

Ratiba HADJ-MOUSSA, *La Télévision par satellite au Maghreb et ses publics. Espaces de résistance, espaces critiques*

Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication Médias Société, 2015, 304 pages

Nouha Belaid

---



**Édition électronique**

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11285>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.11285](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.11285)

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 septembre 2017

Pagination : 491-493

ISBN : 9782814303256

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Nouha Belaid, « Ratiba HADJ-MOUSSA, *La Télévision par satellite au Maghreb et ses publics. Espaces de résistance, espaces critiques* », *Questions de communication* [En ligne], 31 | 2017, mis en ligne le 01 septembre 2017, consulté le 26 octobre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/11285> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.11285>

---

théorisé par Jacques Lon puis repris par Fabien Granjon (*Matériaux pour l'histoire de notre temps*, 79, 2005, pp. 24-29), ou le « click activism » (Gille Pleyers, « Introduction », *Réseaux*, 181, 2013, pp. 9-21), notions intelligemment exploitées pour éclairer les résultats des enquêtes exposées.

L'intérêt de l'ouvrage, ou du moins de plusieurs de ses contributions, est de ne pas céder à un « enchantement » (p. 17) face aux nouveaux outils numériques de la mobilisation, mais bien d'en mettre les impacts réels en question(s), en reconnaissant leurs apports (démultiplication et libération de la parole citoyenne, ouverture de nouveaux lieux d'échange...) mais en soulignant aussi leurs effets pervers : affaiblissement du lien social entre individus, éclatement énonciatif, dérive marchande, déstructuration et fragmentation des engagements, dispersion de militants « multi-positionnés » (Aude Seurat, Sarah Labelle, Christine Chevret, Stéphanie Kunert, p. 172). Ni simplificateur ni univoque, *Médias et changements* est d'autant plus stimulant pour la réflexion que la plupart des contributions présentées proposent des références bibliographiques récentes et bien choisies, qui sont autant d'entrées utiles pour le chercheur intéressé par le rôle des médias numériques dans l'engagement citoyen.

Marieke Stein

Crem, université de Lorraine, F-57000  
marieke.stein@univ-lorraine.fr

**Ratiba Hadj-Moussa, *La Télévision par satellite au Maghreb et ses publics. Espaces de résistance, espaces critiques***

Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication Médias Société, 2015, 304 pages

Depuis 2011, de nombreux travaux ont porté sur les nouveaux médias, à savoir les médias sociaux ; et ce, en excluant la télévision. Pourtant, la télévision par satellite était encore considérée il y a deux décennies comme un nouveau média et elle a été le média prédominant pour s'informer durant le Printemps arabe, début 2011.

Ainsi Ratiba Hadj-Moussa a-t-elle choisi de traiter de l'expérience de la télévision par satellite (télévisions internationales et étrangères) dans trois pays maghrébins (Tunisie, Maroc et Algérie) entre 1990 et 2009, en étudiant son effet sur la sphère publique et privée. Il s'agit de mettre l'accent sur l'usage de la télévision (individuel ou collectif) et les classes sociales auxquelles appartient les téléspectateurs. L'ouvrage est divisé en cinq chapitres, traitant la télévision en rapport avec la sphère publique et privée ainsi que les publics et leurs identités. Cet ouvrage, qui adopte une

démarche ethnographique, est le fruit de 223 entretiens (121 femmes et 102 hommes, dont les deux tiers sont des jeunes âgés de 16 à 35 ans) répartis comme suit : 92 en Algérie, 59 au Maroc et 72 en Tunisie.

Notons que l'enquête de terrain a pris fin en 2009, mais que les résultats de cette enquête restent d'actualité malgré les changements vécus depuis le déclenchement du Printemps arabe en 2011. Par ailleurs, ce choix d'arrêter l'enquête en 2009 est dû à la « saturation des données et à la continuelle présence des télévisions satellitaires dans l'environnement audiovisuel maghrébin » (p. 15). Cela est aussi lié à l'apparition de nouveaux médias, comme la téléphonie mobile et l'internet qui ont commencé à s'imposer depuis les protestations de 2008 en Tunisie et au Maroc.

Ratiba Hadj-Moussa a étudié la situation de chaque pays individuellement car il était impossible d'adopter une approche comparative, chaque pays ayant son propre cadre juridique dans le domaine de l'audiovisuel. Cela n'empêche pas l'auteure d'affirmer que, dans ces trois pays, « l'élaboration des espaces privés et publics, les projections de l'imaginaire politique, la volonté de trouver des espaces d'expression libre et les liens d'affiliation et de reconnaissance se déclinent presque de la même façon » (p. 22).

L'auteure note (p. 19) que, bien qu'elle soit contrôlée par l'État, l'arrivée de la télévision par satellite constitue un événement marquant dans la vie des Maghrébins. Cette arrivée s'inscrit dans une longue histoire marquée par les échanges entre les pays du sud et les pays du nord de la Méditerranée. C'est à partir des années 80 que la Tunisie et le Maroc ouvrent leur espace territorial à d'autres télévisions telle que France 2 (appelée à l'époque Antenne 2) (*ibid.*). En fait, l'auteure confirme que la diffusion de la télévision par satellite est liée « aux motivations politiques et aux positionnements géostratégiques des groupes ou des États à l'origine de leur création ainsi qu'aux avancées technologiques qui ont facilité leur accessibilité » (pp. 26-27).

La Tunisie et le Maroc ont connu le phénomène des paraboles collectives, circonscrit à des îlots d'abonnés ou à des personnes ayant acquis une autorisation administrative. En Algérie, du fait des événements que le pays a traversés pendant les années 90 (guerre civile), ce phénomène est illégal et l'État ne renonce pas à son contrôle (p. 20).

La télévision par satellite participe à la fabrication de l'opinion publique et la grande majorité des Maghrébins s'opposent à leurs télévisions nationales. Ce qui explique ainsi leurs recours aux chaînes

étrangères. Ratiba Hadj-Moussa (p. 21) souligne qu'en Algérie, vers les années 90, la télévision par satellite permet aux téléspectateurs de développer un sens critique à l'égard du pouvoir politique mis en place. Tel est le cas aussi en Tunisie et au Maroc, à partir des années 2000. Des espaces de critique inédits sont créés, ce qui permet aux publics maghrébins de se positionner comme un contre public face à la sphère publique dominante (*ibid.*).

Bien que les téléspectateurs maghrébins préfèrent regarder les chaînes occidentales jusqu'à la fin des années 90, de nouvelles chaînes arabes voient le jour. Les guerres en Afghanistan (2001) et en Iraq (2003) ont d'ailleurs favorisé la pénétration de ces chaînes arabes, notamment la chaîne qatarie Al Jazeera. Le public du Maghreb apprécie leur traitement détaillé des grands événements qui marquent le monde arabe, par rapport aux chaînes nationales. Une aspiration démocratique est enregistrée auprès des téléspectateurs maghrébins qui comparent les informations que délivrent ces chaînes à celles délivrées par les chaînes nationales. Les nouvelles chaînes arabes ont ainsi rendu visible ce qui était caché, à travers les analyses et les reportages (p. 26).

Au Maghreb, la télévision d'État reste fermée à l'opposition, sauf en Algérie entre 1989 et 1991. Quelques années plus tard, les dirigeants privatisent le secteur de l'audiovisuel, mais en imposant quelques restrictions. Prenons l'exemple de la Tunisie. Bien que de nouvelles chaînes privées aient été lancées, à l'instar de Hannibal TV et Nesma TV, l'État n'a pas donné aux propriétaires de ces nouvelles chaînes l'autonomie du choix de leur programmation. En outre, le traitement des demandes de création de nouvelles stations a été arbitraire et jamais la décision de refus n'a été justifiée. Même constat au Maroc qui a vécu le premier la privatisation du secteur de l'audiovisuel avec la chaîne 2M International, passée à 80 % sous le contrôle de l'État en 1994. Puis, la mort de Hassan II a représenté un tournant avec la création de la Haute Autorité de la communication audiovisuelle (HACA), instance qui n'a pas échappé au contrôle du successeur du Roi, Mohammed VI (pp. 27-31).

Comme l'affirme l'auteure, « ces réglages politiques [au Maghreb], ces ouvertures fermées n'ont pas empêché la réception des chaînes satellitaires » (p. 32). Elle ajoute que « l'adoption de la télévision par les Maghrébins constitue un acte de détachement de la vérité officielle et provoque des ruptures internes, notamment dans la manière dont les individus se positionnent par rapport à ce qu'on leur impose » (p. 38). La télévision au Maghreb n'est pas seulement

un média mais elle est un acteur des sphères publique et privée puisqu'elle évoque les problèmes sociaux et politiques que vit la société. À titre d'exemple, les téléseries diffusées par les chaînes satellitaires arabes et nationales. Celles-ci présentent des réalités censurées dans la vie de tous les jours des Maghrébins tels que les relations amoureuses, les mariages d'amour, les enfants hors mariage, etc. Ce qui participe à la naissance de lieux de discussions, indépendants des lieux de réception (pp. 134-135). Mais, la plupart du temps, il est quasiment impossible de regarder en famille des émissions où l'on montre des corps nus ou des individus en tenue légère. L'acte du zapping est omniprésent ; ainsi l'antenne parabolique est-elle tantôt tournée vers l'Occident, tantôt vers le monde arabe. Ce qui n'empêche pas de faire naître des sujets de discussions (p. 40).

En outre, la réception de la télévision par satellite ne se fait pas seulement au sein du foyer mais aussi dans les cafés et les restaurants (p. 45). Ces lieux publics sont devenus aussi des lieux de diffusion de grands événements mondiaux (coupe du monde, guerre, etc.). Ce lien entre sphère publique et sphère privée constitue un objet d'étude.

L'auteure rappelle (p. 93) que bien que les téléspectateurs regardent encore la télévision à la maison, traditionnellement considérée comme un espace privé, ils discutent des sujets à caractère public (P. Dahlgren, *Television and the public sphere. Citizenship, Democracy and the Media*, Londres/New Delhi, Thousand Oaks/Sage, 1995). Elle ajoute que « deux lieux principaux déterminent les contours [des dynamiques de constitution des publics de télévisions] : la famille et le quartier (ou *houma*), et à l'intérieur de ce dernier, les lieux de rencontre comme les cafés, les coins des rues, les bureaux, les alentours des boutiques, les hammams, les écoles, les maisons, les salons de coiffure, etc. » (p. 95). Mais « *houma* et famille ne sont pas des monades détachées l'un de l'autre » (p. 108). La frontière entre les sphères publique et domestique est donc redessinée grâce à la télévision par satellite.

Il est très rare de trouver un foyer équipé d'un seul téléviseur étant donné que les choix de visionnage diffèrent. La télévision nationale et arabe s'impose au salon, alors que dans les autres pièces, les chaînes visionnées se diversifient. Le choix de la direction de l'antenne parabolique, des chaînes regardées et des émissions visionnées reflètent l'identité du téléspectateur et son appartenance (islamicité, arabité, maghrébinité ou berbérity) (p. 117).

L'auteure affirme ainsi que « l'émergence des mouvements politiques islamistes et des nouvelles technologies de communication, les identifications et les affiliations se sont déployées durant ces dernières décennies vers de nouvelles formes d'arabité et d'islamité » (p. 153). D'ailleurs, « le choix des chaînes satellitaires et le geste qu'il engage activent des processus d'identification produits par les espoirs d'émancipation des indépendances avec leurs injustices et l'absence de démocratie » (p. 144). C'est dans ce cadre que se sont installées les chaînes arabes par satellite étrangères telle Al Jazeera. Cette dernière permet « de recouvrer une image de soi longtemps pervertie par le regard de l'autre, une image qui provient de l'intérieur, d'un territoire nommé la nation ou le monde arabe, et qui relève de grandes catégories partagées qui font une culture » (p. 157). Certains jeunes s'identifient aux émissions d'Amrou Khaled, la star des prêcheurs, très suivi durant la période de cette recherche (pp. 164-165). Certaines femmes regardent de plus en plus la chaîne islamique *Iqra*. Si les télévisions nationales font face tout au long de l'année à la compétition avec les télévisions par satellite, elles sont davantage regardées durant le mois de Ramadan. Ce mois enregistre d'ailleurs un retour vers un temps partagé à l'échelle de la nation. La télévision par satellite établit durant ce mois un rapport de proximité (p. 166).

Lors d'un entretien, une personne interrogée a déclaré que les télévisions par satellite constituent « un moyen pour être, un art de la présence, en quelque sorte, qui met à distance et à l'épreuve les manipulations des régimes politiques locaux, de l'Occident en général et de l'Amérique » (p. 238). Bien que Hatiba Hadj-Moussa ait évoqué l'état de censure au Maghreb entre 1990 et 2009 et sa mainmise sur les chaînes télévisées ainsi que des messages véhiculés par ces chaînes, elle n'a pas traité l'effet des messages que véhiculent les chaînes par satellite étrangères sur les publics maghrébins. Cela pourrait être le sujet d'une recherche qui étudierait l'effet médiatique, étant donné que nous parlons de sphères publiques différentes. Il s'agirait de chercher à savoir si l'exposition à Al Jazeera ou à France 2 a réellement changé l'identité des Maghrébins, en dépassant la simple identification vers l'adoption de valeurs sociétales.

L'auteure mentionne que les publics de la télévision se construisent autour de l'ensemble des pratiques médiatiques adoptées par les chaînes télévisées, dans des lieux différents. À l'ère de la télévision numérique, ces pratiques sont-elles les mêmes ? Des travaux pourraient être menés sur ce sujet. L'évolution de l'histoire de la réception de la télévision par satellite est liée à l'économie politique du piratage, vue la disponibilité

des cartes d'accès à des prix dérisoires, d'une manière illégale. Le numérique ne va-t-il pas changer la donne avec la présence de nouveaux modèles économiques ? Cela pousse à réfléchir sur les nouvelles communautés qui ont émergé dans le monde virtuel. Bref, cet ouvrage s'impose comme un déclencheur pour de nombreux sujets de recherche autour de la télévision, car la télévision par satellite existe toujours, à la différence que les téléspectateurs d'aujourd'hui ne sont pas les téléspectateurs des années 90.

**Nouha Belaid**

*Ipsi, université de La Manouba, TN-2010  
belaid.nouha@gmail.com*

**Olivier KOCH, Tristan MATTELART, dirs, Géopolitique des télévisions transnationales d'information**

Paris, Mare & Martin, coll. Mediaticrit, 2016, 276 pages

Cet ouvrage traite d'un sujet peu abordé, les télévisions nationales d'information continue à vocation internationale développées par de nombreux pays. Il propose un état des lieux en regroupant dix contributions de chercheurs venus des sciences de l'information et de la communication et d'autres horizons. Après un (très) long article historique et de contexte développé par Tristan Mattelart (pp. 31-82), ce livre présente plusieurs cas, dépasse la focalisation classique et déjà ancienne sur CNN et sur Al Jazeera. Les cas traités sont la Turquie, la France, Al Jazeera, les présentatrices dans le monde arabe, le Venezuela, la Russie, la Chine, l'Inde et la diplomatie publique des États-Unis à l'heure des réseaux.

Le concept d'économie politique de l'information est l'élément central pour l'analyse des télévisions transnationales. Il est brièvement introduit et il est peu repris par les autres auteurs, comme nous le verrons plus loin. Le postulat est le suivant : nombre de télévisions transnationales d'information non occidentales existent pour faire contrepoids à l'hégémonie des télévisions issues de l'Occident. Le terme clé est celui de domination. Ceci peut expliquer pourquoi certains articles sont soit essentiellement descriptifs, soit tendent vers l'analyse de discours et des logiques d'acteurs. Les chapitres descriptifs insistent sur les historiques des projets de télévisions et permettent – parfois – de comprendre les enjeux ou les paradoxes de ces chaînes. Cependant, les contributions axées sur les analyses d'acteurs sont souvent plus percutantes comme dans les articles sur Al Jazeera, le Venezuela, la Russie et les réseaux aux États-Unis.