

# La télévision égyptienne de l'ère hertzienne à l'ère satellitaire. Restructuration d'un champ audiovisuel

Tourya Guaaybess

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/ema/280>

DOI : 10.4000/ema.280

ISSN : 2090-7273

**Éditeur**

CEDEJ - Centre d'études et de documentation économiques juridiques et sociales

**Édition imprimée**

Date de publication : 31 mars 1997

Pagination : 137-151

ISSN : 1110-5097

**Référence électronique**

Tourya Guaaybess, « La télévision égyptienne de l'ère hertzienne à l'ère satellitaire. Restructuration d'un champ audiovisuel », *Égypte/Monde arabe* [En ligne], Première série, Mélanges, mis en ligne le 08 juillet 2008, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ema/280> ; DOI : 10.4000/ema.280

---

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Tous droits réservés

---

# La télévision égyptienne de l'ère hertzienne à l'ère satellitaire. Restructuration d'un champ audiovisuel

Tourya Guaaybess

---

- 1 Depuis quelques années, l'Union de la radio et de la télévision égyptienne (URLE) a saisi l'opportunité que lui offraient les nouvelles technologies : elle diffuse ses propres programmes hors de l'espace national à travers le canal de sa première chaîne satellitaire, Egyptian Satellite Channel (ESC).
- 2 Cependant, les productions audiovisuelles égyptiennes n'ont pas attendu l'expansion de ces technologies pour franchir les frontières du territoire national : elles jouissent depuis longtemps d'une popularité sans conteste dans la région arabe. Dès les années vingt, le cinéma égyptien domine le marché arabe et va devenir la deuxième source du revenu national. Aucune radio arabe ne connaîtra d'impact comparable à celui de Sawt al-'Arab, station créée en 1956 après la guerre de Suez. Son chroniqueur attitré, le légendaire Ahmad Saïd, porte-parole de Gamal Abdel Nasser, fascine par sa rhétorique et sa capacité à envoûter ses millions d'auditeurs<sup>1</sup>. La radio est alors l'instrument de l'idéologie nassérienne, panarabe et anti-impérialiste. La teneur de ses messages en témoigne. Bientôt, elle séduit toutes les populations des pays arabes et contribuera à établir le leadership de Nasser dans la région. Le succès d'Ahmad Saïd et de Sawt al-'Arab prend subitement fin après la défaite arabe de 1967. On accuse la radio, à juste titre, d'avoir annoncé la victoire imminente des troupes égyptiennes alors même qu'elles se repliaient. Cet exemple, outre qu'il illustre l'envergure du média, témoigne de son instrumentalisation par le pouvoir.
- 3 Le patrimoine médiatique de l'Égypte est aujourd'hui encore le creuset d'une production audiovisuelle riche qui lui confère une certaine centralité dans la région, même si la télévision égyptienne n'y a contribué - dans le cadre d'échanges ou de dons de programmes - qu'à une période très récente de son histoire. Actuellement- et c'est

précisément l'objet de cette étude -, les télévisions arabes, par le truchement des satellites de télédiffusion directe, sont soumises à une nouvelle règle du jeu, celle de la « globalisation ». Notion en vogue, elle n'en revêt pas moins une réalité : la disponibilité des chaînes télévisuelles sur le marché mondial, quelles que soient leurs origines. Cette internationalisation des échanges télévisuels conduit les acteurs de ce média à développer des stratégies adaptées.

4 Les mutations en cours du secteur audiovisuel égyptien peuvent être appréhendées sous trois angles :

- politique, tout d'abord ; l'URLE, monopole d'État, est l'instrument du pouvoir, la caisse de résonance de la politique gouvernementale, de l'islam officiel, du patriotisme égyptien, des bonnes mœurs... À travers ce qu'elle dit et montre, comme à travers ce qu'elle fait, la télévision est l'expression arbitraire d'une vision sociétale ;
- économique, ensuite : la libéralisation actuellement en vigueur remet en cause la tutelle étatique sur la télévision ;
- technologique, enfin: sans sombrer dans le « déterminisme technologique »<sup>2</sup> ou avoir recours exclusivement à ce paradigme, on peut affirmer que l'expansion des satellites de télédiffusion a grandement contribué aux changements en cours. Réseaux câblés et chaînes satellitaires ignorent les frontières et élargissent par conséquent le marché régional et international de la production télévisuelle.

5 Une approche mêlant ces trois dimensions nous permettra d'analyser les origines, le processus et les caractéristiques de l'évolution actuelle du secteur télévisuel égyptien. Nous analyserons tout d'abord comment la politique télévisuelle égyptienne s'inscrit dans une dynamique régionale et une perspective historique. Nous verrons ensuite que les tentatives réitérées de coopération interarabe dans ce domaine n'ont pu aboutir à une centralisation des ressources télévisuelles. Ce n'est qu'à la suite de la guerre du Golfe qu'une division de l'espace audiovisuel arabe s'est opérée : la télévision égyptienne s'est heurtée à la concurrence d'une nouvelle catégorie d'acteurs, les entrepreneurs privés saoudiens. Nous traiterons enfin de la restructuration de la télévision égyptienne, qui offre à certains groupes d'individus l'opportunité de participer à titre privé à cette recomposition dans le contexte de la politique de libéralisation économique et politique amorcée par le président Moubarak.

L'Égypte à l'épreuve de la recomposition du paysage audiovisuel arabe

6 L'attrait qu'exerce le secteur privé est moins suscité par une adhésion à l'idéologie libérale que par le désenchantement provoqué par les différentes incarnations du socialisme. Ce destin de l'idéologie de gauche est patent dans le secteur de la télévision, si l'on se réfère aux théories développementalistes qui ont salué de façon très ambitieuse l'avènement du tube cathodique dans les pays du tiers-monde et qui, aujourd'hui, sont plus discrètes, étouffées qu'elles sont par la loi du marché. Dans les années soixante, les chantres du développement économique et de la communication théorisèrent la louable idée selon laquelle l'introduction des technologies de l'information dans l'hémisphère sud abolirait les clivages socioculturels Nord/Sud et citadins/paysans. Lerner et Schramm en furent, et des plus représentatifs<sup>3</sup>. Des études pléthoriques, menées pour la plupart sous l'égide de l'Unesco mais bénéficiant de l'appui des autorités locales, eurent pour vocation de promouvoir le nouveau média<sup>4</sup>.

Le Nomic : Des projets utopiques à la *realpolitik*

7 En 1976, à la Conférence générale de l'Unesco réunie à Nairobi, naît l'idée du « Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication » (Nomic) parachevant celle du

Nouvel ordre économique. Les principes du Nomic ont pour ambition d'établir un nouvel équilibre entre les pays « neufs » et les pays développés, lesquels, « de par la puissance technique dont ils disposent, exercent une influence dans les pays en développement qui n'est pas seulement d'ordre économique ou technologique, mais aussi psychologique ou sociale »<sup>5</sup>. Les pays arabes, partisans du Nomic, décident de s'équiper d'un dispositif audiovisuel leur permettant de s'affranchir de la domination des pays développés en matière de communication, et d'acquérir des moyens d'information autonomes.

- 8 Le débat ne date pas d'aujourd'hui. En 1967, quelques mois après la défaite des Arabes lors de la guerre des Six Jours, l'idée d'utiliser un satellite arabe est suggérée lors du Conseil des ministres de l'Information réuni à Tunis. L'Union de radio-télévision diffusion arabe voit le jour en 1969. Dans un article à la fois documenté et critique, Hamdi Kandil, directeur, jusqu'en 1986 du Bureau d'information du public à l'Unesco, rappelle le contexte d'une telle décision : « La campagne passionnée menée par les experts utopistes des années soixante pour utiliser les satellites à des fins de développement a comblé les décideurs du monde arabe. (...) On pensait que les satellites transmettraient le même programme de télévision et délivrerait le même message à chacun des citoyens arabes, qu'ils élimineraient l'analphabétisme (...), qu'ils aideraient les paysans à mieux cultiver leur terre et qu'ils pourraient harmoniser les cultures, les goûts et même les dialectes. »<sup>6</sup> L'Organisation des communications du satellite arabe (ASCO), représentée par les pays membres de la Ligue arabe, examine le projet et statue sur l'élaboration du système de satellite Arabsat. Dès lors, le consortium européen Aérospatial est mandaté pour fabriquer trois satellites. Deux sont lancés sur orbite en 1985 et le dernier en 1986. La participation effective de l'Arabie Saoudite est de loin la plus importante ; elle est, en 1984, le principal actionnaire de l'opération et sa capitale abrite le siège de l'ASCO.
- 9 Après les accords de Camp David conclus avec Israël, l'Égypte est exclue de l'ASCO, ce qui prive le satellite de sa substantielle production. D'autres projets de coopération (MaghrebVision 1970, GolfVision 1977) sont mis en œuvre<sup>7</sup>, mais les tensions politiques en entravent l'application<sup>8</sup>. Dans les faits, les diffusions régionales panarabes seront pour le moins modestes. Les accords de principe n'ont pas abouti à une coopération complète et définitive et le satellite Arabsat, le « formidable outil de développement, est mal maîtrisé ». Cela peut s'expliquer par le manque d'expérience des décideurs arabes en matière de satellites, le manque de centralisation des ressources, une coopération déficitaire et, en amont, les pièges que recèle la notion de « transfert de technologie ».
- 10 De cet âge d'or de la « télévision au service du peuple » à la télévision « schizophrène » d'aujourd'hui, dont les programmes mêlent sans pudeur business et développement, de Nasser à Moubarak, les choses ont quelque peu changé en Égypte. Un des facteurs de cette évolution est l'adaptation de cette dernière au contexte économique mondial, et l'un des indicateurs, le processus de privatisation en cours dans le secteur audiovisuel.
- Une centralisation des ressources affectées
- 11 Jusqu'en 1973, la télévision égyptienne cumule le monopole de la production et de la diffusion nationales. Avant cette date, la demande extérieure régionale était limitée, compte tenu de l'absence de la télévision dans la moitié des pays arabes et, en général, de la télévision en couleurs. Ce n'est qu'à partir de cette date, nous rappelle Naglaa El Emary, que le marché du « feuilleton-marchandise » arabe se développe<sup>9</sup>. Le secteur privé, financé surtout par les capitaux en provenance des pays du Golfe mais dépendant des compétences professionnelles nationales, consacre la multiplication des *musalsalât* (feuilletons) dans la mesure où la production de l'URLE ne suffit pas à répondre à une

demande nationale et régionale croissante. La télévision d'État égyptienne demeure cependant maîtresse du jeu et elle s'impose par la censure et le droit exclusif d'exportation<sup>10</sup>.

- 12 Du fait du boycott arabe de l'Égypte, consécutif aux accords de Camp-David, des professionnels de la télévision émigrent pour offrir leurs services dans les pays du Golfe (Émirats arabes unis notamment) ou en Europe, et un certain nombre de professionnels s'émancipent du monopole de l'État en important l'infrastructure nécessaire à leur production<sup>11</sup>, ce qui débouche sur une surproduction qui élimine les petits producteurs nationaux au profit d'investisseurs du Golfe. Issue ironique de cet épisode : l'industrie égyptienne, qui ne parvient pas à couvrir l'ensemble de sa programmation, a recours à des produits privés et finit par importer ses propres productions<sup>12</sup>.

Les retombées de la guerre du Golfe dans le champ audiovisuel égyptien

- 13 C'est à partir de 1990 que la structure interne de la télévision étatique égyptienne et son rapport avec son environnement vont subir de lourdes modifications : la nouvelle configuration de l'espace audiovisuel régional est ultérieure à la guerre du Golfe. La chaîne américaine CNN, en habituant les téléspectateurs à un produit télévisuel étranger, a été, pendant le conflit, l'une des causes majeures de la multiplication en Égypte des antennes paraboliques. Les médias égyptiens, comme d'autres, sont devenus tributaires de CNN en matière d'information, confirmant ainsi la thèse de Mac Bride sur la domination du Nord dans ce domaine. Au plus fort de la guerre du Golfe, l'URLE rediffuse les émissions offertes par CNN, soit près de 800 heures entre décembre 1990 et mars 1991<sup>13</sup>. Ces programmes au label américain révèlent à l'audience ébahie un type d'information inédit en Égypte, format qui ne contraste que trop avec celui de l'URLE. Les autorités égyptiennes réaliseront plus tard que CNN a commencé à attirer son audience, jetant un discrédit sur les informations nationales.
- 14 C'est précisément pendant le conflit que les chaînes télévisuelles transfrontalières arabes font leur apparition; L'Égypte en est l'acteur pionnier, qui introduisit ESN (Egyptian Space Net) en décembre 1990 – chaîne destinée à l'origine à ses troupes postées à Hafr al-Batin, en Arabie Saoudite<sup>14</sup>. Plus tard, des Saoudiens opérant depuis Londres ou Rome lanceront leurs réseaux de chaînes satellitaires privées, MBC, ART et Orbit. Ce faisant, ils modifient les rapports de force de la géopolitique des médias arabes et participent ainsi au repositionnement de l'URLE dans ce cadre. En septembre 1991, Walîd Ibrâhîm, le beau-frère du roi Fahd, lance depuis Londres MBC (Middle East Broadcasting Company), la première chaîne satellitaire indépendante. MBC diffuse d'abord ses programmes à l'intérieur du réseau hertzien, en Arabie Saoudite ; mais le gouvernement saoudien, jugeant ces programmes non conformes à l'éthique du pays, interdit leur diffusion. ART (Arab Radio and Television), fondée en 1994, appartient au *shaykh* Salîh Kâmil, par ailleurs partenaire de MBC. Enfin, Orbit est introduite dans la région par le prince Khalid bin 'Abd al-Rahmân al-Sa'ûd. Sa société, depuis Rome, ne diffuse pas moins de 28 chaînes de télévision et de radio.
- 15 L'URLE réagit à cette invasion d'émissions exogènes en interdisant la vente et la distribution de décodeurs. Les propriétaires de MBC, d'ART et d'Orbit renoncent du coup à encoder leurs chaînes, ce qui les rend disponibles pour tout Égyptien pourvu d'une antenne parabolique. Encore une fois, ces services dépendent largement de talents égyptiens employés au Caire dans les nouveaux centres privés de productions audiovisuelles, lesquels proposent des conditions de travail et des salaires plus attractifs que ceux du secteur public.

### Les effets de la globalisation ou le triomphe du récepteur

- 16 En ce qui concerne le phénomène de globalisation des programmes télévisuels, il est important de relativiser ; l'internationalisation se fait par le biais des antennes paraboliques – ou *dish*, comme on les appelle en Égypte –, qui demeurent encore l'apanage de l'élite. En 1996, on en compte environ 800000 dans tout le pays. Cependant, le *dish* se répand : le prix des antennes de fabrication nationale (montage exclusivement) de 120 cm de diamètre est passé de 30 000 £e, vers la fin des années quatre-vingt, à 1 750 £e en 1993. Les *dish* importés de Taïwan ou de Singapour ont des prix encore plus compétitifs. De surcroît, la miniaturisation de l'outil le rend plus accessible et quelques entrepreneurs égyptiens se sont même lancés dans sa fabrication artisanale et... illégale<sup>15</sup>. Ainsi, l'antenne parabolique est en passe de connaître le destin du transistor.
- 17 Les récepteurs sont par conséquent les grands bénéficiaires de l'extension du marché de la communication. La télévision en Égypte n'est plus dans cette logique d'un État monolithique/émetteur imposant ses programmes à la plèbe passive. Le média télé, c'est aujourd'hui une audience vendue à des annonceurs invisibles mais très puissants, à des producteurs omniprésents même s'ils sont absents du territoire. L'effet *feedback* de la nouvelle donne inverse les rôles à l'avantage du public qui, désormais, peut choisir et soumettre le monopole à ses caprices, affirmer ses préférences en matière de produits audiovisuels et désertier les huit chaînes du service public au profit d'une chaîne satellitaire étrangère correspondant davantage à ses aspirations. Autrement dit, la relation idéologique qui liait l'émetteur ou la télévision d'État au récepteur est concurrencée par une relation marchande par l'entremise des multiples chaînes dorénavant accessibles.
- 18 De fait, la télévision d'État, pour perdurer, doit de plus en plus tenir compte des attentes des spectateurs, pour lesquels les pratiques télévisuelles circonscrites dans l'espace privé ne renvoient plus au discours conservateur de l'espace public. Le récepteur d'une politique audiovisuelle orientée n'étant plus assujéti à la télévision nationale, l'exercice étatique du contrôle social via les médias audiovisuels est en passe de devenir caduc à moyen ou à long terme. La nouvelle configuration de l'espace télévisuel régional oblige l'État à recourir à une pratique de séduction auprès de son public....

### Un secteur en voie de libéralisation

- 19 Les promoteurs de la privatisation la présentent d'abord comme une mesure d'adaptation de leur économie au processus de mondialisation, à l'instar du président Moubarak qui, en mai 1990, annonce l'engagement de l'Égypte dans un programme d'ajustement structurel, le programme « de mille jours », financé par la Banque mondiale pour sa plus grosse part. Si ce programme vise en première instance à renforcer le secteur privé<sup>16</sup>, tous les secteurs d'activité ne sont pas « privatisables » ; certains demeurent la chasse gardée du gouvernement pour des raisons stratégiques. L'audiovisuel, entreprise mais aussi tribune de l'État, en fait partie.

### L'URLE et l'homo economicus

- 20 Le nouveau paysage télévisuel arabe place l'État égyptien, gestionnaire et propriétaire de la télévision, face à un double défi : sur le territoire, restaurer la confiance du public égyptien pour faire face à la concurrence de chaînes étrangères ; et à l'extérieur, jouer le jeu de la concurrence régionale. Dans les faits, cela se traduit par des actions diverses : lancement d'un satellite de télédiffusion en novembre 1997 (NileSat), appel à des investisseurs privés pour financer la modernisation du dispositif audiovisuel, amélioration sensible du format des émissions, augmentation du volume de la

production, construction d'un studio... Or, l'URLE est confrontée à un déficit budgétaire d'un montant de 200 millions de dollars<sup>17</sup>. Sa restructuration ne peut se faire qu'en association avec des acteurs privés, lesquels, par une participation financière accrue, saisissent l'opportunité de s'infiltrer dans le secteur.

- 21 Le marché de la publicité télévisuelle, par exemple, est de plus en plus dominé par le secteur privé. Les quatre grandes agences de publicité et de relations publiques (al-Ahrâm, al-Akhabâr, al-Gumhuriyya, rattachées aux journaux du même nom, et la Société égyptienne de publicité) subissent de plein fouet cette concurrence au moment où les profits dans ce domaine augmentent sans cesse, parallèlement au marché de la consommation en Égypte. Ces agences publiques contrôlent au total moins de 50 % du marché de la publicité en Égypte, dans la mesure où les annonceurs se tournent vers le privé, et ce, bien qu'elles proposent des échéances de paiement avantageuses et un accès garanti aux grands médias<sup>18</sup>. Les entreprises publiques de publicité demeurent cependant prioritaires à la télévision. Elles représentent de ce fait un obstacle pour les agences privées plus souples et plus à même d'être compétitives sur le marché mondial. Târiq Nûr, directeur de l'agence Americana, une des plus grosses agences privées du Caire, s'en désole : « *As long as a media is going to be controled by what we call public sector, and as long as there are weak private sector agencies, we will still be within Third World advertising.* »<sup>19</sup>
- 22 Autre exemple : la construction de Media-City, une structure de production située dans la cité du 6-October, non loin du Caire, projet auquel l'URLE a publiquement invité les investisseurs privés à prendre part<sup>20</sup>. Le complexe doit produire annuellement près de 6 000 heures de programmes télévisuels pour parer à toute concurrence régionale et combler les mille et une heures d'émission qu'exigent les chaînes satellitaires arabes. Un des premiers films produits dans ces studios a été Nasser 56 ainsi que le feuilleton *Fursân*, diffusé pendant la période du Ramadan 1996.
- 23 En juin 1990, l'Égypte décide d'introduire un système de câble de télévision, Cable News Egypt (CNE). C'est le produit d'un accord conclu entre l'URLE (qui détient 50 % des parts) et des investisseurs privés partenaires de CNN et MTV<sup>21</sup>. L'introduction de CNE en Égypte marque un tournant dans l'histoire des médias audiovisuels égyptiens : pour la première fois en effet, les consommateurs peuvent s'abonner à un service audiovisuel<sup>22</sup> ; en outre, les émissions de CNE ne sont ni égyptiennes ni arabes. La pénétration de partenaires privés au sein de la télévision s'opère enfin par le biais des multiples programmes télévisuels qu'ils sponsorisent. Aucun téléspectateur en Égypte ne peut ignorer les émissions de variétés aux couleurs des marques Ariel, Persil ou des céramiques Cleopatra....
- 24 Il est toutefois important de signaler que la privatisation dont il est question n'est pas encore en totale contradiction avec le monopole étatique. Il s'agit plutôt de projets qui bénéficient de capitaux privés. Les acteurs politiques menaceront plus manifestement le monopole.

L'URLE et l'homo politicus

- 25 Libéralisation économique et privatisations induisent un processus de démocratisation. Une des explications proposées sur la relation de cause à effet entre les deux phénomènes est l'usure d'un pouvoir d'État qui a échoué dans ses tentatives de développement économique, et qui se trouve alors contraint d'avoir recours à un discours démocratique pour légitimer son existence<sup>23</sup>. Mais n'y a-t-il pas contradiction entre le processus de démocratisation amorcé par l'État égyptien et sa ferme volonté de garder le monopole de la télévision ? L'objection officielle est la thèse classique selon laquelle la télévision, tout



comme les autres médias, ne doit pas mettre en péril la souveraineté et la sécurité nationales<sup>24</sup>.

- 26 Or l'extension progressive des médias au-delà des frontières et l'accès de la nation à des messages exogènes discréditent cet argument. Les forces politiques invisibles sur les écrans et pourtant représentatives des diverses sensibilités constitutives de l'Égypte sont par nature les pourfendeurs du monopole d'État sur la télévision. De même que les partis politiques d'opposition, pour lesquels la démocratie ne va pas sans le libre accès aux médias, veillent au maintien d'une liberté d'expression à même de leur garantir une représentation politique. Pour eux, la télévision constitue un canal de diffusion privilégié ; c'est certainement, avec la radio, l'un des médias les plus populaires, si l'on considère le taux d'analphabétisme évalué à 50 %.
- 27 Les propos d'Ibrâhîm D. Abâza, secrétaire général du Parti Wafd, sont à ce sujet éloquents : « La bataille politique entre le gouvernement et nous est inégale. Pendant les élections législatives, sous prétexte de pluralisme, on a accordé à chaque parti vingt minutes à la télévision. Le monopole de l'information tue la politique et notre objectif est de l'anéantir, car il est tout simplement en contradiction avec la démocratie. D'ailleurs, les partis d'opposition et les forces politiques en présence en Égypte nous soutiennent... »<sup>25</sup>
- 28 À la définition nécessairement restrictive que l'on donne de la démocratie, « processus qui doit mener à l'alternance sans que soit nécessaire la disparition physique (volontaire ou accidentelle) du dernier dirigeant »<sup>26</sup>, Fu'âd al-Badrawi, vice-secrétaire général du parti Wafd et député à l'Assemblée du Peuple, répond : « Ce qui définit la démocratie est l'alternance du pouvoir et la liberté d'expression. »<sup>27</sup>
- 29 Les revendications émises sont largement justifiées par le contenu de la programmation de l'URLE. Elle tend pourtant à afficher un pluralisme dans la mise en place d'un certain nombre d'émissions aux noms évocateurs : *Les journaux disent*, ou *Table ronde*. Ces émissions sont les tribunes illusoires des courants politiques et religieux qui traversent la société égyptienne. La première émission citée, *Les journaux disent...*, est une revue quotidienne des différents organes de presse nationaux, y compris d'opposition ; mais les informations extraites sont soigneusement sélectionnées, et il n'est pas rare que l'on y rapporte seulement les rubriques sportives ou les faits divers. « Le ministre veut donner l'impression d'une liberté d'information », nous dira I. D. Abâza. La seconde émission, mensuelle et d'une durée d'une heure et demie, est animée par deux journalistes du Centre d'études stratégiques d'al-Ahrâm. Il s'agit d'un débat démocratique « faussement vrai », selon l'expression de Pierre Bourdieu<sup>28</sup>, où l'opposition est invitée à s'exprimer sur une question politique centrale, I.D. Abâza nous rapporte : « J'ai moi-même été invité à discuter de l'avenir de l'économie en Égypte avec un représentant au Tagammu' (le Rassemblement, parti de gauche. NDLR). Or, l'émission est complètement restructurée lors du montage. Sur quatre heures d'enregistrement, il me restait à peine sept minutes de temps de parole, et huit à mon adversaire. Le reste a été accordé aux soi-disant « spectateurs » assistant à l'émission, qui sont en fait des spécialistes de la communication et des agents du gouvernement. »<sup>29</sup>
- 30 En mars 1995, I. D. Abâza a adressé, à titre personnel, une lettre au ministre de l'Information pour obtenir l'autorisation d'ouvrir une chaîne privée. Le ministre a répondu par la négative dans un courrier officiel, stipulant que la loi 13 promulguée en 1979 n'autorise pas les agents du secteur privé à posséder des chaînes de télévision. Abâza a alors intenté devant le Conseil d'État un recours en annulation de la décision



ministérielle. Tous les partis d'opposition ont soutenu sa requête. En novembre 1996, il a invoqué l'inconstitutionnalité de l'article 1 de la loi 13 telle qu'amendée en 1989 (loi 223), l'estimant contraire aux articles 5,8,47 et 48 de la Constitution de 1971<sup>30</sup>. Il a également invoqué la non-conformité de cet article avec l'article 19 de la Déclaration des droits de l'homme, relatif à la liberté d'expression. Le Conseil d'État, estimant que les arguments soulevés étaient sérieux, a décidé de surseoir à statuer et a autorisé le demandeur à saisir la Haute Cour constitutionnelle. Celle-ci n'a pas encore examiné l'affaire. Le député Fu'ad al-Badrawi a déposé par ailleurs une proposition d'amendement de l'article 1 de la loi 13 de 1979.

- 31 Ces mesures mettent-elles réellement le monopole en péril? La proposition d'amendement de la loi ne le menace guère, compte tenu de la faible représentation des partis d'opposition. Quant au recours en justice, il peut, à terme, ne pas abonder dans le sens de la partie demanderesse. Cependant, aujourd'hui, la domination symbolique et économique de l'État sur la télévision n'est pas à l'abri d'initiatives comparables. Les acteurs peuvent, pour contourner les contraintes imposées par le monopole, mettre sur pied une chaîne privée et diffuser leurs programmes en Égypte... à partir de l'étranger. Tel est notamment le dessein d'Abâza, qui nous confie avec malice : « Si Louis XVI possédait la télévision, la Révolution française n'aurait pas eu lieu... ».

Conclusion

- 32 Nouveau média, le satellite est par là-même un nouveau message, si l'on se réfère à l'aphorisme de McLuhan (« Le médium est le message »). Le message d'un média hertzien et national ne peut correspondre à celui d'un média qui n'a cure des frontières. Les nouvelles technologies de communication, étroitement liées aux rapports de production qui régissent le marché mondial, placent l'État égyptien, propriétaire et gestionnaire de la télévision, face à un nouveau défi : la régionalisation des produits télévisuels arabes. Ainsi le message télévisuel égyptien s'inscrit-il dans un champ plus vaste, ce qui est à la base d'une double dynamique : l'inscription du local dans le global, en termes de diffusion, et la recomposition du local à partir du global, en termes de production. Et si la technologie influe sur la nature du message, le pouvoir doit déployer une stratégie adaptée à cette nouvelle donne pour parer aux discours pluriels désormais accessibles aux citoyens. De nouveaux types d'acteurs sont mobilisés, professionnels de l'ère nouvelle ; ils représentent aujourd'hui la seule garantie du rayonnement télévisuel de l'Égypte dans la région. D'autres, parfois les mêmes, entendent profiter de cette période de transition pour ébranler la primauté de l'État sur la télévision nationale.

---

## ANNEXES

Annexe : Panorama de la télévision égyptienne

r le canal de la première chaîne. Celle-  
seconde chaîne est créée un

La troisième chaîne, dite

e 1962. Le volume total

un canal est supprimé et les deux par la production locale et émissions importées, traduit une leur ».

ture régionale qui a pour nsi sont fondées 6 chaînes régionales :

Chaînes	Date de création	Zone géographique	Diffusion (h/jour)
Chaîne 3	1985	Grand Caire et zones limitrophes	15
Chaîne 4	1988	Canal de Suez	12
Chaîne 5	1990	Zone d'Alexandrie	13
Chaîne 6	1994	Delta	11
Chaîne 7	1994	Moyenne-Égypte	12
Chaînes 8	1995	Moyenne-Égypte	4

Caire et les gouvernorats de Giza et de Qaliubiyya.

e, CSE (Canal Satellite Egypt) créée x troupes égyptiennes basées à

Hafr al-Batin, en Arabie Saoudite ; arabophone, elle diffuse en continu<sup>17</sup>. Nile TV (qui a un volume été inaugurée en mai 1994.

hone (2 heures). Enfin, l'Égypte oup moins accessible -, CNE, qui égyptien, NileSat, devrait être lancé sur orbite en 1997.

s, auxquelles il faut ajouter

la publicité, introduite à la télévision dans les années soixante-dix et en augmentation constante. détrimement de la production filmée : ment des feuilletons à succès.

En 1976, la télévision en couleur démarre officiellement en Égypte après l'adoption du standard français SECAM, qui sera remplacé par le standard PAL en 1992.

Aujourd'hui, la grande majorité de la population égyptienne a accès à la télévision, eu égard au caractère collectif de ce loisir et à la présence de postes de télévision dans nombre d'endroits publics. En 1995, on compte 12 millions de postes pour 60 millions d'habitants.

En juillet 1970, un décret a réuni dans la même structure, l'Union de la radio et de la télévision égyptienne (URLE). Si la période nassérienne avait vu l'essor de ces derniers, la

période qui suit n'apporte aucun changement majeur. En 1989, un amendement à la loi n° 223 de 1969 confirme que l'URLE est la seule autorité pouvant créer et posséder des stations de radio et de télévision. C'est le ministère de l'Information, avec à sa tête Sawfat al-Sharif, qui dirige actuellement l'appareil médiatique national.

t lente. C'est aussi un  
logue français du même nom –  
s dans 10 secteurs spécialisés.

## NOTES

1. Nasser K. M., « Egyptian mass-media under Nasser and Sadat », *Journalism Monographs*, n° 124, déc. 1990, p. 1 -26.
2. Katz E., « La recherche en communication depuis Lazarsfeld », *Hermès* n° 4, 4<sup>e</sup> trim. 1988, p. 77-95.
3. Lerner D., *The Passing of Traditional Society, Modernizing the Middle East*, The Free Press, New York, 1958 ; Schramm W., *Mass Media and National Development, the Role of Information in the Developing Countries*, Stanford University Press, 1964 (trad. *L'information et le développement national*, Unesco, 1966).
4. Bourges H., *Décoloniser l'information*, Editions Cana, Paris, 1978, et surtout le fameux rapport Mac Bride, *Voix multiples, un seul monde, communication et société d'aujourd'hui et demain*, Unesco, 1980.
5. Bourges H., *op. cit.*, p. 11.
6. Kandil H., « Le satellite d'Aladin. Le système de communication du satellite arabe », *Revue Tiers-Monde* n°111, juillet-septembre 1987, p. 659-670.
7. Ben Mohammed M., *Étude critique de la coopération interarabe par les moyens audiovisuels : de MaghrebVision à Arabsat*, Thèse de doctorat en sciences sociales, Paris II, 1988.
8. Zeineddine A., « Dessine-moi un satellite ! », *Arabies*, novembre 1994, p.53-57.
9. El Emary N., « L'industrie du feuilleton télévisé égyptien à l'ère des télévisions transfrontières », *Revue Tiers-Monde* n° 146, avril-juin 1996, p. 251-262.
10. Pour l'URLE, le marché du Golfe est de loin le plus important pour la vente de feuilletons télévisés (76 % de ses recettes en 1991).
11. El Emary M., *op. cit.*
12. Najar R., « Dans les pays arabes », *les télévisions du monde*, Unesco, Paris, 1988, p. 320-326.
13. Ces heures se distribuent comme suit : 100 en décembre 1990, 200 en janvier 1991, 224 en février 1991 et 248 en mars, soit un volume horaire total de 772 heures. Cf. Weisenborn R., « Cool Media, The Gulf War and Then... CNN », *Media in the Midst or War*, The Adham Center Press, Le Caire, 1992, p. 8.
14. Al-Shal E., *Qanawât al-tilivizion ai-fadâ'iya fi-l-'alam al-thâlith* (Les chaînes de télévision satellitaire dans le tiers-monde), Dar al-fikr al-'arabi, Le Caire, 1994, p. 68 sq.
15. 'Alam H., « Al-khatar al-qâdim 'ala al-tabaq » (Le danger sur le dish), *Akhir Sâ'a*, 18 octobre 1993, p. 21-24.
16. Blin L., « Le programme de stabilisation et d'ajustement structurel de l'économie égyptienne », *Égypte/Monde arabe* n° 9, 1<sup>er</sup> trimestre 1992, p. 13-47, et CLÉMENT F, « Genèse d'une réforme : du discours à la réalité », *idem*, p. 103-165.
17. *Annuaire de l'URLE*, 1994.

18. Napoli J., Amin H., Napoli L, « Privatization of the Egyptian Média », *Journal of South Asian and Middle Eastern Studies*, Vol. XVIII, n° 4, été 1995, p. 39-57.
19. Salim Y, « Competition Snakes Egypt's ad Industry », *Middle East Times*, 21 -27 mars 1997.
20. Media-City a pour vocation d'être le plus grand complexe de production de films après Universal Studio... Omar H. N., « Media City: Egypt's Hollywood », *Business Monthly*, juillet 1995, p. 16-18 ; Ayad C., « Au Caire, télécoran contre écrans sataniques », *L'Expansion* n° 530,25 juillet 1996, p. 40-42.
21. Selon le contrat, le directeur de l'URLE dirige aussi CNE, qui compte 4 membres de l'URLE parmi les 7 membres de son conseil d'administration.
22. Omar H. N., « Egypt reaches into space », *Business Monthly*, 1995, p. 6-14.
23. Salame G., « Sur la causalité d'un manque : pourquoi le monde arabe n'est-il pas démocratique », *Démocratie et démocratisations dans le monde arabe*, Cedej, Le Caire, 1992, p. 49-79, et 'Abd Al-'Aal M., « Légitimation du pouvoir et démocratisation en Égypte », *idem*, p. 283-289.
24. Nasser K. M, *op. cit.*
25. Entretien au Caire avec l'auteur, le 16 avril 1997.
26. 'Abd Al-'Aal, *op. cit.*, p. 283.
27. Entretien avec l'auteur le 20 avril 1997, Le Caire.
28. Bourdieu P., *Sur la télévision*, Liber Editions, Paris, 1996, p. 32 sq.
29. Entretien avec l'auteur le 16 avril 1997. Voir aussi le quotidien *al-Wafd* des 3, 10 et 17 avril 1997. Dans le premier article, I. D. Abâza critique l'émission ; le second est un droit de réponse de l'un des animateurs (Taha 'Abd al-'Âlim) ; Abâza lui répond dans le troisième.
30. L'article 5 autorise la multiplicité des partis, l'article 8 garantit aux citoyens l'égalité des chances, l'article 47 protège la liberté d'expression et l'article 48 la liberté de la presse.
31. CSE produit 20 % de sa programmation, 80 % des programmes étant initialement produits pour les chaînes nationales. Voir Al-Shal E., *Qanawât al-tilivizion al-fadâ'iyâ fi-l-'alam at-thâlith* (Les chaînes de télévision satellitaire dans le tiers-monde), Dar al-fikr al-'arabi, Le Caire, 1994.

## INDEX

**Mots-clés** : feuilleton, média, radio, satellite, télévision, cinéma

## AUTEUR

TOURYA GUAAYBESS

Cedej