

## Medias du cœur et medias de la raison

La socialisation des migrants en question

Kamal Hamidou, *Media of Heart and Media of Reason. Investigating the Socialisation of Migrants*

Kamel Hamidou

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/3915>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.3915](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.3915)

ISSN : 2259-8901

### Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

### Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2005

Pagination : 93-112

ISBN : 978-2-86480-868-8

ISSN : 1633-5961

### Référence électronique

Kamal Hamidou, « Medias du cœur et medias de la raison », *Questions de communication* [En ligne], 8 | 2005, mis en ligne le 01 décembre 2005, consulté le 25 octobre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/3915> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.3915>

---



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International  
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

## > DOSSIER

KAMAL HAMIDOU

Centre recherche sur les médiations

Université Paul Verlaine-Metz

hamidouk@voila.fr

### MÉDIAS DU CŒUR ET MÉDIAS DE LA RAISON.

#### LA SOCIALISATION DES MIGRANTS EN QUESTION

Résumé. — Partant d'une enquête de terrain, l'article aborde la question de l'audience des télévisions satellitaires arabo-musulmanes qui diffusent en France, ainsi que celle de leur influence sur les migrants originaires du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord. Le propos portera plus spécifiquement sur l'influence des télévisions satellitaires étrangères, appréhendée dans sa dimension politique, et sur la socialisation des migrants envisagée dans sa dimension communicationnelle. L'auteur analyse la pénétration des télévisions de diffusion directe émettant à partir de pays arabes et musulmans, ainsi que leur influence politique sur les citoyens français issus de l'immigration. Il se penche plus précisément sur d'éventuelles concomitances entre la consommation de biens culturels à valeur exogène et l'adhésion (ou la non-adhésion) aux valeurs inhérentes à l'espace public français que sont les notions de république, de démocratie, de liberté et de laïcité. Au préalable, est rappelé le contexte historique à partir duquel les médias de télédiffusion directe sont devenus une carte maîtresse dans la guerre des médias que se livrent les différents protagonistes.

Mots clés. — Télévision satellitaire, immigration, influence, socialisation, intégration, Islam, monde arabe, guerre des médias.

Depuis la disparition du bloc soviétique, des stratèges en géopolitique ne cessent d'affirmer l'inéluctabilité d'un péril vert qui prendrait le relais du péril rouge sur fond d'antagonisme idéologique, religieux et civilisationnel. Les événements du 11-Septembre et les discours de certains groupes extrémistes, ouvertement dirigés contre l'Occident, alimentent ces peurs ; ils nourrissent aussi l'argumentaire de ceux qui prônent le principe d'ingérence et l'action préventive. Dans les pays qui se sentent les plus menacés, les citoyens de confession musulmane sont suspectés de constituer une cinquième colonne qui agirait contre les intérêts du pays d'accueil (de ce point de vue, le cas des USA est parlant). Les chaînes de télévision satellitaire qui relient la diaspora musulmane à leur culture d'origine sont également considérées comme une arme culturelle et idéologique, susceptible de se retourner contre le monde occidental. En France comme ailleurs, on dénonce les « paraboles d'Allah » en les accusant d'être les vecteurs d'une idéologie incompatible avec les valeurs de l'Occident. Bien que la question soit posée en terme de socialisation et d'intégration, il apparaît que ce sont l'incompréhension, la peur, voire le rejet de l'autre, qui motivent certaines prises de position émanant de journalistes ou d'hommes politiques influents. La question que pose cette étude est de savoir qui regarde quoi et pourquoi. Quel effet ce type de réception produit-il sur la formation de l'opinion et sur la formation du sentiment d'appartenance à la communauté nationale ? Il s'agit de s'intéresser à l'influence des médias diffusant à partir des sphères culturelles arabo-musulmanes, spécifiquement à travers l'analyse de l'influence politique qu'exercent ces médias sur les citoyens français immigrés, ou issus de l'immigration, qui y ont accès. Cette influence sera évaluée à l'aune des co-occurrences observées entre l'exposition aux programmes télédiffusés par les principales chaînes satellitaires arabo-musulmanes, et l'appréciation que se font ces citoyens de certaines valeurs fondatrices de la société française contemporaine, telles la liberté, la laïcité, la République et la démocratie.

Afin de répondre à ces questions, ont été interrogées 100 personnes immigrées ou issues de l'immigration résidant en Ile-de-France et à Metz, entre juillet et août 2003. Ce choix s'explique par la connaissance que nous avons du terrain, ce qui a facilité l'accès aux personnes ciblées. Autant dire que cette étude ne prétend pas à la généralisation, que ce soit du point de vue de la taille de l'échantillon, de celui de ses caractéristiques sociologiques ou de sa répartition géographique. Au moment du premier dépouillement, cinq variables avaient semblé significatives : l'âge, le sexe, l'activité ou l'inactivité professionnelle, le niveau d'instruction et, enfin, l'accès à la langue française.

**Télévisions satellitaires et jeux d'influence : la**

## souveraineté culturelle en question

C'est au cours des années 90 que la question des paraboles est apparue dans le discours politique et médiatique français. Fervent défenseur de la libre-circulation de l'information et des idées, la France découvrit que les populations immigrées se tournaient de plus en plus vers les télévisions qui émettaient à partir de leur pays d'origine. D'aucuns évoquèrent les dangers que cela représentait pour le modèle français d'intégration, appelant de leurs vœux l'interdiction pure et simple des antennes paraboliques. Ne pouvant se mettre en porte-à-faux par rapport aux principes du droit à l'information et de la libre-circulation des idées, la France semble s'être résignée à tolérer ces programmes venus d'ailleurs, bien qu'elle les suspecte de rompre la continuité culturelle et idéologique, ainsi que les liens socioculturels fondateurs de la nation française. Mais la problématique des signaux satellitaires est antérieure à cette période ; dès les années 70, la question de la transgression des frontières par le flux culturel et informationnel avait suscité de longs débats au sein des instances nationales et internationales. Dans un monde bipolaire où la guerre des ondes prenait le relais des batailles diplomatiques et des luttes entre les services secrets, les États des pays non alignés se mobilisèrent pour faire valoir une troisième voie plus respectueuse de la souveraineté, de l'égalité et de la coexistence pacifique entre les peuples. Mais l'idée d'un nouvel ordre international de l'information ne rencontra pas d'écho favorable auprès des puissances dominantes, bien qu'elle fût reprise à son compte par l'Unesco. Pourtant, quelques années auparavant, en 1972 exactement, un consensus international avait été trouvé et avait fait admettre le principe de souveraineté pour les flux communicationnels et culturels. L'Unesco avait adopté une résolution (Mostefaoui, 1995 : 58) stipulant que toute émission de signaux par satellite qui transgressait les frontières devait se faire avec l'accord préalable du pays tiers. À l'époque, cette résolution ne concernait encore que les émissions radiophoniques, mais la conférence générale de l'Unesco de 1972 avait eu le mérite d'aborder une question cruciale qui relevait effectivement du droit international et qui n'est, à ce jour, toujours pas tranchée.

En 1977, l'Union internationale des télécommunications avait tenté de concrétiser la volonté de l'Unesco en faisant appliquer une réglementation sur le partage des spectres de fréquence. Chaque pays avait droit, quelles que soient ses capacités techniques, à des emplacements sur orbite géostationnaire et à des spectres de fréquence déterminés. La France avait obtenu une position sur l'orbite géostationnaire (19 degrés ouest), cinq canaux de diffusion, et une ellipse qui lui permettait de couvrir la quasi-totalité de l'Europe. Mais on se rendit compte que ces délimitations n'étaient que théoriques ; la puissance des sa-

tellites était telle que des débordements volontaires ou involontaires étaient fréquents. Par ailleurs, l'impossibilité technique de restreindre l'émission à des zones géographiques précises cachait mal les velléités des puissances émettrices qui souhaitaient – en orchestrant savamment leurs émissions – se constituer des aires d'influence culturelle là où des intérêts économiques et idéologiques étaient en jeu. C'est pourquoi la France chercha, par exemple, à préserver son influence dans l'espace francophone dès qu'elle fut confrontée à l'agressivité des pays anglosaxons vis-à-vis de certaines régions du monde. Des débordements accidentels des signaux, on était bel et bien passé à la transgression délibérée et pleinement revendiquée des frontières. Les États-Unis, la Grande-Bretagne, la France, l'Allemagne et le Japon se livrèrent donc une bataille sans relâche, non seulement pour maintenir leur zone traditionnelle d'influence, mais aussi pour conquérir de nouvelles parts dans un marché mondial, appelé à se libéraliser et à s'ouvrir à la concurrence.

Depuis Applications Technology Satellites (ATS 6), le premier satellite de diffusion directe placé sur orbite par la Nasa, plusieurs pays ont démarré des programmes d'équipement, destinés aussi bien au marché national qu'au marché international. Ce fut le cas de la France puisque, dès 1979, le Conseil des ministres décida de doter le pays de satellites du type « Telecom I ». Par la suite, la France et la RFA lancèrent un vaste programme de télédiffusion directe (TDF et TV SAT), mais n'obtinrent pas les résultats escomptés en terme de réception directe, car la puissance des répéteurs (230 watts) sur les satellites lancés entre 1987 et 1990 nécessita l'installation d'antennes de réception larges et onéreuses. Le satellite luxembourgeois Astra, lancé en 1988, eut plus de succès parce que la mise au point d'une nouvelle technique de réception rendit possible l'utilisation de petites antennes et permit ainsi à 1, 5 millions d'Européens de recevoir individuellement ses programmes. Ce constat d'échec poussa l'État français à investir dans une nouvelle génération de satellites qui se caractérisaient par une puissance moyenne : il s'agit de Telecom II, d'Eutelstat II et de la série des Hot birds, réalisés grâce au partenariat européen. Par la mise en orbite de ces satellites, la France ambitionnait de défendre sa présence aux quatre coins du monde en « arrosant » prioritairement les pays francophones, à commencer par le Maghreb, l'Afrique sub-saharienne et le Moyen-Orient. En plus de ces moyens de transmission, la France voulait mobiliser un certain nombre de chaînes télévisées afin qu'elles portent sa voix dans le monde entier. C'est à TV5 (plus qu'aux chaînes nationales captées à l'étranger comme TF1, France 2, Canal + et Arte) que revint la mission transfrontière de télédiffusion de la culture francophone. Si, officiellement, la politique audiovisuelle des puissances en présence ne se définit que comme le prolongement de leur diplomatie culturelle, il n'en demeure pas moins que plusieurs pays concernés par ces intrusions

médiatiques – dont nombre d'États arabes – les virent d'un très mauvais œil et les perçurent comme une ingérence politique et culturelle.

Constatant l'absence d'une réglementation internationale limitant ces intrusions dans les espaces nationaux, certains gouvernements prirent – en vain – des initiatives pour interdire, ou au moins rendre plus difficile l'acquisition et l'utilisation des paraboles. Citons le cas de la Tunisie qui, en 1988, promulgua un texte de loi visant à clarifier les conditions d'utilisation des équipements de réception satellitaire individuels et collectifs. Cette loi fut même renforcée en 1994 par une décision réglementaire qui interdit toute importation et toute commercialisation d'antennes paraboliques. Enfin, une nouvelle loi fut promulguée en juillet 1995 qui soumit l'utilisation des antennes paraboliques à l'autorisation du ministère de la Communication et à celle de la municipalité de résidence ; cette loi instaura également une taxe annuelle pour tout usage de ces antennes. L'Algérie tenta – en vain également – d'imposer un contrôle étatique sur ce secteur d'activité. Ainsi une loi promulguée en 1992 visa-t-elle à réglementer l'utilisation individuelle et collective des antennes paraboliques.

La France ne fut pas en reste. Divers journalistes, hommes politiques et groupes de pression demandèrent avec insistance à l'État de légiférer sur la question, ou de donner compétence au CSA pour intervenir. Un décret publié le 29 octobre 1993 au Journal Officiel obligea les particuliers à déposer une demande d'autorisation de travaux avant l'installation d'une antenne parabolique. D'ailleurs, il est étonnant de constater qu'en France, on avançait les mêmes raisons que dans les pays en voie de développement sur la nécessité de limiter l'accès aux paraboles ! Jean Boiche, alors secrétaire d'État aux Universités, avait déclaré, au nom du gouvernement français : « Les Arabes vivent chez nous, mais le soir ils rentrent chez eux. Les paraboles les relient à Dieu, aux pays frères, à la voix de leurs maîtres. Plus la parabole absorbe de signaux venus d'Orient, plus la France devient inutile » (El Amrani, 1995 : 61). Par ailleurs, Christian Herrero, délégué à l'action culturelle, l'information et la communication au Fonds d'action sociale (FAS), avait estimé que « la réception des télévisions étrangères est une source de repli et constitue un facteur de désintégration » (Louart, 1994 : 35). Une fois de plus, la classe politique française semblait stigmatiser une origine ethnique, sous un fallacieux prétexte plus ou moins avoué : cette origine n'est pas assimilable. La justification n'est pas loin du schéma argumentatif déployé dans le monde arabe où l'on s'efforce de démontrer que les chaînes satellitaires occidentales ne sont qu'un instrument d'invasion culturelle qui procède par l'aliénation de la jeunesse pour mieux l'éloigner du cadre de référence culturel et civilisationnel. Faute d'avoir pris le risque de réglementer

l'usage de la parabole au niveau étatique, la France semble, dans un premier temps, avoir délégué la responsabilité d'interdire les paraboles aux municipalités et aux responsables des organismes HLM. Certaines grandes enseignes de vente s'invitèrent également à la partie puisque, à une époque, la chaîne de magasins Darty s'octroya le droit d'exiger de certains de ses clients désireux d'acheter des antennes paraboliques une autorisation délivrée soit par le propriétaire, soit par le syndic de copropriété. Ces initiatives isolées devaient agir comme des ballons d'essai, mais les réactions indignées qu'elles provoquèrent et la dégradation de l'image de la France qu'elles risquaient d'entraîner firent qu'elles ne connurent pas de suite. Bien au contraire, les utilisateurs de la parabole se sont faits plus nombreux, d'autant que les progrès technologiques permirent vite de capter des signaux avec des paraboles plus petites et que les prix de celles-ci devinrent, au fil des années, plus abordables, même pour les bourses les plus modestes.

## Télévisions satellitaires : la nouvelle guerre de l'Orient

La percée des chaînes satellitaires arabes dans la jungle des télévisions de diffusion directe est très tardive. C'est seulement en 1991, avec la guerre du Golfe et l'exclusivité accordée à CNN pour la couverture des opérations militaires, que les pays arabes vont découvrir les énormes déficiences dont souffre leur espace culturel en matière d'information. Ces événements ont également révélé le manque de professionnalisme des télévisions d'État, ainsi que leur incapacité à se renouveler ; les observateurs ne manquèrent pas de souligner la monotonie de leurs programmes, voire leur archaïsme (Abed, 1988). Saisissant cette opportunité, un homme d'affaires saoudien, Salah Kamel, décida de lancer le Meadle East Broadcasting Center (MBC), la première chaîne satellitaire arabe qui commença à émettre depuis Londres dès la fin de l'année 1991. Moderne et familiale, cette chaîne généraliste se fixa comme règle de ne jamais tomber dans le sensationnel ou la provocation. Elle obtint immédiatement un succès d'envy que même Arab News Network, lancée en 1993, ne réussit à entamer. Mais, à partir de 1996, une nouvelle chaîne arrive sur les écrans et bouleverse la hiérarchie en place par une liberté de ton sans précédent : il s'agit de la chaîne d'information Al-Jazira qui, elle, fait le pari du choc et de la provocation. Ses débats politiques contradictoires et sa couverture indépendante des événements mondiaux lui valent bientôt une audience grandissante. Sa couverture des deux derniers conflits en Irak et en Afghanistan, celle des événements du 11-Septembre, ainsi que les scoops que constituent les déclarations d'Oussama Ben Laden lui confèrent d'ailleurs une notoriété mondiale qui va contribuer à reléguer CNN à un rôle secondaire dans cette région du globe. Certains États craignent même que le ton dérangeant et le succès populaire d'Al-Jazira ne leur fassent perdre l'emprise qu'ils avaient jusque-là sur

leur opinion nationale. C'est ainsi que certaines chaînes généralistes étatiques ont profité de la deuxième guerre en Irak pour s'improviser chaînes d'information continue en dépêchant un grand nombre d'envoyés spéciaux sur le terrain et en optant pour les mêmes méthodes de scoops ou d'annonces sensationnelles qu'Al-Jazira. C'est par exemple le cas de la chaîne Abu Dhabi TV, chaîne publique des Émirats arabes unis, créée en 1984, qui s'est « relookée » et modernisée pour devenir un réservoir d'images incontournable pour les télévisions mondiales. C'est également le cas d'El Arabia qui appartient à la société Meadle East News (MEN). Créée en février 2003 et basée à Dubaï, cette chaîne d'information continue se veut une alternative à Al-Jazira, mais sur un ton plus mesuré. Citons aussi la chaîne privée libanaise Al-Hayat/LBC qui a tenté des percées médiatiques, en diffusant des enregistrements sonores de Saddam Hussein appelant les Irakiens à la résistance.

Le succès d'Al-Jazira ne cesse donc de bouleverser la géopolitique de l'information dans cette région du monde. Tout semble indiquer que le Moyen-Orient est entré dans une nouvelle guerre d'influence qui ne dit pas son nom. Après l'Iran qui lança El-Alam, chaîne hertzienne arabophone dotée de puissants émetteurs pour toucher les populations chiites d'Irak, une chaîne satellitaire égyptienne, Nile TV, émet depuis janvier 2002 en direction de la population israélienne ; ses programmes sont essentiellement constitués de bulletins d'information qui traitent l'actualité du point de vue égyptien, de commentaires politiques et de quelques séquences de divertissement. Israël envisage de riposter et de se doter d'une chaîne satellitaire en arabe destinée à rompre l'hostilité des opinions arabes. Mais l'entrée la plus remarquée dans la bataille des chaînes satellitaires reste sans doute celle des USA. La perte d'influence qu'avait subie CNN dans la région a poussé les Américains à réagir pour ne pas perdre la partie sur le terrain médiatique. Depuis le 14 février 2004, les populations du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord peuvent recevoir El Hurra, une chaîne américaine dotée d'un budget de 65 millions de dollars et destinée à contrebalancer l'influence d'Al-Jazira dans la région. Cette initiative vient compléter le dispositif radiophonique déjà existant composé de Radio Sawa, lancée en juin 2002 à destination des populations arabes et de Radio Farda qui émet depuis décembre 2002 en persan, à destination de l'opinion publique iranienne essentiellement. Pour sa part, la France n'est pas insensible à ce qui se passe dans une sphère culturelle qui relève traditionnellement plus de son influence que de celle des États-Unis. Elle garde dans ses tiroirs quelques projets qui n'ont pas pu aboutir dans le passé, pour des raisons financières certes, mais aussi pour des raisons politiques intérieures et extérieures. Si l'idée d'une chaîne arabophone destinée à l'ensemble du monde arabe est acquise, il semble que les déboires fi-

nanciers de TV5 et de RFI fassent hésiter les décideurs politiques. Ainsi ce projet change-t-il de configuration au gré des gouvernements en place : on envisage tantôt une chaîne privée confiée à des investisseurs sûrs, tantôt une formule de partenariat avec plusieurs états arabes, fondée sur le principe d'actions participatives et d'échanges de programmes, ou encore une chaîne en partenariat avec un seul État (le lancement d'une chaîne télévisée sur le modèle très réussi de la radio Médi 1 était en question avec le Maroc), quand il ne s'agit pas d'une formule 100 % française, assortie d'une gestion rigoureuse qui garantisse l'autonomie financière de la chaîne. Pour l'heure, la France semble s'éterniser dans les expertises et les études de faisabilité, laissant ainsi le champ libre aux Américains qui s'engouffrent dans un espace culturel qu'ils considèrent désormais comme prioritaire pour leur diplomatie culturelle (El Amrani, 1995).

Depuis les événements du 11-Septembre et l'amalgame qui a été fait entre terrorisme et Islam, les pays arabes et musulmans semblent vouloir passer des initiatives isolées à une action coordonnée, afin de rompre la pensée unique et de donner une vision de l'Islam, et a fortiori de la civilisation musulmane, différente de celle véhiculée par les médias lors du choc du 11-Septembre et après. Ainsi, en juin 2001, la Ligue arabe a-t-elle tenté de réactiver un projet ébauché depuis de longues années qui vise la création d'une chaîne arabe internationale diffusant en anglais afin de pouvoir exposer le point de vue arabe sur les événements dans le monde et de permettre un dialogue interculturel. De son côté, le Conseil de coopération du Golfe a discuté, en décembre 2001, d'un « plan médias » qui prévoit la création de trois chaînes satellitaires diffusant en français, en anglais et en espagnol. Quant aux ministres de la Culture de la Conférence islamique, ils ont discuté lors de leur réunion à Doha, en janvier 2002, de l'opportunité d'une chaîne satellitaire islamique qui diffuserait en arabe, en français et en anglais afin de favoriser le dialogue entre les cultures. À l'heure actuelle, ces projets n'ont pas encore pris forme, mais il est certain que l'éventualité de leur concrétisation suscite déjà des réactions qui confirment le fait que le Moyen-Orient est bien devenu l'enjeu et le théâtre d'une véritable guerre à la fois idéologique, culturelle et informationnelle (Reporters sans frontières, 2003).

## Les télévisions d'Orient et du Maghreb et leur audience en France : sociologie des publics récepteurs

Parmi la cinquantaine de chaînes de télévisions satellitaires arabes captées en France, seules une douzaine d'entre elles sont retenues dans le hit-parade des chaînes les plus regardées. Des dizaines d'autres ne sont

pas prises en compte, soit parce qu'elles sont trop récentes, soit parce que leur audience est trop faible. Le tableau qui suit n'est donc pas exhaustif.

Tableau 1 : Liste des chaînes satellitaires arabo-musulmanes les plus regardées en France<sup>1</sup>.

NOM DE LA CHAÎNE	LIEU DE LA LIAISON MONTANTE	PRINCIPALES LANGUES DE DIFFUSION	ANNÉE DE PREMIÈRE MISE EN SERVICE	SATELLITES FINANCEMENT DE TRANSMISSION
MBC	LONDRES	ARABE	1991	CAP. PUBL. SAOUDIENS EUTELSAT
II				
	ENSUITE DUBAÏ			F1 ET
ARABSAT				
	RTT-TV7 TUNISIE	TUNISIE	ARABE	1992 CAP. PUBL. TUNISIENS
EUTELSAT II F3				
	ESC	EGYPTE	ARABE	1992 CAP. PUBL. ÉGYPTIENS EUTELSAT
II F3				
	RTM	MAROC	ARABE	1993 CAP. PUBL. MAROCAINS EUTELSAT
II F3				
	2M	MAROC	ARABE/FRANÇAIS	2001 CAP. PUBL. MAROCAINS
HOT-BIRD				
	DUBAI TV	DUBAÏ	ARABE	1994 CAP. PUBL. ÉMIRATIS EUTELSAT
II F1				
	MUSLIM TV	ROYAUME-UNI	ARAB-URDU-FRAN-ANGL	1994 CAP. PUBL.
PAKISTANAIS	EUTELSAT II F3			
	CANAL ALGÉRIE	ALGÉRIE	ARABE/FRANÇAIS	1994 CAP. PUBL.
ALGÉRIENS	EUTELSAT II F3			
	THALITHA TV	ALGÉRIE	ARABE	2000 CAP. PUBL. ALGÉRIENS ARABSAT
3A				
	EURATEL	BELGIQUE	ARABE	1994 CAP. PUBL. SAOUDIENS EUTELSAT
II F3				
	NILE TV	EGYPTE	ARABE	1994 CAP. PUBL. ÉGYPTIENS EUTELSAT
II F3				
	AL -JAZIRA	QUATAR	ARABE	1996 CAP. PUBL. QUATARIS ARABSAT 3
A				
	AL ARABIA	DUBAÏ	ARABE	2003 CAP. PUBL. ÉMIRATIS ARABSAT 3
A				
	ANN	ROYAUME-UNI	ARABE	2001 CAP. PUBL. SAOUDIENS
NILSAT, EUTELSAT-				
				HOT BIRD 6
	ART TV	JORDANIE	ARABE	1993 CAP. PUBL. SAOUDIENS ARABSAT

Contrairement aux idées reçues, le public français des chaînes paraboliques arabes et musulmanes ne constitue pas un bloc homogène dont les habitudes de consommation seraient dictées par des déterminants communautaires. L'enquête révèle que ce public est tout aussi multiple qu'il est hétérogène. Par exemple, nous avons constaté que les habitudes de consommation varient se-

<sup>1</sup> Ce tableau n'inclut ni les chaînes sportives ni les chaînes de télévision satellitaire turcophones.

lon la place des individus dans la société, leur ascendant idéologique, leur niveau d'instruction, ou encore leur âge ou leur sexe<sup>2</sup>.

Globalement, l'enquête<sup>3</sup> indique que les téléspectateurs français d'origine arabe ne délaissent pas les programmes de la télévision française, une fois la parabole installée chez eux : 38 % des personnes interrogées disent continuer à regarder exclusivement la télévision française et 34 % la regardent en alternance avec la parabole. L'intérêt pour les chaînes paraboliques orientales est plus prononcé chez les femmes que chez les hommes, particulièrement quand il s'agit des personnes d'un certain âge ou des personnes âgées. Ainsi 66,6 % des femmes âgées de plus de 45 ans déclarent-elles ne regarder que ces chaînes. Cette tendance est plus affirmée chez les femmes dont le niveau d'instruction est faible ; bien sûr, elle est également assez forte chez les femmes qui ont des difficultés à comprendre le français. Les programmes les plus regardés par les femmes sont les sit-coms orientaux ; viennent ensuite les variétés et comédies loufoques en tous genres et, enfin, les émissions destinées spécifiquement aux femmes (l'art culinaire, l'art de recevoir, l'éducation des enfants). Chez les hommes de cette catégorie d'âge, la variable du niveau d'instruction est tout aussi déterminante dans la consommation des programmes des chaînes satellitaires orientales. Le facteur linguistique l'est aussi puisque tous ceux qui parlent difficilement le français (ils sont 53 %) regardent exclusivement les chaînes paraboliques orientales. Cependant, l'éventail du choix des hommes est beaucoup plus large car ces derniers s'intéressent d'abord aux films d'action et aux comédies loufoques, puis aux programmes sportifs, ensuite aux programmes d'information, aux débats politiques, aux émissions culturelles et enfin aux programmes religieux.

Dans la catégorie d'âge intermédiaire (25-45 ans), c'est la consommation mixte – télévision française et chaînes paraboliques orientales – qui domine, aussi bien chez les femmes que chez les hommes (à hauteur de 53 %). À noter que, dans cette tranche d'âge, le pourcentage

<sup>2</sup> L'ascendant idéologique est défini en fonction de trois indices : premièrement la perception de l'idée de démocratie, deuxièmement la perception de la notion de laïcité et du rôle de la religion dans l'espace public, troisièmement la perception de l'idée de modernité et du rôle des valeurs culturelles traditionnelles. Suivant les réponses données par chaque personne interviewée, les individus sont classés en deux groupes : ceux d'ascendant idéologique conservateur, et ceux d'ascendant idéologique ouvert. Par place dans la société, nous entendons non pas le processus d'auto-intégration, mais l'ensemble des dispositifs d'intégration et de valorisation mis en œuvre par la société envers ces individus. Cela va de l'accès à un travail aux relations avec les administrations, en passant par les relations avec les agents de l'État.

<sup>3</sup> L'échantillon de notre étude est constitué de 100 interviewés répartis à parts égales entre les deux sexes, à raison de 34 individus âgés de 15 à 24 ans, de 34 personnes âgées de 35 à 45 ans et de 32 personnes âgées de plus de 45 ans.

de ceux qui ne regardent que les chaînes paraboliques orientales chute pour n'atteindre que 20 % chez les hommes, et seulement 13 % chez les femmes. Enfin, remarquons que dans cette même catégorie d'âge, 30 % des personnes interrogées déclarent regarder exclusivement les programmes des chaînes françaises. Quant aux préférences pour les programmes, nous retrouvons globalement les mêmes penchants que pour la tranche d'âge supérieure, et cela pour les deux sexes. En revanche, il en va tout autrement pour la catégorie d'âge inférieure, celle des moins de 25 ans. Chez les jeunes hommes comme chez les jeunes femmes, personne ne déclare regarder exclusivement les programmes des chaînes orientales. 73,3 % des personnes interrogées expliquent faire le choix de ne regarder que les programmes de la télévision française, et 26,7 % des individus disent zapper des uns aux autres. Chez les hommes de cette tranche d'âge, les programmes les plus regardés sur les chaînes paraboliques sont les émissions sportives, les variétés et, enfin, les émissions culturelles au sens civilisationnel du terme. Chez les femmes, ce sont davantage les émissions destinées au public féminin, les variétés et les émissions culturelles qui sont citées.

Deux enseignements à retenir. D'abord, la parabole en tant que facteur d'auto-exclusion du lien social et identitaire par rapport au pays d'appartenance ou d'accueil est un phénomène qui tend à s'estomper chez les nouvelles générations. Ensuite, il apparaît très nettement que la consommation de programmes télévisuels exogènes ne constitue pas un facteur de désintégration volontaire ; au contraire, il révèle une déficience en matière d'accueil pour intégrer ces populations. À cet égard, la satisfaction ou le ressentiment exprimé par les personnes interrogées par rapport à la place que leur accorde la société est un facteur particulièrement déterminant. En effet, c'est plus chez les individus qui s'estiment rejetés par la société que le repli identitaire est le plus prononcé. L'enquête qualitative indique que ce rejet est ressenti surtout par les personnes qui recherchent désespérément un emploi ou bien qui se sentent victimes du « délit de faciès » (contrôles d'identité à répétition, interdiction d'entrer dans certains lieux de distraction ...). Rappelons que 29 % des individus de l'échantillon sont sans activité professionnelle, que 54 % d'entre eux se déclarent insatisfaits de leur situation sociale et que 70 % se disent victimes du délit de faciès ou du racisme.

Une autre forme de rejet particulièrement mal ressentie, celle de la stigmatisation ethnique, notamment celle véhiculée par le petit écran. Dans cette enquête, les sujets interrogés estiment que l'image que la télévision renvoie des Français issus de l'immigration n'est absolument pas valorisante. Sur le banc des accusés, les chaînes publiques et privées qui opèrent par couches successives, comme si elles participaient à une action de dénigrement graduée dans le temps, multipliant les diffusions

d'images et de commentaires où ne sont traités que les vices, les actes de délinquance et autres faits divers associés à l'immigration. Les individus interrogés déplorent la rareté des émissions où l'on met en avant les apports positifs de ces Français d'origine étrangère, comme le personnel soignant dans les hôpitaux, les chercheurs dans les laboratoires, les enseignants dans les universités, les militants des partis politiques, les syndicalistes, les membres des associations, ou encore tous les entrepreneurs et les personnes engagées dans les corps de l'armée... Ils déplorent également le fait que ces émissions soient diffusées, quand elles existent, à des heures de faible écoute et avec une intensité très réduite.

Par ailleurs, la couverture médiatique des événements liés aux groupes extrémistes musulmans ne ferait pas de discernement. En effet, selon 66 % de nos interviewés, l'amalgame serait systématique dans les commentaires des journalistes, des animateurs des débats, des hommes politiques ou des experts invités à renseigner sur l'islamisme en France. Ainsi le traitement de cette question renvoie-t-il à une image faussée des Français issus de l'immigration : celle d'un bloc communautaire uniforme, occultant la diversité et les différences idéologiques des courants qui le traversent. Les populations issues de l'immigration ne se sentent pas seulement marginalisées en tant qu'objet des émissions télévisées, mais aussi en tant que destinataires de ces programmes. Il n'est pas question des émissions qui ont été diffusées sporadiquement comme « Mosaïque » ou « Image de... », le dimanche sur la troisième chaîne française ; ce type d'émission ayant montré ses limites tant du point de vue de son audience que du point de vue de sa conception et de son efficacité (Hargreaves, 1993). Ce qui fait véritablement défaut aux yeux des personnes interviewées, ce sont les émissions aux heures de grande écoute qui permettraient une compréhension mutuelle chez les Français de toutes origines et de toutes confessions. D'après ces mêmes personnes, il serait opportun d'accorder une juste place et une reconnaissance à tous les travailleurs immigrés qui ont contribué à construire la France d'aujourd'hui ; cela valoriserait leurs propres enfants qui auraient le sentiment de participer à la grandeur de la France (voir Fleury-Vilatte, Walter, 2005). À leurs yeux, il serait tout aussi profitable de concevoir des programmes pédagogiques qui renseigneraient les Français issus de l'immigration de confession musulmane sur les représentations et l'imaginaire juéo-chrétiens ainsi que sur le cheminement civilisationnel de l'idée de laïcité en France. Fort mal comprise et perçue par eux, elle n'apparaît pas comme étant un formidable acquis pour les libertés individuelles.

**De l'intégration communautaire à l'intégration à la communauté nationale : la télévision satellitaire, accompagnatrice dans le parcours sociopsy-**

## chologique du migrant

La rhétorique utilisée par les médias et les intervenants politiques pour parler de socialisation et d'intégration est souvent équivoque ; le concept d'intégration est souvent utilisé sans discernement pour désigner aussi bien l'effort d'intégration entrepris par le migrant que l'action intégrationnelle qui émane de la collectivité pour permettre à chacun de participer activement à la communauté nationale. Par ailleurs, le concept d'intégration est souvent utilisé dans une acception assimilationniste qui sous-entend que la personne de culture exogène doit renier l'héritage culturel qu'elle a reçu dans sa culture d'origine pour faire partie de la société d'accueil. Cette conception de l'intégration ne prend pas en compte ou ignore certains déterminants sociopsychologiques qui infirment ce raisonnement. Les études psychologiques montrent que toute dépersonnalisation volontaire des migrants est non seulement difficile à réaliser, mais qu'elle peut aussi s'avérer néfaste pour l'équilibre mental des individus concernés et, a fortiori, pour la société entière. L'enquête tend à confirmer cette hypothèse ; les individus qui ne regardent que les chaînes étrangères (rappelons qu'ils représentent 25,5 % de l'échantillon) déclarent unanimement que cette consommation constitue un besoin vital pour eux. Il ressort des entretiens qualitatifs que ce besoin est de nature psychologique et qu'il est lié à l'équilibre psychique des individus interrogés. Contrairement aux idées reçues, l'acte d'émigrer n'est pas vécu comme une promotion sociale par les personnes qui quittent leur pays ; en outre, toute expérience d'expatriation contraint l'individu à suivre un parcours psychosocial (Sannella, 2002 : 17-25) qui le mènera, selon son environnement et ses prédispositions, soit à la frustration et à l'isolement, soit à l'accomplissement personnel et à l'intégration assumée. Bien que propre à chaque individu, ce parcours se caractérise par des étapes communes à tous ceux qui en ont l'expérience, quelle que soit leur confession ou leur culture d'appartenance. Le point de départ des frustrations ressenties, c'est le moment où le migrant va renoncer aux ambitions qu'il nourrissait dans son enfance, ainsi qu'aux projets qu'il envisageait pour sa vie d'adulte. Une fois le voyage commencé, le migrant va devoir faire le deuil des diverses pertes qu'il subit : celles du patrimoine personnel, du patrimoine familial, du patrimoine social, du patrimoine culturel... À l'arrivée, pendant une courte période, il dispose encore de ses propres repères, et il parvient à tenir à distance les nouveaux codes qui envahissent et bouleversent ses constructions mentales. Mais, sa cohésion psychique va être ébranlée au fur et à mesure que ses repères d'origine, qui ne sont plus entretenus in situ, seront remis en cause par les nouveaux codes auxquels il n'aura d'autre choix que de souscrire.

Ensuite, les dissensions entre la culture d'appartenance et la culture de référence atteignent un stade qui constitue une source potentielle de repli sur soi et de rejet de l'autre. Dans les cas les plus extrêmes,

Alexandra Sannella (2002 : 18) affirme que « la rupture avec la culture d'origine et avec le propre horizon culturel peut provoquer une série de réactions psychologiques qui vont du désarroi à la confusion, de l'anxiété aux troubles de la personnalité border-line et à tous les facteurs qui caractérisent le choc culturel ». Dans les moments les plus difficiles de ce parcours, il s'avère que les liens avec une communauté de référence jouent un rôle des plus salvateurs. Effectivement, elles agissent sur le plan psychologique comme un levier de sécurité en permettant à l'individu de se ressourcer et de réactiver ses repères culturels dans la période de transition. Les médias, en particulier la télévision, apportent cet apaisement au migrant en le replongeant dans sa culture de référence. Accusés de rompre la continuité idéologique et culturelle de la nation française, les programmes des paraboles étrangères seraient, salutaires et utiles tant à l'intégration qu'à l'équilibre du système social. L'enquête confirme cette idée selon laquelle les facteurs qui isolent les migrants de la communauté nationale sont de nature sociologique, linguistique et psychologique et qu'ils ne résident pas dans le simple fait de regarder des programmes à valeur culturelle exogène. Pour un migrant qui n'est pas en mesure de communiquer en français, le résultat en terme d'intégration d'une exposition exclusive aux chaînes qui diffusent en français est quasiment nul. S'il devait choisir entre un programme de distraction dans sa langue maternelle et une émission équivalente en français, le choix serait plus qu'évident. Pour les individus migrants, les télévisions satellitaires représenteraient donc un accompagnement vers une intégration consciente et assumée. En effet, elles leur permettent de préserver leur équilibre psychique pendant la période où ils intègrent leur nouvel environnement socioculturel et où ils assimilent les nouveaux codes et autres règles d'usage.

Étant donné le caractère inéluctable de ce parcours, les politiques gagneraient donc à doter la France d'une chaîne arabophone crédible qui diffuserait aussi bien des programmes d'information que des programmes de divertissement. Elle ferait d'une pierre deux coups : assurer elle-même la diffusion des programmes qui accompagneraient les migrants dans leur parcours sociopsychologique de migration, et garantir sa présence tout comme ses liens culturels avec une zone où les Américains tentent d'effectuer un redéploiement stratégique inédit depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale.

## De l'influence politique des télévisions d'Orient et du Maghreb sur leurs publics récepteurs en France

Précisons qu'en dehors de la chaîne satellitaire algérienne Canal Algérie, qui s'affiche comme une chaîne internationale francophone, et de la chaîne marocaine 2M qui se veut une vitrine du royaume ouverte

sur l'Europe, aucune des grandes chaînes qui émettent du Maghreb ou du Moyen-Orient ne vise expressément des communautés issues de l'immigration installées en Europe. La cible principale de la plupart des chaînes satellitaires arabes reste les pays du Maghreb et ceux du Moyen-Orient. Il faut également noter que ces chaînes n'adoptent pas de stratégie offensive vis-à-vis des sphères culturelles autres que le monde arabe. Pour la majorité d'entre elles, la langue arabe est la seule et unique langue de diffusion, ce qui, de facto, exclut de leur audience l'ensemble des publics non arabophones. Seules deux chaînes font exception, il s'agit de Nile TV qui émet en français, en anglais et en hébreu, à raison de une à trois heures par jour, et de Muslim TV qui émet alternativement quelques heures en français et en anglais, en plus des deux langues majoritaires que sont l'urdu et l'arabe.

Il apparaît clairement que la stratégie de diffusion de ces chaînes est radicalement différente des dispositifs agressifs mis en œuvre par les États-Unis, la Grande-Bretagne ou les pays d'Europe continentale à destination des pays arabes. En effet, tous les programmes radiophoniques et télévisuels qui partent de ces pays vers le monde arabe sont diffusés majoritairement en arabe et proposent des émissions bien adaptées, et en mesure d'influencer tant politiquement que culturellement les opinions publiques de ces pays. Or, les chaînes satellitaires arabes semblent s'inscrire dans un registre purement défensif : leur contenu culturel vise officiellement à sauvegarder les spécificités culturelles locales et à les préserver d'une supposée standardisation mondiale. En ce qui concerne le traitement de l'actualité, il s'agit pour elles de présenter au téléspectateur une lecture différente des événements majeurs dont la couverture était jusque-là l'apanage de CNN et des grandes agences de presse américaines et européennes. À de rares exceptions près, il s'avère que les publics arabophones et musulmans qui résident en Europe ne sont qu'accessoirement ciblés en tant que tels. Pour ces chaînes, ils ne constituent donc ni une priorité politique, ni un marché publicitaire d'envergure.

Il apparaît aussi que la plupart des personnes interviewées ne consomment les chaînes satellitaires que pour leur vertu divertissante : l'humour et la variété étant l'apanage du cœur, un bon nombre de migrants arabes parvient difficilement à satisfaire ce besoin avec les programmes des chaînes françaises. Quant aux émissions politiques regardées sur les chaînes paraboliques, elles ne traitent que rarement des sujets de politique intérieure française. Même au plus fort de la controverse sur l'Islam et la laïcité, la majorité des personnes interrogées a déclaré avoir suivi les débats essentiellement sur les chaînes françaises. L'autre indicateur de la faible influence politique de ces chaînes est le comportement électoral des citoyens de confession

musulmane. Tous ont déclaré que les chaînes satellitaires ne les aident aucunement dans leur choix au moment des échéances électorales majeures. L'intérêt politique et informationnel de ces chaînes semble donc se limiter aux seuls sujets ayant trait au monde arabo-musulman, surtout lorsque des événements de premier ordre précipitent certains pays sur le devant de la scène internationale.

Il ressort de notre enquête que la télévision satellitaire ne représente aucunement un obstacle à la constitution des liens sociaux. Pour 74 % des personnes interviewées, les lieux de « communion » avec la société française sont aussi importants que les lieux de « communion » avec les sociétés de référence. Le rituel du journal de 20 heures devant les chaînes françaises répond à ce besoin de partage avec la communauté nationale. Les individus interrogés déclarent également, à plus de 70 %, participer fortement aux célébrations symboliques, même quand celles-ci émanent d'une religion différente de la leur. C'est le cas des fêtes de Noël et de toutes les fêtes nationales. Les moments de célébration ou les moments de solidarité indiquent l'attachement des migrants à vivre une temporalité qui les met au diapason avec l'ensemble de la communauté nationale. Il semblerait donc que le migrant arabo-musulman qui réside en France souscrive à deux espaces publics : l'un de référence, l'autre d'appartenance. Pour chacun d'eux, il utilise une grille de lecture spécifique qui empêche toute interférence. Les indicateurs dont nous disposons sur la perception de la laïcité et des valeurs républicaines de la France confirment d'ailleurs cette hypothèse : autant les personnes interrogées déclarent ne pas comprendre la nécessité de séparer le politique du religieux dans les pays arabo-musulmans, autant ils adhèrent plus volontiers à l'idée de laïcité comme règle de vie dans une société multiethnique et multiconfessionnelle. En ce qui concerne la formation de l'opinion sur des sujets ayant trait à l'espace public français, il semble que les télévisions satellitaires n'ont pas d'influence. Cependant, la question reste posée quant à la formation idéologique de ces individus sur des sujets concernant l'espace politique public de référence. Les personnes interrogées réagissent d'ailleurs avec beaucoup de susceptibilité au traitement médiatique que réservent les chaînes françaises aux questions concernant le monde arabo-musulman, particulièrement à celles concernant la religion.

## Conclusion

D'après l'étude menée, il apparaît que les individus qui regardent essentiellement des chaînes paraboliques arabes émettant de l'étranger ne le font pas par choix idéologique. La préférence pour ces programmes est en corrélation directe avec certains déterminants sociologiques tel que l'âge des personnes, leur accès à la langue française ou encore l'intégration ou la non-intégration par le travail. Si les taux de consommation les plus élevés se trouvent dans la catégorie d'âge des plus de

45 ans, c'est parce qu'il y a un pourcentage élevé de ces personnes qui n'ont pas un niveau de langue suffisant pour pouvoir suivre les programmes des chaînes françaises. Par ailleurs, il faut souligner que l'attraction pour ces mêmes programmes est en forte diminution dans les catégories d'âge inférieures. Cela s'explique par une accessibilité nettement plus grande à la langue française et par une intégration due à la scolarisation dont ont bénéficié les jeunes générations. Il serait aussi significatif de noter que les types de programmes regardés ne renvoient pas à des déterminants politiques et/ou idéologiques. Les programmes de divertissement viennent dans tous les cas en tête de consommation chez les personnes qui suivent avec plus d'assiduité les chaînes paraboliques arabes diffusant de l'étranger. Les émissions politiques, religieuses ou les émissions d'information sont reléguées à des positions secondaires. En outre, l'ensemble des personnes interrogées déclarent ne pas recourir aux chaînes paraboliques arabes pour se faire une opinion sur des sujets ayant trait à la vie politique intérieure de la France, notamment en période électorale ou en période de crise politique.

Ainsi l'enquête montre-t-elle que les déterminants qui forment l'opinion sur les événements politiques nationaux ne proviennent pas des programmes des chaînes étrangères. Ce constat tend à relativiser les craintes qu'ont exprimées les intervenants politiques et les journalistes quant au rôle que peuvent jouer ces télévisions étrangères sur les choix politiques de la communauté musulmane en France. Pour l'heure, la guerre que se livrent les télévisions satellitaires semble être plus une guerre d'influence régionale, voire inter-arabe, que l'expression d'un conflit s'inscrivant dans une logique d'affrontement entre civilisations. Les programmes des chaînes arabo-musulmanes visent moins à accomplir un travail de propagande culturelle et/ou culturelle vis-à-vis du monde extérieur qu'à proposer aux opinions des pays arabes une autre lecture des événements. Les attentes de leur public résidant en France sont d'ailleurs rarement de nature identitaire, elles correspondent le plus souvent à un besoin de divertissement et d'information dans la langue maternelle. Certes, ces programmes peuvent véhiculer des valeurs culturelles et idéologiques qui s'opposent aux valeurs constituant la conscience collective de la nation française (comme la liberté de l'individu, le libre-arbitre, l'égalité de sexes...), mais il semble que, dans la plupart des cas, ces valeurs soient identifiées comme spécifiques à la culture de référence et, de facto, inappropriées à la société d'appartenance. Ce dédoublement identitaire n'est pas particulier à la France ; de ce fait, il ne doit pas être perçu comme une source potentielle d'effritement de l'identité nationale, mais plutôt comme une redéfinition de cette dernière. La France, comme d'autres nations, évolue tout simplement vers ce que nous appelons l'identité complexe (Hamidou, 2004 : 35-40), stade

vers lequel tendent toutes les sociétés et toutes les cultures. Cette évolution paraît inéluctable au regard de l'internationalisation de l'information. Cette nouvelle forme d'identification imposera de dépasser les définitions restreintes des mots « culture » et « identité », deux concepts souvent associés aux notions de pureté et d'originalité, donc au conflit et au rejet de l'autre. Or, de notre point de vue, l'identité des générations à venir ne sera pas construite sur l'opposition entre identités. Débarrassée des éléments symboliques et idéologiques qui étaient inhérents à son existence par le passé, l'identité du futur sera plus fédératrice, elle sera apte à créer des lieux de sociabilité objective entre des individus que les croyances et les idéologies peuvent séparer profondément. De même, les notions de culture et de civilisation ne seront plus envisagées comme des aspects subjectifs de l'ethnicité qui met à distance l'autre, car elles seront tout simplement envisagées comme une dynamique d'échanges et de brassages interculturels.

En France, comme ce fut le cas hier dans le monde arabe, le phénomène des chaînes satellitaires est amplifié à outrance. En posant ce problème en terme d'intégration, le politique ne fait en réalité que se soucier de sa propre marge de gouvernance de l'opinion. Mais, à l'heure de l'interculturalité, du multi-culturalisme et de la globalisation culturelle, tenter de soumettre les libertés aux impératifs de gouvernance et tenter de cloisonner l'opinion publique dans les limites du discours normatif endogène ne serait-il pas un combat d'arrière-garde ? Il est vrai que la nouvelle donne créée par ce mode de télédiffusion pose des questions cruciales qui restent sans réponse : la souveraineté, la propagande idéologique, les préjugés raciaux, le racisme, l'antisémitisme, l'acculturation des sociétés dites faibles, l'équilibre des offres, le contenu tendancieux de telle ou telle chaîne... Mais faute d'un compromis sur les modalités d'émission des signaux, les hommes politiques ne gagneraient-ils pas à œuvrer pour l'adoption d'une charte par laquelle les télédiffuseurs s'engageraient à respecter un code éthique quant à la nécessité de respecter la dignité humaine, et de lutter contre la désinformation, le prosélytisme idéologique et le rejet de l'autre ?

## Références

- Abed S., 1988, « Heureux les paraboleux », *Horizons*, 24 nov., p. 5.  
Balle F., 1992, « Médias et Sociétés », 6<sup>e</sup> éd., Paris, Monchrestien.  
Bensmail B., 1998, « Identité et liens culturels, double contrainte et double révolte », pp. 367- 373, in : *Actes du Congrès de psychiatrie et de neurologie de langue française*, Chambéry, 13-15 juin.  
Barreau J-Cl., 1986, *De l'immigration en général et de la nation française en particulier*, Paris, Éd. Prime.  
Bouachera L., 1995, *L'offre des programmes télévisuels diffusés par satellite à destination des populations étrangères en France, rapport final pour le ministère des Affaires sociales, de la Santé et de la Ville*, Paris, févr.  
Bouamama S., dir., 1992, *La citoyenneté dans tous ses états, de l'immigration*

à la nouvelle citoyenneté, Paris, Éd. L'Harmattan/CIEMI.

Crowley J., 1992, « Le modèle britannique d'intégration », *Migration et société*, vol 4, 24, nov./déc., pp. 37-45

Costa-Lascoux J., Weil P., 1992, *Logiques d'États et immigration*, Paris, Kimé.

CSA., 1994, *Panorama de la réception directe par satellite en Europe*, Paris, Service documentaire du CSA, nov.

Duth G., 1994, « Pour enrayer la prolifération des antennes paraboliques chez les immigrés », *Le Monde*, 26 nov.

Dutheil G., 1994, « Les immigrés plébiscitent le satellite », *Supplément Le Monde radio télévision*, 11-12 sept.

El Amrani K., 1995, « La France s'inquiète », *Jeune Afrique*, 1822, 7/13, déc., p. 61.

Etienne B., 1989, *La France et l'Islam*, Paris, Hachette.

Fleury-Vilatte B., Walter J., 2005, « L'Anniversaire de Thomas. Quand les Italiens entrent dans le patrimoine lorrain », *Diaspora. Histoire et sociétés*, 6, pp. 71-82.

Frachon C., Vargaftig M., 1993, *Télévision d'Europe et immigration*, Paris, INA/ADEC.

Hamidou K., 1993, « Télévision et intégration : La politique audiovisuelle du FAS », *Migrations et société*, 30, nov.-déc., pp. 64-78.

— 2004, « Monde arabe et globalisation : des complexes identitaires à l'identité complexe », pp. 35-40, in : *Actes XIV<sup>e</sup> Congrès nationale des sciences de l'information et de la communication*, Béziers.

Hargreaves A. G., 1992, « L'immigration au prisme de la télévision en France et en Grande-Bretagne », *Migrations et société*, 21, mai, pp. 19-29.

Haut conseil à l'intégration, 1991, *Pour un modèle français d'intégration*, Paris,

Éd. La Documentation française.

Louart C., 1994, « Télévision et intégration », *Supplément Le Monde radio télévision*, 11-12 sept.

Leman J., 1991, *Intégrité, intégration, innovation pédagogique et pluralité culturelle*, Bruxelles, De Boeck.

Mostefaoui B. 1995, « La télévision française au Maghreb : structures, stratégies et enjeux », Paris, Éd. L'Harmattan.

Reporters sans frontières, 2003, « La liberté de la presse victime des dictatures et des tensions internationales », 02/05, at [www.rsfg.org](http://www.rsfg.org).

Sannella A., 2002, « Le parcours psychosocial du migrant », *Migration et société*, 83, sept./oct., pp 17-25.

Verbunt G., 1994, « Culture, identité, intégration, communauté: des concepts à revoir », *Hommes et migration*, 1180, oct., pp. 6-10.

