Internet, Médias sociaux, Radicalisation, Tunisie, Grounded Theory, Catalyseur.

1- Introduction

La question de la jeunesse et de son rapport à la religion, en particulier l'Islam, constitue un champ d'étude d'une pertinence croissante, mobilisant l'attention des chercheurs en sciences humaines et des médias. Ce phénomène est d'autant plus saillant en Tunisie, où le contexte post-révolutionnaire a engendré une reconfiguration des dynamiques sociales et religieuses. L'actualité nationale et internationale, souvent dominée par la focalisation médiatique sur l'Islam, met en lumière des groupes se présentant comme défenseurs de cette religion, mais prônant une radicalisation extrême pouvant mener à des actes terroristes. Cette médiatisation a malheureusement contribué à l'émergence d'une association réductrice entre l'Islam et la violence, occultant la complexité des préceptes religieux et des mouvements sectaires (Willaime, 2012, p. 8). Comme le souligne Bourdieu, les mots peuvent créer des fantasmes, des peurs et des représentations fausses, favorisant un amalgame dangereux entre l'Islam et le terrorisme (Bourdieu, 1996, p. 19).

Le processus de radicalisation, loin d'être propre à l'Islam, est un phénomène social observable dans diverses réalités historiques, comme en témoignent les mouvements d'extrême gauche ou nationalistes (Dassetto, Radicalisme et djihadisme. Devenir extrémiste et agir en extrémiste : essai, 2014, p. 2). En Tunisie, l'engagement d'un nombre significatif de jeunes dans des mouvements djihadistes, avec des estimations variant entre 2000 et 6000 individus selon un rapport des Nations Unies en 2015 (Khefifi, 2015), a interpellé la société et les chercheurs (MOOS, 2017, p. 2). Les médias tunisiens, à l'instar de leurs homologues occidentaux, ont souvent réitéré l'idée d'un lien entre l'Islam radical et le terrorisme, renforçant l'association entre religion et violence.

Historiquement, le discours religieux en Tunisie a connu une évolution notable. Avant l'avènement d'Internet et la démocratisation des réseaux sociaux, il était principalement basé sur la rhétorique et se tenait dans les mosquées. L'apparition des médias audiovisuels a étendu sa diffusion, avec des programmes religieux réguliers à la radio et à la télévision tunisiennes (السوسني، 2009، صفحة 149). L'arrivée des chaînes satellitaires religieuses arabes a marqué une étape supplémentaire, permettant au discours religieux de s'inviter directement dans les foyers, échappant ainsi au contrôle de l'État tunisien et exposant les publics à des discours parfois extrémistes (السوسني، 2009، صفحة 149).

Dans ce paysage médiatique et religieux en mutation, l'Internet et les réseaux sociaux ont acquis une place prépondérante. Le nombre d'utilisateurs tunisiens d'Internet a atteint 7 898 534 en décembre 2017, avec 6 400 000 inscrits sur Facebook à la même date (Internet World Stats, 2019). Ces plateformes sont devenues des vecteurs importants de contenu religieux, comme en témoigne la popularité de pages et de chaînes YouTube dédiées à l'Islam (Internet World Stats, 2019). Ces indicateurs révèlent l'importance de l'Islam chez les utilisateurs tunisiens des réseaux sociaux et soulignent la nécessité de comprendre comment ce contenu est perçu et quelle est sa place chez les jeunes tunisiens.

Cette recherche vise à explorer et comprendre le processus de construction de l'identité religieuse des jeunes en Tunisie, en se focalisant spécifiquement sur le rôle d'Internet et des réseaux sociaux dans ce processus. La problématique centrale s'articule autour de la manière dont, dans un contexte de liberté d'expression et d'absence de censure en ligne, les Tunisiens interagissent avec le discours religieux, et comment cette nouvelle forme de médiation peut influencer l'émergence de discours radicaux. Des études ont montré qu'une part significative des jeunes tunisiens sympathise avec le courant salafiste, rendant d'autant plus cruciale l'analyse du rôle des médias numériques (الأديب، 2018، صفحة 83).

Toutefois, si de nombreuses recherches se sont intéressées aux contenus religieux diffusés en ligne ou aux phénomènes de radicalisation, peu d'études ont analysé le rôle joué par Internet dans le processus de construction de l'identité religieuse des jeunes.

Dès lors, la question scientifique qui guide cette recherche est la suivante :

Comment Internet et les réseaux sociaux influencent-ils le processus de construction de l'identité religieuse des jeunes tunisiens à l'ère du Web 2.0, et dans quelle mesure peuvent-ils être considérés comme un catalyseur des transformations identitaires plutôt que comme leur cause directe ?

2- Revue de Littérature : Médias, Religion et Identité

Pour positionner cette étude dans le champ scientifique, il est essentiel d'examiner les travaux existants sur la médiation et la religion. La médiation est comprise comme une instance ou une action qui relie les membres d'une société, tissant le lien social à travers le langage, les habitudes et les représentations (Eschstruth, p. 58). Le concept de religion, quant à lui, désigne un univers symbolique et pratique élaboré pour donner sens à la vie et à la mort, agrégeant croyances, dogmes, liturgie et traditions (Etienne, Bloess, Noreck, & Roux, 2004, p. 386). Les sciences de l'information et de la communication (Présentation de la discipline sciences de l'information et de la communication, s.d.), de par leur caractère interdisciplinaire (Olivier, Observer la communication: naissance d'une interdiscipline, 2000), sont particulièrement aptes à aborder ces questions, se référant à diverses disciplines des sciences humaines et sociales (Aktouf, 1987).

Le rapport entre la religion et les médias est un sujet qui a été relativement peu traité en sociologie des médias, cette dernière ayant souvent privilégié d'autres objets d'étude comme la violence ou la communication politique (Bréchon, 2000, p. 3). Pierre Bréchon a tenté de cartographier ce champ d'études, identifiant deux grandes tendances. Une première approche, plus optimiste, considère le fait religieux à travers le prisme des médias. Bréchon affirme que le « totem religieux est une hypostase de la société », sa substance condensée et sa manifestation glorifiée (Bréchon, 2000, p. 4). Il compare le sacré religieux aux médias, notant que les médias permettent un accès

quotidien au sacré, contrairement à la religion où cet accès est ritualisé et ponctuel (Bréchon, 2000, p. 5). Il va même jusqu'à comparer la télévision à la religion, la décrivant comme l'un des principaux liens sociaux de la société individualiste de masse, renforçant la cohésion sociale (Bréchon, 2000, p. 5).

Une seconde tendance, moins optimiste, s'inscrit dans la tradition marxiste, où les religions sont perçues comme des idéologies aliénantes. Dans cette perspective, les médias sont parfois critiqués comme étant la « nouvelle religion aliénante », un « nouvel opium du peuple » qui anesthésie les masses et favorise la fuite dans le rêve, plutôt que de former des citoyens conscients et critiques (Bréchon, 2000, p. 5). L'image du religieux dans les médias est également une approche qui analyse la manière dont les médias traitent la religion, notamment à travers l'actualité (Bréchon, 2000, p. 8). Par ailleurs, les leaders religieux ont appris à utiliser les médias comme outils de communication pour imposer leur présence (Bréchon, 2000, p. 8), développant des stratégies en rapport avec le système médiatique (Bréchon, 2000, p. 9).

À l'ère du Web 2.0, de nouvelles études ont émergé pour analyser la communication religieuse en ligne. Anis Akrouti (2020) a étudié la communication de l'État Islamique sur Internet et les réseaux sociaux, en analysant des contenus audiovisuels, audio et écrits (2020, عكروتي). Mohamed Ghazali s'est intéressé à la spécificité de la sensibilisation religieuse via les réseaux sociaux, menant une étude empirique sur Facebook pour comprendre les effets de la *Daawa* islamique sur les comportements des jeunes utilisateurs (غزالي). Hamda Thaqbaïth a exploré la rhétorique du public dans la réception du discours religieux en Algérie, soulignant l'importance d'Internet comme espace de liberté pour l'information religieuse et la diffusion des *fatwas* par des cheikhs sur les réseaux sociaux (ثقبايث).

Cependant, la thèse identifie une lacune significative dans la littérature : peu d'études se sont focalisées sur la réception et l'usage des réseaux sociaux dans la sphère religieuse, se concentrant davantage sur le contenu diffusé. Les enquêtes quantitatives, bien qu'utiles, ne permettent pas d'explorer en profondeur la complexité de la réception et de l'usage, qui nécessitent une approche qualitative en raison de leur caractère intime (Mayer, Ouellet, Saint-Jacques, & Turcotte). Des travaux comme ceux de Hind Azzouz (2013) sur la presse algérienne et la conscience religieuse (2013, عزوز), ou d'Amel Moussa (2018) sur la religiosité des jeunes tunisiens et l'influence des médias (2018, موسى), ont abordé des thématiques proches mais sans se pencher spécifiquement sur l'Internet à l'ère du Web 2.0. Cette absence de connaissances sur l'usage de l'Internet et des réseaux sociaux dans la sphère religieuse en général, au-delà de la seule radicalisation, justifie pleinement la présente recherche (Mayer, Ouellet, Saint-Jacques, & Turcotte).

En outre, les études consacrées au contexte tunisien demeurent limitées et abordent généralement la religiosité des jeunes ou les usages des médias numériques de manière séparée, sans analyser les interactions entre ces deux dimensions. Plus particulièrement, peu de recherches se sont intéressées au rôle spécifique d'Internet et des réseaux sociaux comme facteurs influençant la

construction de l'identité religieuse des jeunes à partir de leurs pratiques, de leurs expériences et de leurs représentations.

La présente recherche entend combler cette lacune en adoptant une approche mixte inspirée de la Grounded Theory, permettant de faire émerger un modèle explicatif directement à partir des données empiriques. Au-delà de l'identification des usages numériques, cette étude propose une contribution théorique originale en conceptualisant Internet non comme une cause directe des transformations identitaires, mais comme un **catalyseur** qui accélère et renforce des processus de construction de l'identité religieuse déjà engagés. Cette perspective apporte un éclairage nouveau sur les interactions entre les technologies numériques, les pratiques religieuses et les dynamiques identitaires des jeunes tunisiens à l'ère du Web 2.0.

3- Méthodologie de Recherche

Pour répondre à la problématique de la construction de l'identité religieuse des jeunes tunisiens à l'ère du Web 2.0, cette recherche a adopté une approche méthodologique mixte, combinant des enquêtes quantitative et qualitative. Ce choix est motivé par la nécessité d'explorer un champ où les connaissances théoriques préexistantes sont limitées, et de construire un raisonnement directement à partir des données empiriques (Guillemette & Luckerhoff, 2015, p. 5).

L'approche s'inspire de la *Grounded Theory* (Théorisation Enracinée), une méthodologie qualitative visant à construire une théorie à partir des données (Corbin & Strauss, 2015, p. 15). L'avantage de cette approche est qu'elle ne cherche pas à tester des hypothèses préétablies, mais plutôt à laisser émerger la théorie des données collectées sur le terrain. Le terme "grounded" signifie littéralement "enraciné dans les données" (Corbin & Strauss, 2015, p. 15). Bien que la *Grounded Theory* soit principalement qualitative, elle n'exclut pas l'intégration de données quantitatives, considérées comme un allié potentiel pour la construction théorique (LaDona & Meghan, 2006, p. 2025). Cette flexibilité permet d'éviter les écueils du déterminisme social ou technique en prenant en compte les deux aspects de la problématique.

3.1- Outils de Collecte de Données

Deux outils complémentaires ont été utilisés pour constituer le corpus à analyser :

1) **L'enquête par questionnaire** : Cet outil a permis de collecter des informations quantitatives auprès d'un échantillon d'individus (Check & Schutt, 2012, p. 160). Les données recueillies ont servi à obtenir des indicateurs clés sur la population étudiée, orientant ainsi les questions de l'enquête qualitative. L'objectif n'était pas de vérifier des hypothèses, mais d'explorer la population et de dégager des indicateurs provisoires pour guider les entretiens compréhensifs.

2) **Les entretiens compréhensifs** : Cet outil qualitatif a été privilégié pour collecter des données riches en informations, en se focalisant sur le sens que les individus donnent à leurs actions et perceptions (Kauffman, 1996, p. 16). L'entretien compréhensif est un "support d'exploration" plutôt qu'une simple "technique de recueil d'information", caractérisé par sa souplesse et sa capacité à accéder à la richesse du matériau (Kauffman, 1996, p. 16). L'objectif était de comprendre plutôt que de simplement décrire les phénomènes.

3.2- L'Échantillon

La constitution de l'échantillon a été réalisée en deux temps, correspondant aux deux types d'enquêtes :

1) **L'enquête quantitative** : Un échantillonnage par quotas a été utilisé, jugé le plus adapté en l'absence de possibilité d'échantillonnage aléatoire et de moyens pour construire une base de données exhaustive de la population étudiée (Grenon & Viau, 1996, p. 22). L'échantillon était représentatif des habitants de la délégation de La Manouba, en Tunisie, et était composé de 238 personnes âgées de 15 ans et plus, réparties selon des critères de sexe et d'âge basés sur les données de l'Institut National de la Statistique (INS) de 2014 (INS, 2014).

2) **L'enquête qualitative** : Une population restreinte de 12 personnes (6 hommes et 6 femmes) de la délégation de La Manouba a été sélectionnée. Le nombre limité de participants est justifié par la nature qualitative de l'étude, qui privilégie la profondeur des opinions et des représentations plutôt que la représentativité numérique. L'objectif était de saisir les sens qui se dégagent de la parole des enquêtés dans un contexte particulier, ce qui ne nécessite pas un grand nombre d'individus pour obtenir des données riches.

4- Résultats de l'Enquête Empirique

4.1- Sources d'Information Religieuse (Quantitative)

L'enquête quantitative a permis de classer les différentes sources d'information religieuse utilisées par l'échantillon étudié. Le **Coran** se positionne comme la première source d'information religieuse pour toutes les tranches d'âge, avec 90% des enquêtés le citant. Viennent ensuite la **famille**, les **médias** (télévision, radio), la **mosquée**, les **amis**, **Internet**, les **livres** et les **enseignants**, et enfin les **écoles coraniques et associations religieuses**.

Une analyse plus fine révèle des différences significatives entre les tranches d'âge. Chez les jeunes (15-39 ans), **Internet** occupe une place prépondérante, se classant en deuxième position des sources d'information religieuse, à égalité avec la famille. Cette observation contraste avec l'ensemble de l'échantillon où Internet n'arrive qu'en sixième position. Pour les adultes (40 ans et plus), Internet est une source d'information religieuse moins importante, ce qui souligne une fracture générationnelle dans l'accès et l'utilisation des ressources religieuses en ligne.

4.2- Rôle de l'Internet et des Médias Sociaux (Qualitative)

Les entretiens compréhensifs ont mis en lumière le rôle actif d'Internet et des médias sociaux dans l'apprentissage et la construction de l'identité religieuse des jeunes. Plusieurs enquêtés ont témoigné avoir appris des choses sur leur religion via YouTube, notamment des *hadiths* ou des *sourates* du Coran. L'accès à une multitude de contenus religieux, souvent présentés de manière didactique et attrayante, facilite cet apprentissage. Par exemple, une enquêtée, Soumaya, a expliqué comment elle a commencé à porter le *hijab* après avoir visionné des vidéos sur YouTube, qui ont agi comme un déclencheur pour son changement de comportement religieux. Ce cas illustre comment Internet peut être un espace d'exploration et de renforcement des convictions religieuses.

Les motivations derrière cet apprentissage religieux en ligne sont diverses. Certains jeunes cherchent à défendre l'Islam face aux critiques ou aux amalgames, tandis que d'autres y voient un moyen d'acquérir un prestige personnel au sein de leur communauté. La facilité d'accès à l'information et la possibilité d'interagir avec des contenus et des communautés religieuses en ligne contribuent à l'engagement des jeunes. Les réseaux sociaux, en particulier, offrent un espace où les jeunes peuvent exprimer leur religiosité, partager leurs connaissances et échanger avec d'autres, ce qui renforce leur sentiment d'appartenance et leur identité religieuse.

Les entretiens ont également révélé que les changements d'attitudes et de comportements religieux, comme le port du *hijab* ou l'adoption de pratiques plus rigoureuses, sont souvent précédés par une période d'exploration et de réflexion facilitée par Internet. Les jeunes peuvent y trouver des réponses à leurs questions, des arguments pour étayer leurs croyances, et des modèles à suivre. Ce processus, bien que personnel, est accéléré et amplifié par la disponibilité et l'accessibilité des contenus religieux en ligne. Il est important de noter que le Coran reste la référence principale, mais sa compréhension est souvent médiatisée par d'autres sources, dont Internet fait désormais partie intégrante.

5- Discussion : Internet comme Catalyseur de Changement

Les résultats de cette recherche mettent en évidence un rôle crucial d'Internet et des médias sociaux dans la construction de l'identité religieuse des jeunes tunisiens : celui de **catalyseur de changement**. Loin d'être de simples réactifs directs, ces outils numériques accélèrent les

transformations des attitudes et des comportements religieux, sans être la cause première de ces changements. Cette notion de catalyseur peut être illustrée par une analogie chimique : un catalyseur est une substance qui augmente la vitesse d'une réaction chimique sans être consommée par la réaction elle-même. De la même manière, Internet et les réseaux sociaux facilitent et accélèrent le processus de construction identitaire religieuse sans en être l'unique moteur.

Ce rôle de catalyseur s'explique par plusieurs aspects techniques et sociaux du Web 2.0. Sur le plan technique, l'accès rapide et quasi illimité à une multitude de contenus religieux (vidéos, articles, forums, prêches) permet aux jeunes d'explorer diverses interprétations et courants de pensée. Les algorithmes de recommandation des plateformes sociales, en suggérant des contenus similaires à ceux déjà consultés, peuvent également renforcer et accélérer l'exposition à des discours spécifiques, qu'ils soient modérés ou plus radicaux. Sur le plan social, Internet et les réseaux sociaux facilitent la rencontre et l'interaction entre individus partageant des intérêts religieux communs. Ces communautés en ligne offrent un espace de validation, de soutien et d'échange, où les jeunes peuvent affiner leurs convictions et renforcer leur sentiment d'appartenance. Ce phénomène est particulièrement pertinent dans un contexte où les institutions religieuses traditionnelles peuvent parfois sembler moins accessibles ou moins adaptées aux modes de communication des jeunes.

La *Grounded Theory* s'est avérée particulièrement pertinente pour l'émergence de cette théorie du "rôle catalyseur". En partant des données empiriques collectées via les questionnaires et les entretiens, il a été possible de construire un modèle explicatif qui n'était pas préétabli. L'observation des pratiques des jeunes et de leurs discours a permis de dégager cette notion de catalyseur, qui offre une nouvelle perspective sur la médiation religieuse à l'ère numérique. Ce modèle permet de comprendre comment Internet, en tant qu'outil, amplifie et accélère des processus identitaires déjà en cours, sans pour autant en être la cause originelle. Comme le souligne Wacquant, un événement ou un outil peut agir comme un "réactif chimique", révélant des structures sous-jacentes et accélérant des tendances déjà existantes (Wacquant, 2003, p. 31).

Cette discussion met en lumière la complexité de l'interaction entre les jeunes, la religion et les technologies numériques. Elle invite à dépasser une vision simpliste qui attribuerait à Internet la seule responsabilité de la radicalisation, pour adopter une approche plus nuancée qui reconnaît son rôle d'accélérateur dans des processus identitaires multiples et parfois contradictoires. La compréhension de ce rôle de catalyseur est essentielle pour développer des stratégies d'éducation et de prévention plus efficaces, qui tiennent compte des dynamiques spécifiques du monde numérique.

6- Conclusion

Cette recherche a exploré la construction de l'identité religieuse des jeunes en Tunisie à l'ère du Web 2.0, en se basant sur une approche méthodologique mixte inspirée de la *Grounded Theory*. Les résultats de l'enquête empirique, combinant données quantitatives et qualitatives, ont mis en évidence le rôle prépondérant du Coran et de la famille comme sources d'information religieuse, tout en révélant une importance croissante d'Internet chez les jeunes. L'analyse qualitative a permis de saisir les nuances de cet engagement en ligne, montrant comment Internet facilite l'apprentissage religieux et peut influencer des changements d'attitudes et de comportements.

L'apport théorique majeur de cette étude réside dans la proposition du concept d'**Internet comme catalyseur de changement** dans le processus de construction de l'identité religieuse. Loin d'être une cause directe, Internet et les médias sociaux agissent comme des accélérateurs, intensifiant et orientant des dynamiques identitaires préexistantes. Cette fonction catalytique s'explique par la facilité d'accès à une diversité de contenus religieux et la formation de communautés en ligne, qui offrent des espaces d'exploration, de validation et de renforcement des convictions. Cette perspective permet de dépasser une vision simpliste de l'impact du numérique sur la religion, en reconnaissant sa capacité à amplifier des processus complexes.

Les implications de cette recherche sont multiples. Elle souligne la nécessité pour les institutions éducatives et religieuses de prendre en compte l'influence du numérique (Jeffrey, Lachance, Le Breton, Sellami, & Haj Salem, 2016, p. 83) dans la formation de l'identité des jeunes. L'échec du système éducatif tunisien à contrecarrer certains discours radicaux véhiculés en ligne, met en lumière l'urgence d'adapter les stratégies de prévention et d'éducation (Cherni, Mejri, & Ghrissa, 2017, p. 24).

Les résultats ouvrent également plusieurs perspectives de recherche, notamment l'étude comparative de ce modèle dans d'autres contextes culturels, l'analyse de l'influence des algorithmes de recommandation et de l'intelligence artificielle sur les processus de construction identitaire, ainsi que l'exploration du rôle d'autres variables, telles que le niveau d'éducation, le capital culturel, le genre ou les pratiques médiatiques, dans les transformations contemporaines de la religiosité des jeunes.

Cependant, cette étude présente des limites. La théorie du « rôle catalyseur d'Internet à l'ère du web 2.0 » est une théorie émergente qui nécessite davantage de travaux empiriques pour être développée en un modèle fiable et généralisable. Les perspectives futures de recherche pourraient inclure des études comparatives avec d'autres contextes géographiques et culturels, ainsi qu'une exploration plus approfondie des mécanismes psychologiques et sociaux sous-jacents à ce rôle de catalyseur. En outre, une analyse des contenus religieux spécifiques consommés par les jeunes en ligne et de leur impact différencié serait pertinente.

En fin de compte, la construction de l'identité religieuse est un processus complexe, individuel et intime, profondément reconfiguré par l'avènement du Web 2.0. Comprendre le rôle de catalyseur d'Internet est essentiel pour appréhender les dynamiques contemporaines de la religiosité juvénile et pour élaborer des réponses adaptées aux défis qu'elles posent à la société.

Références

- Aktouf, O. (1987). *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. Une introduction à la démarche classique et une critique*. Montréal : Les Presses de l'Université du Québec, 1987, 213 pp. . Consulté le septembre 24, 2020, sur http://classiques.uqac.ca/contemporains/Aktouf_omar/metho_sc_soc_organisations/metho_sc_soc_organisations.pdf
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*. Paris: Liber Raison d'Agir.
- Bréchon, P. (2000). *Médias et religions en miroir*. Presses Universitaires de France.
- Check, J., & Schutt, R. (2012). *Research Methods in Education*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Cherni, I., Mejri, K., & Ghrissa, S. (2017). *Etude ACP sur le processus des facteurs majeurs de la radicalisation des jeunes de deux sexes à Zarzouna et Douar Hicher en Tunisie*. ADD.
- Dassetto, F. (2014, juin). Radicalisme et djihadisme. Devenir extrémiste et agir en extrémiste : essai.
- Eschstruth, I. (s.d.). *Lexique sociologique et ethnologique*. Consulté le septembre 16, 2018, sur http://www.litt-and-co.org/citations_SH/l-q_SH/lexique_soci%E7ologique.pdf
- Guillemette, F., & Luckerhoff, J. (2015). Introduction : Les multiples voies de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). *Approches inductives : Travail intellectuel et construction des connaissances*.
- INS. (2014). *Résultats du recensement 2014 par gouvernorats et délégations (Vol2)*. Consulté le Décembre 14, 2019, sur Statistiques Tunisie: <http://census.ins.tn/fr/resultats>
- Jeffrey, D., Lachance, J., Le Breton, D., Sellami, M., & Haj Salem, J. (2016). *JEUNES ET DJIHADISME Les conversions interdites*. Les Presses de l'Université Laval.
- Kauffman, J.-C. (1996). *L'entretien compréhensif*. Paris: Nathan, collection 128.
- LaDona, K., & Meghan, C. (2006). Grounded visualization: integrating the analysis of qualitative and quantitative data through grounded theory and visualization. 38.
- Mayer, R., Ouellet, F., Saint-Jacques, M.-C., & Turcotte, D. (s.d.). *Méthodes de recherche en intervention sociale*. Gaëtan Morin.
- MOOS, O. (2017, Décembre). Le phénomène jihadiste en Tunisie. *Religioscope*(40).
- Olivier, B. (2000). *Observer la communication: naissance d'une interdiscipline*. CNRS éditions.
- *Présentation de la discipline sciences de l'information et de la communication*. (s.d.). Consulté le avril 14, 2022, sur Conseil National des Universités: <https://conseil-national-des-universites.fr/cnu/#/entite/entiteName/CNU/idChild/34/idNode/4471-4497>
- Wacquant, L. (2003, novembre-décembre). Un événement-catalyseur : à propos du 11 septembre. *Mouvements*(30).

- Willaime, J.-P. (2012, Mars). Les attitudes des jeunes à l'égard de la religion en France. (54).
- (2019, octobre 16). Retrieved from Internet World Stats:
<https://www.internetworldstats.com/africa.htm#tn>

- حامدة ثقبايث. (بلا تاريخ). بلاغة الجمهور في تلقي الخطاب ال ديني في الجزائر. دراسة في نسق الاستجابة والرد. /الخطاب (15).
- عكروتي, أ. (2020). إعلام التوحش والقتل الملون. تونس: مؤسسة كونراد أديناور.
- محمد غزالي. (بلا تاريخ). مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع (جامعة النجاح الوطنية). خصوصية التنوعية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية في المحتوى الدعوي للفيسبوك مدعمة بدراسة ميدانية على عينة من الشباب. سطيف.
- موسى, أ. (2018). الشباب التونسي والتدين في الحياة اليومية. الرباط: مؤمنون بلا حدود.
- هند عزوز. (2013). الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء دراسة تحليلية ميدانية. الجزائر.