

VARIA

LA TÉLÉVISION DES AUTRES

La réception de TV5 et France 2
à Casablanca et Tunis

Belkacem MOSTEFAOUI

Dans les mêmes années où l'Algérie sombre dans un climat de guerre civile, les sociétés marocaine et tunisienne – en proie elles aussi à la tentation hégémonique de l'islamisme politique – ne cessent de rechercher et recevoir les programmes de la télévision française. Réceptacle de la plupart des attentes en matière de loisir, de culture et d'information (8 à 9 foyers sur 10 disposent d'un récepteur), le média télévision met en concurrence la chaîne nationale – handicapée en même temps par la faiblesse de ses moyens matériels et la bureaucratie de sa gestion – avec les grilles venues de divers horizons (1). C'est essentiellement par le biais de la télévision française, et accessoirement des chaînes saoudienne *MBC* et égyptienne *ESC*, que les Marocains et Tunisiens suivent en effet le feuilleton de la guerre civile algérienne.

Par le moyen d'une enquête d'audience de type qualitatif, l'objectif de la présente étude a été de saisir des aspects de la perception de *TV5* et *France 2* parmi leurs auditoires du Grand – Casablanca (7 millions d'habitants, capitale économique du royaume chérifien) et de Tunis (1,5 million

d'habitants, capitale de la Tunisie) pour y définir leur image respective par rapport à d'autres offres de programmes télévisuels. L'investigation de terrain (juin-juillet 1995) a consisté en la réalisation d'une cinquantaine d'entretiens approfondis dans chacune des villes. Le guide de ces entretiens, articulé sur une vingtaine de questions (ouvertes pour la plupart), a tenté de susciter une somme de réactions en mesure d'être confrontées à notre hypothèse de départ selon laquelle *les publics maghrébins reçoivent la télévision de langue française sous le mode ambivalent de l'attraction/rejet*. Une partie des entretiens a été réalisée dans des domiciles, ce qui nous a permis d'observer des usages de la télécommande (2).

Avant d'examiner successivement la perception de *TV5* – chaîne francophone internationale à capitaux publics en majorité français – à Casablanca et *France 2* à Tunis, nous identifierons les pôles de diffusion structurant la nouvelle offre concurrentielle de grilles et les principales caractéristiques de la pénétration des matériels de réception satellitaire dans les deux pays.

LE CONTEXTE DE RÉCEPTION : ÉLÉMENTS DE FORMATION D'UNE OFFRE CONCURRENTIELLE DE PROGRAMMES

La pénétration des matériels de réception satellitaire dans les sociétés peut s'analyser entre les jeux des publics et des pouvoirs publics. En effet, l'inadéquation entre l'offre de la télévision nationale et les attentes des auditoires s'accroît. Les télévisions publiques maghrébines vivent depuis le milieu de la décennie 80 une période de double crise qu'accroît la concurrence des télévisions étrangères : crise des ressources matérielles qui sont en constante diminution (ce qui lamine la capacité de produire et d'acheter des pro-

(1) MOSTEFAOUI, 1995.

(2) Nous nous inspirons dans cette étude de l'idée avancée par BIANCHI et BOURGEOIS, 1992 ; 39, selon laquelle l'écoute des programmes télévisuels obéit « à une logique coopérative ou transactionnelle, où le récepteur est amené à assumer une stratégie et une contre-stratégie complexes, au bénéfice de sa propre identité et d'une satisfaction de ses propres intérêts ».

grammes) et crise du modèle de programmation (qui oscille entre les objectifs propagandistes et le divertissement). Cette inadéquation explique l'engouement remarquable des foyers à s'équiper en matériels de réception satellitaire qui donne la liberté d'accès à une plus grande variété de programmes. De plus, les coûts de ces matériels ne cessent de baisser et surtout l'investissement est considéré comme accessible par rapport à son utilité car il est favorisé dans les arbitrages du budget par la majorité sinon la totalité des membres de la famille, les enfants et les jeunes en étant les supporteurs les plus engagés.

Le jeu des pouvoirs publics vis-à-vis de la pénétration des télévisions étrangères est ambivalent et varie dans le temps. L'équipement des foyers en matériels de réception satellitaire pose problème aux pouvoirs publics maghrébins aussi bien qu'en Iran, en Arabie Saoudite et, plus récemment,... en France (3). Par l'édiction de textes législatifs, réglementaires ou de simples instructions adressées aux services des douanes, de la police et aux commerçants, la vente des matériels est tolérée, permise ou interdite. Une caractéristique fondamentale : les attitudes des gouvernants changent souvent devant ce véritable casse-tête. Si l'outil technique (ouvrant des fenêtres sur le monde) est perçu par les gouvernants comme un moyen de lutter contre la propagation de l'islamisme politique, il est aussi un vecteur de démonopolisation, et, à ce titre, entame la souveraineté de l'État.

La pénétration des antennes paraboliques dans les foyers de la région est marquée par trois situations différentes : un fait de société banalisé en Algérie, par le biais d'une multitude de *mini réseaux câblés* (4) ;

une libéralisation récente et active au Maroc, qui ne cesse de provoquer une baisse formidable sur le prix des matériels enfin, en Tunisie, un raidissement résolu des pouvoirs publics qui doit freiner notablement l'équipement des foyers.

La situation marocaine

Aucun texte législatif ni réglementaire relatif à la réception individuelle des programmes satellitaires n'a été édicté au printemps 1996. Dans la décennie 80, où les matériels étaient onéreux, la position du Palais royal s'est caractérisée par une attitude de *laisser-faire laisser passer*. Dans le même temps où les foyers de la bourgeoisie s'équipaient à grands frais en matériels individuels, le souverain, magnanime, a fait installer dans ses palais des grandes villes de puissants équipements qui permettent, dans un rayon de dizaines de kilomètres, la réception des signaux dans les foyers par le moyen d'une simple antenne *UHF*. Ainsi s'est tissé dans les plus grandes villes du Maroc ce que nous appelons *réseau hertzien privé royal* qui – distinct du réseau hertzien national – diffuse, par débordements techniques, les signaux des chaînes initialement destinées à la *consommation* de la famille royale. Au gré de la conjoncture politique et des humeurs du souverain, la sélection des grilles reçues a évolué. Notons que *TV5* – qui fut admise dans ce réseau dès 1985 – en a été exclue en octobre 1990 : le Palais royal a perçu une *volonté de nuire* dans sa médiatisation du livre tiré d'une enquête de G. Perrault, *Notre ami le Roi* qui, pour la première fois en France, a mis à nu l'autoritarisme du régime et les affres des peines carcérales réservées aux opposants. Dans le même temps, un contrôle rigou-

(3) Aux actions en justice intentées contre des locataires d'appartements ayant installé des antennes sur les balcons et les arrêts municipaux les interdisant, s'ajoute une levée de bouclier du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) dont le Président estime opportune une disposition de réglementation qui permette d'interdire « *certaines émissions venant de pays qui ne partageraient pas notre conception des droits de l'Homme.* » (cf. *Le Figaro*, 15.12.95.)

(4) Depuis la fin de la décennie 80, un phénomène d'appropriation spécifique du matériel de réception satellitaire a été mis en œuvre en Algérie. Dans les ensembles d'habitations collectives des grandes puis des moyennes et petites villes se sont constitués des comités *ad hoc* collectant des cotisations pour l'achat de matériels collectifs. Une seule installation, dirigée sur un ou plusieurs satellites, permet de drainer sur des dizaines, voire des centaines de foyers, des programmes étrangers. Le succès de la formule et son élargissement dans la société, avec la forte baisse des coûts, est tel qu'à présent une douzaine de millions d'Algériens sont déjà abonnés – par le seul, et relativement modique, droit d'entrée – à ces *mini réseaux câblés*. Les pouvoirs publics ont observé face à cette formule et à la commercialisation des matériels une attitude de laisser faire laisser passer.

reux du commerce des antennes paraboliques fut adopté. Au début de l'année 1993, les pouvoirs publics reviennent à la politique du *laisser-faire laisser passer*. L'absence de toute taxe à l'entrée des matériels (particulièrement le démodulateur *via* les circuits du marché noir) donne un formidable coup de fouet à l'élargissement du parc des matériels. Une enquête réalisée par le bureau d'études marocain Creargie en avril 1995 apporte des indicateurs sur cette évolution et ce depuis 1993 (cf. graph n° 1). On observe des taux d'équipement importants non seulement dans les strates sociales aisées, mais aussi parmi les classes moyennes de Casablanca et de Rabat. Pour les téléspectateurs interviewés lors de notre enquête, l'antenne parabolique est considérée comme le complément nécessaire du récepteur de télévision. A ce titre, son acquisition peut être retardée par contrainte de budget, tout en étant perçue de plus en plus comme un investissement incontournable et rentable. Dans la mesure où, disent ils : « *elle rend la lucarne plus magique* », « *sans antenne parabolique il manque quelque chose à la télévision* », « *sans parabole on demeure à la merci de la chaîne nationale qui n'a pas le souci de répondre à nos attentes et on utilise beaucoup moins la télé, qui ne sert plus à grand chose* ». Réactions extrêmes : « *sans antenne parabolique un téléviseur est une voiture sans roue* » ou « *le téléviseur tout seul même les gens des bidonvilles l'ont, c'est la parabole qui lui donne plus de magie*. »

Par effet de démonstration – si caractéristique des sociétés maghrébines en matière d'équipement de confort moderne : voisinage, famille élargie – l'installation des soucoupes sur les balcons est devenue beaucoup plus courante que sur les terrasses. Dans la plupart des cas, le vendeur de matériels (de larges placards publicitaires sont déclinés dans les quotidiens) offre l'installation gratuite. On a pu observer aussi, en juin 1995, que l'émission de jeux de la chaîne publique (*Al Moussafir* : quotidienne à 19h 10) est sponsorisée par... la marque de matériels

de réception satellitaire *Nokia* et *Magsat* – le plus important vendeur d'antennes paraboliques sur la place de Casablanca. Autre signe important de l'entrée du matériel de réception satellitaire dans la ville : de nombreux cafés, bars et autres nombreux lieux de restauration rapide, ouverts tard le soir, en sont équipés. Nous avons constaté que c'était là un moyen efficace d'attirer et fidéliser de jour et de nuit la clientèle. Au menu, le plus souvent : fiction orientale et films d'action, y compris en italien, en allemand ou en anglais, retransmissions de foot et variétés. Chacun de ces lieux publics va vers une forme de spécialité de programmation : les goûts de son gérant/caissier qui dispose de la télécommande, déterminent progressivement ceux des clients. Ce cercle extérieur aux foyers permet, même si c'est épisodiquement, aux catégories les plus modestes de la population de connaître les vertus du matériel et son coût. Comme vitrine, il semble participer efficacement à susciter l'acte d'achat dès que le budget le permet. S'insérant « progressivement dans l'ordinaire de la vie », l'adoption par cercles concentriques des matériels de réception satellitaires tend à prendre les aspects de l'innovation en matière de nouvelles technologies, tels que Chambat et Ehrenberg les définissent (5).

La situation tunisienne

La loi de juillet 1995 affiche clairement l'objectif de limiter la pénétration des antennes paraboliques dans le pays. La décision administrative de suspension de toute importation et commercialisation de ces matériels, prise le 4 décembre 1994, est venue abroger la loi de janvier 1988 d'esprit libéral. Cette décision a été strictement appliquée, avons nous constaté. La loi de juillet 1995 met en œuvre un dispositif de nature à freiner remarquablement l'équipement des foyers et de le limiter aux strates sociales les plus aisées. Trois principales mesures : l'équipement est soumis à autorisation du ministère de la Communication et du maire de la commune de résidence, une

forte taxe annuelle (l'équivalent de 450 FF.) frappe toute installation ; enfin les matériels déjà en usage (évalués officiellement au nombre de 36 000) doivent se conformer à la nouvelle réglementation. Le coût des matériels est environ trois fois plus élevé qu'au Maroc. Le parc mis en activité jusque-là est constitué en grande partie d'antennes de type individuel. Les équipements collectifs ne desservent que de petits immeubles. Notons que la réception satellitaire est interdite dans les lieux publics : cafés, restaurants, clubs, centres culturels nationaux et étrangers, etc. – à l'exception des hôtels de tourisme, dont les plus modestes sont déjà équipés. La présence gratuite de *Rai Uno* et *France 2* sur le réseau hertzien national participe aussi à freiner la pénétration des antennes paraboliques dans le pays.

Une offre concurrentielle représentée par quatre pôles

Tant au Maroc qu'en Tunisie (cf. tableaux 1 et 2), la tendance à la démonopolisation (6) de la programmation ouvre des situations à une offre structurée autour de 4 pôles. Le premier est représenté par les chaînes publiques nationales qui sont respectivement *Télévision marocaine (TVM)* et *Entreprise de radiodiffusion télévision tunisienne (ERTT)*, programmant sur 2 canaux (*Canal 7* et *Canal 21*). Dans les deux cas, l'office de télévision est étroitement contrôlé par le Gouvernement, via le ministère de la Communication. Elles utilisent en partie la langue française (la première plus que la seconde) : bulletins d'information, publicité et fiction. Les chaînes à péage (respectivement *2M International* et *Canal Horizons*), de statut mixte et déclinant partiellement leur plage non cryptée en arabe, sont intégrées au second pôle – francophone. L'entreprise de la famille royale, *2MI* regroupe aussi des intérêts français (dont *TF1*) et canadiens (le câblo-opérateur *Vidéotron*). *Canal Horizons* est une filiale de *Canal Plus*

à capitaux minoritaires tunisiens. Les réseaux d'auditoires de ces chaînes commerciales sont restreints par le coût de l'abonnement (environ 120 FF./mois) : 70 000 foyers pour la première et 45 000 pour la seconde. Toutes deux sont des télévisions à vocation de divertissement : deux bulletins d'information sont programmés sur la grille de *2MI* ; *Canal horizons* n'en a pas ; leurs plages en clair, en arabe généralement littéraire pour la première et *mixé* pour la seconde, cumulent spots publicitaires, auto-promotion et plateaux de variétés nationales et occidentales. Elles offrent la caractéristique commune aussi d'être financièrement déficitaires (7). Dans le pôle de la télévision française, au Maroc, ne figurent que cinq grilles diffusées de l'Hexagone : *TV5*, *Euronews*, *Canal France International (CFI)* *ARTE* et *La Cinquième*, dont les signaux sont transportés par *Eutelsat F6 Hot Bird* et reçus par des antennes de 90 cm de diamètre. Le pôle francophone de chaînes en clair est potentiellement plus fourni en Tunisie : le signal de *France 2* y est transmis sur le réseau hertzien, tandis que peuvent être aussi reçues, avec le même type d'antenne, les cinq précédentes ainsi que *TF1* et *M6*, dont les signaux sur le satellite *Télécom 2B* couvrent le pays – alors que leur empreinte est quasi insignifiante au Maroc. Dans le troisième pôle sont regroupées les chaînes orientales. Par ce terme générique, nous avons regroupé les chaînes arabes transportées par *Eutelsat II F6* et *Arabsat*, qui couvrent tant le Maroc que la Tunisie : il y a d'un côté la chaîne publique *Egyptian Space Channel (ESC)* et de l'autre les chaînes commerciales de la famille royale saoudienne : *Middle East Broadcasting Center (MBC)*, diffusée de Londres et *Arab Radio television (ART)*, diffusée de Rome. Elles sont toutes deux sur le réseau hertzien privé royal. Y sont présentes également *Dubai TV* et la plus populaire chaîne turque de divertissement : *Show TV*. Enfin, dans le pôle des autres chaînes occidentales couvrant également les deux pays figurent principalement

(6) Sur les facteurs et les effets du processus de démonopolisation de la télévision dans la région, voir MOSTEFAOUI, 1995.

(7) La tribune Desfossés (18.03.1996) annonce un déficit annulé de 180 MF pour 2 MI. Le Palais royal projette son rachat par... l'État.

Rai Uno (sur le réseau hertzien tunisien), *RTL 2*, *Eurosport*, *BBC*, *MTV*, etc. Pour ce dernier pôle, les chaînes citées par les interviewés varient selon l'âge : les grilles musi-

cales (*MCM*) et *Eurosport* par les jeunes ; *BBC* et *CNN* par les plus assidus des programmes d'information.

Tableau 1 : les principales chaînes de télévision disponibles au Maroc (citées pendant les tests d'entretien et les entretiens).

Pôles	Canaux	Langue (s)	Volume/ jour
1/Télévision nationale	- <i>TVM</i>	arabe/français	12 h
	- <i>2MI</i>	français/arabe	16 h
2/Télévision francophone	- <i>TV5</i>	français	24 h
	- <i>ARTE</i>	français/allemand	12 h
	- <i>La Cinquième</i>	français	12 h
	- <i>Euronews</i>	français/allemand/ italien/anglais	24 h
	- <i>Canal Horizons</i>	français	18 h
	- <i>CFI</i>	français/arabe français	24 h
3/Télévisions orientales	- <i>Arab Radio Television (ART)</i>	arabe	13 h
	- <i>MBC</i>	arabe	13 h
	- <i>Egyptian Space Channel (ESC)</i>	arabe	12 h
	- <i>Dubai TV</i>	arabe	12 h
	- <i>Show TV</i>	turc	24 h
4/Autres télévisions occidentales	- <i>Eurosport</i>	allemand	24 h
	- <i>RTL 2</i>	allemand	24 h
	- <i>RAI</i>	italien	24 h
	- <i>BBC</i>	anglais	24 h
	- <i>TVE</i>	espagnol	24 h

Tableau 2 : les principales chaînes de télévision disponibles en Tunisie (citées pendant les tests d'entretien et les entretiens).

Pôles	Canaux	Langue (s)	Volume/ jour
1/Télévision nationale	- Canal 7	arabe/français	13 h
	- Canal 21	arabe/Français	3 h
2/Télévision francophone	- France 2	français	24 h
	- Canal Horizons	français	18 h
	- M6	français	24 h
	- TF1	français	24 h
	- Euronews	français/anglais/ allemand/italien/ arabe	24 h
	- ARTE - La Cinquième	français/allemand français	12 h 12 h
3/Télévisions orientales	- Arab Radio Television (ART)	arabe	13 h
	- MBC	arabe	13 h
	- ESC	arabe	13 h
	- Show TV	turc	24 h
	- Dubaï TV	arabe	12 h
4/Autres télévisions occidentales	- RAI UNO	italien	24 h
	- Eurosport	allemand	24 h
	- RTI 2	allemand	24 h

LA RÉCEPTION DE TV5
A CASABLANCA :
USAGES D'UNE RÉAPPROPRIATION
VIA ANTENNE PARABOLIQUE
INDIVIDUELLE

L'élargissement du parc des matériels de réception satellitaire favorise celui des auditoires de TV5. Une comparaison entre les données de la plus récente enquête réalisée par Creargie en juin 1995 et celles d'une enquête quantitative réalisée par la Sofres en janvier 1993 exprime une remarquable progression de la pénétration de TV5 dans les foyers de Casablanca. En janvier 1993, le signal de TV5 n'était plus relayé via les réémetteurs des palais royaux. Les résultats de l'audience cumulée créditaient TVM de 66,50 %, MBC de 34,90 %, 2MI de 17,90 % et TV5 de 0,33 %. Pour la journée du 6 juin 1995, le taux d'audience globale de la télévision a été de 85,00 %. En part de téléspectateurs ayant regardé la télévision ce jour-là les chaînes francophones TV5 et Euronews

sont créditées respectivement des taux de 8,00 % et 8,40 %. Cependant que MBC, reçue par antenne individuelle et via le réseau hertzien privé royal (à Rabat), plafonne à 14,20 % (cf. graph n° 2). La même enquête apporte des indications sur la durée moyenne de l'audience des chaînes (cf. graph n° 3). L'intérêt de ce paramètre est de fournir une évaluation du degré d'attachement des auditoires à chacune d'elles. La répartition des scores montre que les publics des chaînes orientales ESC (160 minutes) et MBC (152) sont plus « boulimiques » que ceux de TV5 (117).

Une segmentation des auditoires à partir des variables sexe et âge

La réception des programmes francophones est soumise à une segmentation des audiences déterminée doublement par des goûts personnels et des règles de convenance à l'égard de la tradition qui demeurent encore pour de larges auditoires mar-

quées par les variables sexe et âge. *Les programmes de la télévision française sont moins fédérateurs que ceux de la télévision nationale et des chaînes orientales.* Des valeurs et normes traditionnelles interfèrent sur les modalités pratiques de l'écoute de la télévision étrangère dans les foyers : un *modus vivendi* (soumis à de multiples reconstructions) est recherché. Le multi-équipement en récepteurs TV (qui accompagne presque *naturellement* sinon nécessairement l'équipement en antenne parabolique) permet de dévier le poids des tabous. Deux situations principales se présentent. Dans la première, celle des foyers aisés, la télévision étrangère est adoptée d'une façon plus détendue et sereine. Il y a peu ou pas du tout de tension entre les conditions matérielles et culturelles d'existence et les modèles de vie que les programmes véhiculent. De plus, le multi-équipement en récepteurs y est quasiment de règle. Dans la seconde situation on retrouve les foyers des strates sociales moyennes inférieures. Les modèles véhiculés par une grande partie des programmes francophones y sont assez souvent en conflit avec les réalités économiques et culturelles les plus immédiates des publics. Un important décalage existe entre les revenus des foyers et le *welfare* du modèle occidental de développement que vantent les programmes. Au cours des entretiens plusieurs étudiants et lycéens ont, au moment où nous les interrogeons sur l'émission *Paris Lumière*, soulevé ce qu'ils perçoivent comme une contradiction : l'invitation au voyage et le refus dans les réalités. « *Paris est une très belle ville et cette émission nous en donne de belles cartes postales mais le problème du visa interdit de rêver* ». On constate qu'il y a moins de tension avec les programmes des chaînes saoudienne *MBC* et égyptienne *ESC* – même si la première (plus que la seconde) véhicule, souvent lourdement, des messages publicitaires sur les produits les plus luxueux de la planète (parfums, mode, palaces et cartes de crédit magiques...). Le multi-équipement est moins répandu dans ces foyers (à cause de son coût), en même temps qu'il est perçu

par les hommes (et les fils) comme le moyen de dévier, par la segmentation de l'écoute, le poids des traditions et de satisfaire le plus grand nombre – les femmes accordant généralement leur préférence à la télévision nationale, *MBC* ou/et *ESC*. « *Depuis que nous avons acheté le deuxième récepteur, qui est dans ma chambre, je suis plus tranquille pour regarder TV5* », dit ce père. « *Mes deux fils ne sont pas non plus dérangés pour regarder Eurosport ou des variétés ; et dans les même temps ma femme et notre fille ne sont plus embêtées pour MBC ou TVM* ». Si le lourd investissement financier qui est concédé à cette solution peut apparaître irrationnel *a priori*, il s'explique clairement quand on fait le constat des libertés autant formelles qu'activement recherchées qu'il permet.

L'image de TV5 : du Louvre télévisuel à la chaîne éducative et de savoir

La présence de *TV5* sur le *réseau hertzien privé royal*, jusqu'à l'automne 1990, lui a préparé une place parmi les foyers équipés d'antennes paraboliques. Si l'importance des nouveaux auditoires au niveau quantitatif est moindre par rapport à ce qu'elle était dans sa diffusion gratuite, on constate une ré-appropriation de la chaîne par ses précédents publics les plus assidus. Dans les tests précédant nos *interviews*, le nom de la chaîne est rapidement situé et suscite des réactions. Même les personnes qui ne disposent pas d'antenne parabolique disent leurs impressions sur son ancienne grille et leur écoute. Elle a été la première chaîne étrangère, après la télévision espagnole, à entrer dans le pays. On se souvient de la variété de ses programmes et de ses informations. Chez de nombreux interviewés, on a constaté que sa disparition du réseau hertzien était perçue comme un acte de censure – en tout cas a créé un manque.

Parmi les offres actuellement disponibles, le « caractère culturel » de *TV5* est sa principale singularité. Le divertissement est plutôt recherché dans les autres chaînes

(tant nationales que *MBC, ESC* et *Arab Radio Television* – également sur le *réseau hertzien privé royal* – et les chaînes occidentales). Les profils des auditoires les plus réguliers de *TV5*, tels que nous les avons tracés à partir de données quantitatives (8) se retrouvent bien dans la fréquentation pratique de la grille offerte : des téléspectateurs (hommes plus que femmes) instruits et faisant partie des classes les plus aisées. Ils regardent la chaîne plus souvent et pendant plus de temps. Le caractère culturel de la chaîne est souvent souligné par les interviewés. « Les émissions s'adressent à des publics qui maîtrisent bien le français, ou qui veulent bien le maîtriser, c'est mon cas », dit un étudiant en sciences.

Les attitudes envers les rediffusions sont assez souvent tranchées. Elles sont qualifiées d'utiles par une minorité des interviewés qui consacrent moins de 7-8 heures par semaine à l'écoute de la chaîne, parce que la formule leur permet de rattraper des programmes qu'ils n'ont pas pu voir, et de conseiller dans leur entourage ce qu'ils ont aimé. Dans la majorité des entretiens, les rediffusions sont plutôt perçues comme inutiles, voire contrariantes : « Elles sont en trop grand nombre dans le genre fiction qui n'est déjà pas attractif et il y a peu de nouveaux programmes dans l'après midi ». Ce genre de réaction montre surtout les fortes attentes en matière de programmes francophones de divertissement. Quelques unes des réponses expliquent que la formule ne plaît pas parce qu'elle réduit le rythme dynamique de la chaîne. Les téléspectateurs sont un peu perdus devant la grille, on a l'impression que le format banque d'images, loin de séduire « rend la grille austère ». Le *lifting* apporté à la grille en mars 1995 n'est pas passé inaperçu. « C'est un effort pour rendre plus attractive la chaîne, mais les rediffusions demeurent toujours lourdes ». « *TV5* reste comme une encyclopédie, dit un ingénieur, il faut de la patience et de l'expérience pour la pratiquer ». Dans le même esprit, on y voit « l'heureuse formule d'une bibliothèque que l'on peut

consulter tous les jours, au moins quelques heures utilement ». La satisfaction de ces téléspectateurs est en général plus grande que celle des auditoires qui recherchent d'abord le divertissement et le spectacle.

Une forte segmentation dans le mode d'emploi de la chaîne entre les fervents et les occasionnels

Les « fervents » sont les publics de strates sociales aisées, dont une partie est issue de l'ancienne présence de *TV5* via le *réseau hertzien privé royal*. Ils sont en majorité âgés de la quarantaine d'années et plus, ont le niveau d'études supérieures. Ils voient dans la chaîne « *le Louvre télévisuel* », selon l'expression d'un professeur, ou tout simplement la bibliothèque en (première) langue étrangère qui enrichit la leur « parce que les livres coûtent de plus en plus cher, qu'ils sont de moins en moins disponibles et que le système scolaire assure de moins en moins leur diffusion ». Ils sont assidus des programmes culturels et d'information de *TV5* et, pour la plupart, recommandent à leurs enfants les documentaires – particulièrement *Thalassa*. Dans ce segment d'audience composé de membres des professions libérales, enseignants, étudiants, figurent les élites – actuelles et à venir – du pays. Une bonne partie de ces téléspectateurs tiennent à remarquer qu'ils reçoivent aussi – clin d'œil à la concurrence – les chaînes anglo-saxonnes *CNN* et *BBC World Service*. Les éloges dont ils gratifient la grille de *TV5* sont proportionnels aux critiques qu'ils ne manquent pas de lui adresser, en particulier en ce qui concerne les programmes d'information.

Les « occasionnels » sont plus jeunes. Ils sont issus de strates sociales moins aisées, mais leur niveau d'études est aussi élevé. Cependant, le système scolaire actuel ne leur permet pas d'acquérir une aussi bonne maîtrise de la langue française que leurs aînés – et que nécessite le profil culturel de l'écoute *TV5*. Ils ont tendance à *zapper* bien plus souvent que les *fervents* pour faire leur

(8) *Idem*.

choix. Au niveau quantitatif, ce segment tend à supplanter le premier par le biais de l'élargissement du parc des antennes paraboliques. Les « fervents » ont une fréquentation de TV5 plus régulière (par rendez-vous fixes) et lui consacrent la plus grande partie de leur temps d'exposition au petit écran. Ils le font plus pour se cultiver et s'informer que pour se divertir. « *TV5 me rapproche de l'Humanité et de tout ce qui fait l'actualité du monde. Je lis la presse étrangère régulièrement ; mais c'est à travers cette chaîne que j'ai vraiment l'impression de vivre à l'orée du XXI^e siècle* ». Ils disposent pour la plupart d'informations de la presse, tant nationale que française sur les programmes télé. L'écoute est réfléchie et programmée. Les téléspectateurs de ce segment présentent de nombreuses caractéristiques communes avec ceux des publics les plus fidèles de la chaîne résidant à Tunis. Les occasionnels viennent sur TV5 comme ils s'arrêtent aussi sur 2 MI, TVM, Eurosport ou MBC. Ils ne lisent pas régulièrement les informations sur la télé dans la presse mais sont plus sensibles aux illustrations qui y figurent. Même si leur temps global d'écoute de la télévision est plus élevé que celui des fervents (4 heures en moyenne/jour) il est partagé assez équitablement entre les écrans. Ils partent de deux motivations principales : se divertir d'abord et s'informer accessoirement. Bien moins fidèles, ils ont tendance à regarder un programme plutôt que la chaîne. « *TV5 pour moi c'est d'abord Taratata, puis aussi parfois l'information* ». Attachés aux programmes d'information, ils sont assez souvent des téléspectateurs en même temps rebutés par « *le bouillon de culture francophone* » qu'offre la grille – banque d'images, et attirés tout de même par sa diversité de genres de programmes. Le système de rediffusions présente pour certains d'entre eux un côté pratique, mais, pour la plupart, il apparaît plutôt comme « *du remplissage* » ; « *des répétitions inutiles* » ; « *ces rediffusions réduisent la variété des émissions de la chaîne* ».

Les magazines culturels et documentaires : des programmes fédérateurs à fréquente écoute

Le décalage horaire de l'été (2 h d'avance sur l'heure de Paris) est plutôt favorable à l'écoute de TV5 à Casablanca. Le *prime time* de la grille propose tous les jours le JT de France 2 et les rendez-vous hebdomadaires, des magazines recherchés : *Bouillon de culture*, *Géopolis*, *Taratata*, *Bas les masques* ou *La marche du siècle*. De plus, TVM programme généralement dans cette plage de la fiction – orientale ou occidentale doublée en arabe, d'où une certaine complémentarité dans la concurrence. Les programmes les plus fédérateurs aux yeux des téléspectateurs sont les documentaires parce que d'abord « *ils peuvent être regardés en famille réunie, disent la plupart d'entre eux, y compris par les enfants* ». On cite souvent *Thalassa* « *qui leur apprend plus et mieux que l'école* ». Viennent aussi comme programmes fédérateurs d'audience les magazines culturels et de société. Des thèmes peuvent cependant rebuter dans *La marche du siècle* ou indisposer l'écoute familiale dans *Bas les masques* (l'homosexualité, a t on cité souvent), qui a un remarquable succès parmi les jeunes femmes instruites. D'autres sujets peuvent passionner : *Bouillon de culture* sur Jérusalem, par exemple.

A l'égard des programmes de divertissement, les attitudes sont contrastées. Souvent la fiction est perçue comme « *trop hexagonale* » : les autres chaînes proposent des répertoires plus diversifiés et plus attractifs (tant les chaînes nationales qu'orientales). Pour les jeunes, plutôt marqués par les standards du cinéma américain : « *Les films de TV5 sont trop anciens* » ; « *ils manquent d'action* » ; « *ils ne sont pas aussi spectaculaires que les films américains* ». Pour les fervents téléspectateurs « *TV5 n'a pas assez d'ouverture sur les autres cinémas du monde : le répertoire italien ou latino-américain n'est pas assez représenté. Ne parlons pas des cinématographies orientale et maghrébine, superbement ignorées* ». Le constat doit être fait : ce n'est pas par la fiction

que *TV5* conquiert ses auditoires casablançais. D'une part, ce qui est offert – en faible volume – n'est pas adapté aux attentes des publics et d'autre part, tant *2 MI* (pour les abonnés c'est son produit d'appel essentiel) que *TVM* programment, déclinés en arabe ou en français, ces séries et feuilletons américains mais aussi latino-américains qui font les délices des téléspectateurs.

Dans le genre musique et variétés, ressort une caractéristique décisive : deux répertoires marquent deux auditoires. Le premier rassemble le folklor du terroir (avec plusieurs variantes) et les variétés nationales et orientales. *TVM* et les chaînes orientales pourvoient aux attentes en la matière en un très fort volume de temps (et avec plateaux). Le second est le répertoire de la musique et des variétés occidentales : des chaînes thématiques étrangères, allemandes (*VH1*, *VIVA*) ou anglo-saxonnes (dont *MTV*) y pourvoient largement. A noter aussi la place de *MCM* internationale, dite francophone, mais en fait *robinet de chansons* anglo-saxonnes. La chaîne à péage *2MI* programme en fin d'après midi une émission quotidienne de variétés arabes et, en partenariat avec *M6*, a entrepris ces dernières années de programmer, en clair et en access *prime time*, des émissions de variétés occidentales dont l'animation rencontre un certain succès. Ce registre est délaissé par *TVM*. Dans l'offre de *TV5*, seule l'émission *Taratata* (*France 2*) est créditée d'un grand succès parmi les jeunes « branchés ». Les émissions *La chance aux chansons* et *Fa si la chanter* apparaissent dans les entretiens comme décalées par rapport aux goûts des publics casablançais. On notera que parmi les fervents, *TV5* satisfait, plus qu'aucune autre chaîne, les attentes dans le répertoire de musique classique.

Au sein des programmes de divertissement jeunesse ressortent la faiblesse du volume des dessins animés et l'attraction exercée par les programmes de sport. Les enfants des villes du Maghreb, ont tendance à trouver beaucoup plus souvent leurs moments de rêve dans les dessins animés télévisuels que dans les contes d'autan. La télévision est pour la majorité

d'entre eux la seule source de loisir avec la rue – que les parents redoutent. Le genre permet aussi une écoute que ne conditionne pas la maîtrise de la langue de déclinaison du programme. On constate que les chaînes en présence, y compris *TVM*, proposent un volume important d'émissions enfantines. Les programmes de *TV5* sont peu fournis par rapport à ceux des autres chaînes et leur moment de diffusion, à cause du décalage horaire n'est pas en phase avec le pays. Le *créneau jeunesse* arrive trop tôt (6 h 40) ; les rediffusions du lundi au vendredi (excepté mercredi) y parviennent au moment de l'école. Reste donc le programme offert dans l'après midi du samedi. On constate des attitudes contrastées envers les émissions. Les enfants et adolescents des foyers où un parent au moins fait partie des fervents téléspectateurs de *TV5*, sont aussi fidèle de *Génies en herbe*, *Trente millions d'amis*, *Les débrouillards* ou *Bibi et ses amis* (pour les tout petits). L'émission phare du genre, *L'École des fans*, est décalée par rapport aux attentes ; elle est perçue par la majorité des enfants et adolescents comme trop *hexagonale*. Tant par son format que par le style de son animateur, qui ne bénéficie pas de l'aura qui lui est reconnue en France. Les jeunes filles qui ont pu voir en France les programmes de *TF1*, *France 2* et *M6* sont nombreuses à remarquer que les fictions *sit com* du style *Hélène et les garçons* ou *Le prince de Bel Air* leur plaisent beaucoup et que *TV5* ne propose rien de tel.

Au Maghreb plus qu'ailleurs, les programmes sportifs constituent un genre de divertissement à succès en direction des jeunes (et moins jeunes) hommes : l'atout des retransmissions des rencontres et compétitions africaines est décisif. Dans ce domaine, *TV5* répond aux attentes des téléspectateurs mieux que les autres chaînes en présence. « *C'est par TV5 plus qu'aucune autre chaîne que je peux suivre l'actualité sportive africaine ; mais pourquoi n'y a t il pas plus de portraits et d'interviews de sportifs africains ?* » Parmi les programmes que les jeunes aiment le plus – au point de souhaiter que des personnes de leur connaissance puissent les regarder –

figurent en première place les retransmissions sportives, avec *Il faut pas rêver...* Pour l'actualité sportive en dehors de l'Afrique c'est la grille de la chaîne allemande *Eurosport* qui a la palme. L'handicap de la non-maîtrise de la langue allemande parmi la majorité des interviewés ne prête pas à conséquence : sans commentaire, les performances sont comprises et le spectacle divertissant.

Un commun dénominateur important est identifié entre les deux segments : les programmes d'information suscitent autant d'attente que d'insatisfaction. L'offre en programmes d'information de la télévision nationale demeurant strictement contrôlée par les pouvoirs publics, les attentes en direction des télévisions étrangères sont accrues. L'insatisfaction exprimée par les téléspectateurs les plus fidèles demandeurs de ce genre vient du constat que les trois chaînes sur lesquelles sont reportées les attentes (*Euronews*, *TV5*, *MBC*), « ne livrent qu'à dose homéopathique des nouvelles et des opinions sur des sujets décrétés sensibles par le Palais royal ». « Ce sont, poursuit cette jeune femme journaliste, ceux sur lesquels justement la télévision nationale, et les autres médias, n'informent pas ». La chaîne saoudienne – qui a 5 rendez-vous d'information/jour – a toujours adopté, en toute logique, une position strictement révérencieuse envers le Palais royal, et évite toujours de faire écho aux problèmes de la gestion des affaires publiques. Les images que *MBC* donne du Maroc s'inscrivent plus dans le genre publi-reportage, comme pour les pays du Golfe, que d'enquêtes journalistiques dont les sociétés maghrébines ont si grand besoin.

D'une façon plus prononcée qu'à l'égard de *MBC*, revient souvent au cours des entretiens l'étonnement de constater qu'avec les 7 *JT* et un flash d'information/jour sur *TV5*, il y ait un tel silence sur l'actualité marocaine. En même temps sont remarquées positivement les capacités des *JT* à « rapporter des images des quatre coins de la planète alors que *TVM* et *2 MI* se contentent de quelques plans fixes pour donner à voir les plus grands événements », comme le dit un étudiant.

Ces atouts techniques ne sont pas la principale différence par rapport à la qualité de l'information sur la télévision nationale. La plupart des interviewés soulignent la plus grande liberté dont jouissent les journalistes qui s'expriment sur *TV5*. Les arguments qui sous-tendent cette appréciation relèvent d'abord de l'actualité française. « Pendant la campagne électorale pour les présidentielles, j'ai constaté à quel point les chroniqueurs et reporters pouvaient s'exprimer librement sur les paroles des candidats tout en recherchant l'objectivité », affirme un médecin. De son côté un industriel, assidu des programmes d'information, voit la liberté des journalistes « dans la possibilité de reprendre même des enquêtes explosives du *Canard Enchaîné* qui dérangent des responsables de l'État. » D'où la frustration de ne pas voir certaines réalités marocaines soumises à un type de traitement de cette facture : « Les chaînes françaises évitent d'enquêter sur les réalités marocaines pour ne pas indisposer le Palais royal ; c'est dommage pour nous, et pour le droit à l'information des Français. » Que les propos soient formulés aussi clairement ou non, les publics marocains de *TV5* veulent signifier que les silences sur les problèmes de leur pays réduisent la crédibilité de la chaîne. Dans d'autres entretiens, on note que cette frustration n'a pas toujours pour source la trop grande réserve des chaînes française à l'égard du royaume mais plutôt un manque d'intérêt. « N'est ce pas triste, note ce médecin, qu'aucune information, même pas une brève, ne soit donnée ni sur la dramatique sécheresse qui sévit chez nous depuis des semaines, ni sur le conflit avec les marins pêcheurs espagnols qui veulent nous étrangler et nous couper de l'Europe. »

Les journaux maison de *TV5* apparaissent comme plus proches des réalités de la région – même si c'est moins qu'on le souhaite. Davantage que les *JT* canadiens, belges suisses et celui de *France 3*, ils sont perçus comme des rendez-vous d'information d'une chaîne internationale. Cependant, des téléspectateurs, tout en remarquant que ces programmes d'information abordent rarement les problèmes de la région, notent aussi que quand ils le font

c'est avec plus de liberté envers les régimes en place. Les heures de diffusion locales des JT de TV5 au Maroc posent problème. Moins pour celui de 14 h (heure locale d'été) : dans la mesure où une partie des assidus (le profil socioculturel le permet) rentrent à la maison pour la pause déjeuner, au moins lors des grands événements qu'ils veulent suivre. Celui de 16 h 30 ne permet pas de fidéliser de plus grands auditoires. Dans les deux cas, l'un des ingrédients essentiels de l'attraction exercée réside dans la présence sur le plateau d'invités maghrébins. Les interviewés y voient un signe de rapprochement de la chaîne par rapport à leurs préoccupations. Ils ont été quelques uns à remarquer, avec regret, que si chacun des pays importants de l'aire francophone dispose de son journal, aucun n'est issu d'Afrique. On souhaite au moins que l'un des deux rendez-vous, arrive au *prime time*.

Sur les sujets les plus attendus (réalités marocaines, Maghreb, Moyen Orient, Islam) on perçoit un déficit de crédibilité ou/et un sensationnalisme à relents racistes. Les critiques des interviewés casablancais et tunisois se recoupent souvent : rareté de la couverture ; réduction ; autocensure, spectacularisation. « *On a l'impression désagréable, dit un lycéen, que les journalistes français ne s'imaginent jamais que des millions de Maghrébins les regardent et les écoutent tous les jours* ». Ces réactions dénotent chez les interviewés les plus avertis une ambivalence sur la crédibilité : on pense que la télévision française a virtuellement les moyens de la liberté et de l'investigation mais en même temps on la soupçonne de ménager – à tout prix, y compris grossièrement – le régime en place. En tout cas, pour la majorité d'entre eux le malaise est profond face à ce qui est perçu comme « *un travestissement folklorique des réalités locales par des images diffusées à des dizaines de millions de téléspectateurs.* »

FRANCE 2 A TUNIS : UNE FRÉQUENTATION DE SIX ANNÉES SUR LE RÉSEAU HERTZIEN

« La » deuxième chaîne de télévision qui « ignore le pays », dit-on. La Tunisie offre un cas de figure probablement unique au monde : par accords gouvernementaux deux chaînes étrangères (*Antenne 2/France 2*, depuis le 6 juin 1989 et la chaîne publique italienne *Rai Uno*, depuis le 1^{er} septembre 1989), sont sur le réseau hertzien en concurrence avec la télévision nationale. La disponibilité de la chaîne française, à titre gratuit, modère une réception différente par rapport aux situations marocaine et algérienne où les téléspectateurs entreprennent d'abord la démarche volontaire d'une dépense pour aller vers la télévision francophone. Le caractère ambivalent de la réception de la télévision française par ses publics maghrébins est exacerbé dans le cas tunisien. Selon les strates sociales, le programme diffusé, et les personnes à l'écoute dans le foyer, l'offre de *France 2* apparaît plutôt comme une liberté ou/et comme une intrusion, puisqu'elle touche toutes les couches sociales : les résultats du recensement général de 1994 avancent un taux d'équipement des foyers en téléviseurs qui s'élève à 79,00 % – devançant de loin les parcs en réfrigérateurs (55,40 %), et en cuisinières avec four (37,10 %). La diffusion (à partir de juin 1983) sur le Grand Tunis d'une grille francophone de 4 heures/jour (alimentée essentiellement par les chaînes françaises) a préparé les auditoires à l'arrivée d'*Antenne 2*.

La plupart des interviewés observent ce qui leur semble une contradiction : *France 2* est adoptée par les téléspectateurs tunisiens comme la deuxième chaîne nationale, après *Canal 7*, mais en même temps elle ignore le pays. La disponibilité gratuite de la grille conforte cette perception de deuxième chaîne nationale mais en même temps l'absence des réalités du pays dans la grille la rend étrangère. Ce que reprochent souvent les Tunisois à la grille de *France 2* c'est « *d'ignorer 24 h sur 24 la Tunisie : on ne prononce le nom de la capitale du pays que pour la météo,*

comme si Tunisie ne rime qu'avec tourisme et soleil ». Ils estiment que « la programmation (une fois l'an) de *La journée de la Tunisie, et des Nuits du Ramadhan* – dans les créneaux les plus confidentiels de la nuit – est insuffisante pour une chaîne qui est présente dans (leurs) foyers des heures durant tous les jours de l'année ». Remarque est faite dans un autre entretien que *Rai Uno* donne encore bien moins d'images sur la Tunisie : « mais on ne s'attendait pas à ce qu'elle nous montre aussi des images de la Tunisie ; ce n'est pas la même chose ». Ceux d'entre les téléspectateurs qui adressent à la chaîne ces reproches ne manquent pas aussi de remarquer que dès mai 1989, ils ont reporté leur intérêt de *Rai Uno* (présente dans le Grand Tunis depuis les Jeux Olympiques de Rome en 1960) sur la grille d'*Antenne 2*, parce qu'ils comprenaient mieux ses programmes. La chaîne française fait plus partie des loisirs de la société : « On parle beaucoup plus des programmes de *France 2* que de ceux de *Rai Uno* parce qu'ils représentent une possibilité de se divertir à une plus grande partie des gens que l'on connaît ».

Par rapport à la télévision nationale, *Canal Horizons, Rai Uno* et *MBC*, la principale singularité de *France 2* est sa diversité de programmes. La chaîne publique française est créditée d'une plus grande diversité de programmes. « On peut y trouver au moins une ou deux émissions qui nous intéressent chaque jour, ce n'est pas le cas pour les autres et surtout pas la télévision nationale. » De cette diversité ressort l'impression que *France 2* « a le souci de plaire à ses téléspectateurs – ceux de France bien sûr : la télévision nationale ne l'a pas. Ils programment ce qui leur plaît. » Exprimé aussi clairement ou non, on retrouve au cours de la plupart des entretiens, comme à Casablanca, ce grief contre la chaîne publique nationale, qui « ignore depuis toujours les attentes des publics ». De même, la chaîne à péage *Canal Horizons*, dans ses annonces des plages en clair, donne l'impression d'un plus grand souci de plaire à ses publics.

Par ailleurs *France 2*, autant que *Rai Uno, Canal Horizons* et *MBC* apparaissent comme des télévisions plus modernes que *Canal 7*, à laquelle les jeunes publics reprochent, en grand nombre le ton empesé et cérémonial des présentateurs, animateurs et journalistes. Cette appréciation revient dans d'autres entretiens sous des qualificatifs de « vivante », « dynamique », « divertissante », « différente », « novatrice » – *a contrario* de *Canal 7* qui est gratifiée « d'assommante », « dépassée », « toujours la même depuis des années ». Le rythme de *France 2* ajoute au sentiment d'évasion qu'apporte la grille. La mini grille de *Canal 21* (16 h 10-19 h, lancée le 7 novembre 1994) en direction des jeunes, a adopté des recettes de cette vivacité dans sa présentation. Son animation emprunte beaucoup aux recettes en cours sur les plages en clair de *Canal Horizons* : jeunesse des interprètes, langage branché (en arabe parlé) et *sit com* style *Hélène et les garçons* (en français, fin juillet 1995 à 17 h). Décidée et pilotée au niveau du Chef de l'État, *Canal 21* dispose de solides ressources matérielles et d'une marge de liberté d'initiative plus substantielles que celle de *Canal 7*. La nouvelle grille a pour credo de favoriser l'entrée de la jeunesse tunisienne dans le XXI^e siècle.

Dans l'écoute familiale, les programmes de France 2 sont perçus comme plus fédérateurs que ceux de Rai Uno

L'écoute des programmes d'information est régulière et considérable en volume de temps pour la plupart des interviewés masculins et féminins de niveau d'études supérieures. Lors d'événement importants survenus dans la région ou touchant la communauté d'origine maghrébine en France, les programmes de *France 2* focalisent la plus large écoute. Comme à Casablanca pour *TV5*, l'insatisfaction domine. Les téléspectateurs font une distinction assez affirmée entre les journaux télévisés et les magazines sur le plan de la crédibilité. La remarquable attraction qu'exercent

des magazines comme *Envoyé spécial* ou *Géopolis* sur les Tunisois s'explique d'abord par l'impossibilité pour eux de s'informer sur les sujets abordés à travers les médias nationaux. Elle tient aussi aux qualités journalistiques dont font œuvre les journalistes qui les élaborent. Les appréciations qu'expriment les interviewés sur ces magazines sont très largement favorables – même si, comme pour les *JT* on leur fait le reproche « *d'oublier la Tunisie de la carte du monde* ». « *Ces magazines, dit un instituteur, sont de vrais documents qui me permettent de remettre à jour ma culture générale. A travers eux, on arrive à mieux comprendre les événements et j'en discute souvent avec mes collègues* ».

Au sujet des journaux télévisés les attitudes sont contrastées même s'ils sont régulièrement suivis par la plupart des interviewés. Le journal de 20 h de la chaîne française n'a pas été repris dans la grille diffusée en Tunisie depuis 1989 : les autorités ont tenu à laisser le *JT* de la chaîne nationale sans concurrence. On observe un report d'écoute sur le journal de la seconde partie de soirée, plus fréquemment suivi en semaine que celui de 13 h – dont le *menu* est souvent perçu trop *hexagonal*, et le créneau peu compatible avec les horaires de travail. Nombre de personnes assidues des programmes d'information déclarent regretter « *la censure qui frappe le journal de 20 h* ». L'inconvénient présenté par l'heure tardive du *JT* de la seconde partie de soirée – réduit par l'horaire d'été (23 h 50 au lieu de 0 h 50) – ne décourage pas les plus mordus de l'information. La plupart affirment que cette édition répond à leur attente en matière d'actualité internationale : les reportages en direct sont un signe d'efficacité apprécié. La couverture de l'actualité du monde arabe est créditée de moins de professionnalisme, même si elle est très attendue.

Tout se passe, parmi de nombreux télé-spectateurs rencontrés, comme si un syndrome de la médiatisation de la guerre du Golfe continuait de marquer les esprits. C'est dans l'ensemble du Maghreb que les chaînes occidentales ont été alors perçues comme un instrument de croisade, parce qu'elles affichaient ouvertement un parti pris en faveur des Alliés contre le leader irakien. La large diffusion d'*Antenne 2* en Tunisie a cristallisé davantage les griefs contre ce qui était perçu là bas comme de la propagande agressive : « *La guerre du Golfe a démystifié la prétendue liberté d'information des médias occidentaux.* » *Antenne 2/France 2* n'a pas manqué de susciter aussi de vives réactions de la presse locale au sujet de sa couverture du conflit israélo-palestinien. On a le sentiment au cours des entretiens que des attitudes faites de circonspection et d'une plus ou moins grande marge de liberté d'interprétation (selon les autres sources d'information de la personne) sont mises en œuvre face à la médiatisation par *France 2* du processus de paix actuel. Ainsi par exemple : « *Les attentats terroristes sont mis en épingle mais on met le voile sur les conditions de vie dramatiques des Palestiniens en territoires occupés* ». Les enquêtes sont moins nombreuses à s'exprimer sur le traitement de la guerre civile algérienne par *France 2* – même si le sujet est généralement perçu comme d'un grand intérêt et « *l'exemple éclatant des déformations que la télévision française fait subir aux réalités* » (9). On a l'impression à écouter ceux qui délivrent leurs opinions qu'il y a d'abord, comme le dit un universitaire au cours d'un entretien « *un rejet du parti pris contre l'Islam qui traverse souvent le regard des journalistes étrangers. Ce parti pris s'alimente de la confusion entre Islam et islamisme ; comme si avec l'islamisme politique les musulmans étaient définitive-*

(9) Dans la couverture faite par les chaînes françaises aux actions terroristes et au dispositif sécuritaire en Algérie, la spectacularisation prend le pas sur l'information. On est tenté de faire le parallèle avec l'analyse que fait M. Sánchez – Janowski de la médiatisation des gangs à Los Angeles. « *Les reportages de fond, écrit il, ne font que profiter d'un intérêt créé par l'actualité pour faire du chiffre d'affaires en se présentant comme des analyses approfondies sur le sujet. Il est pourtant rare qu'ils permettent une meilleure compréhension du phénomène. Cela tient au fait qu'ils ne cherchent nullement à comprendre ce que sont vraiment les gangs* ». (cf. Les gangs et la presse. La production d'un mythe national. Paris : *Actes de la recherche en Sciences sociales*, n° 102-103, mars 1994 ; p. 109. Est ainsi évacuée l'analyse du processus complexe d'émergence de la société civile à la faveur des émeutes d'octobre 1988 et de la promulgation de la Constitution de février 1989.

ment condamnés aux pires catastrophes ». Il faut noter que les médias tunisiens réduisent de façon drastique leur volume d'informations sur l'Algérie, en même temps qu'*aucun* journal algérien n'est en vente dans le pays – tout comme au Maroc. On a l'impression que des barrages sont dressés sur ce sujet pour conjurer toute contagion : de montée en puissance de l'islamisme politique mais aussi de démocratisation. L'évitement du problème par les interviewés passe probablement par cette réalité globale, même si, pour eux, la télévision française est la source essentielle d'information sur la crise algérienne. Les réactions sont plus vives pour regretter l'extrême rareté de l'information sur l'actualité tunisienne. Ceux des enquêtés qui disposent d'une antenne parabolique font la comparaison avec *TF1*, « *qui rapporte parfois des informations que ne répercute pas France 2 soumise à une forme d'obligation de réserve* » affirme un étudiant (10).

Un intérêt remarquable est exprimé au sujet de l'actualité française en période électorale et des affaires de justice importantes, impliquant des personnalités politiques. Dans les interviews reviennent assez souvent des éloges sur le traitement qu'en fait *France 2*. Ce domaine franco-français, qui prend un regain d'intérêt quand interfèrent des incidentes sur les communautés immigrées, demeure le plus passionnant pour les téléspectateurs tunisois. Il rassemble deux ingrédients capitaux qui n'ont pas cours à la télévision nationale : liberté d'investigation et débats contradictoires. Dans les propos de certains interviewés, l'écoute des programmes relève même du divertissement, quand un *leader* français subit l'interpellation de journalistes. Le spectacle des jeux d'acteurs est très apprécié comme l'affirme cet étudiant : « *il me permet de m'évader de la monotonie de notre vie politique où tout est réglé d'avance jus-*

qu'aux urnes ». En général, le regard critique envers les programmes d'information est directement proportionnel au niveau d'études et au volume d'écoute du genre : les téléspectateurs les plus assidus en attendent le plus et sont assez souvent aussi les plus frustrés.

Notons enfin que la concurrence qui pourrait venir de *MBC* sur ce plan des programmes d'information (5 rendez-vous et une revue de presse) ne s'exprime pas dans les réalités. La chaîne saoudienne – qui dispose d'une antenne dynamique à Tunis pour la publicité et les relations de presse : ce que n'a pas *France 2* – réduit strictement l'actualité tunisienne aux grands événements tels que rapportés par l'agence de presse officielle, à des images exotiques sur le tourisme et à des potins mondains (mariage d'un prince oriental à Tunis, etc.). Dans le style qu'elle met en œuvre pour la promotion de l'Arabie Saoudite, des émirats du Golfe ou du Maroc, la chaîne a programmé un long publi-reportage pour marquer la fête nationale tunisienne – que nous avons pu suivre le 25 juillet 1995.

La diversité des programmes de fiction, et de sport attire davantage l'écoute masculine que féminine. Les magazines de société et *talk show* plaisent autant aux segments d'audience féminins et masculins de niveaux d'instruction secondaire et supérieur. La segmentation des auditoires face aux programmes de fiction et de sport est fortement marquée par le sexe. Comme pour les interviewés de Casablanca, deux principaux segments marquent l'écoute des programmes de fiction. Les hommes sont plutôt attirés par les produits d'origine occidentale et les femmes plutôt par ceux d'origine orientale. Dans ce genre, la télévision nationale (comme au Maroc et en Algérie), consacre une lourde partie de ses dépenses à l'achat de programmes sur les marchés internationaux, ce qui grève son

(10) Les jeux des rédactions de *France 2* et *TF1* (ou plutôt de leurs *patrons*) sont variés selon les activités des gouvernants à couvrir. Ainsi, on aura tour à tour apprécié, lors de la visite d'État du souverain marocain en France, début mai 1996, la position révérencieuse – bien que décontractée – des *professionnels* Duhamel et Mano l'interviewant dans l'un de ses palais pour *Invité Spécial*, le ton incisif et toujours heureusement candide de Mazure sur la même *France 2* – conjugué à l'écho fait aux voix de l'opposition dans son journal et, d'autre part, les mondanités serinées par Claire Chazal sur une *TF1* décidément sourde aux réalités marocaines : le groupe Bouygues y a des intérêts privilégiés, dont la construction de la Mosquée Hassan II (la plus grande d'Afrique) est le fleuron.

budget et lamine ses capacités de production, mais lui permet de garder des auditoires. Dans la forte écoute de la fiction de *France 2*, ce qui est le plus apprécié sont les produits américains, plus que les films français. Comme pour les programmes de sport, l'offre de la chaîne est plutôt bien reçue et complète celle de la télévision nationale. Les magazines culturels et de société de la chaîne, comme à Casablanca pour *TV5*, sont très attendus à Tunis par les téléspectateurs de niveaux d'études secondaires et supérieures.

Rognés dans leur volume par la nouvelle grille de *Canal 21*, les programmes jeunesse ont réussi à fidéliser fortement leurs auditoires. Le décalage de la programmation de la télévision nationale marquait son niveau le plus fort dans ce genre. Le lancement de *Canal 21* – dont le créneau de diffusion a été choisi en fonction de cela – ampute l'offre de *France 2* en matière de programmes jeunesse dans une proportion très importante. La diversité de son offre et leur volume (particulièrement le mercredi) ont donné une grande satisfaction aux jeunes téléspectateurs et à leurs parents. Dans les propos des enquêtés on a réalisé que c'est le genre de programme le plus fédérateur des attentes, et le moins critiqué – même si des parents ont soulevé le problème que posent les images de violence dans certains dessins animés et l'*overdose* de publicité qui les encadre. Les efforts entrepris par *Canal 21* pour répondre aux attentes des jeunes, ne diminuent pas chez un grand nombre d'entre eux une déception enregistrée après la disparition de leurs programmes sur *France 2*. Si leurs aînés ont appris l'italien pour suivre *Rai Uno*, eux ont grandi et tissé, six années durant, des liens particuliers avec la télévision française, ce qui ne les empêche pas de *zapper* pour aller sur les dessins animés de la première.

Les émissions de jeux de *France 2* sont d'abord perçues comme pouvant être regardées en famille. La plupart des interviewés ont trouvé celle (s) qui les intéressait (en) t. La comparaison ici est faite, fréquemment, d'abord avec celles de *Rai Uno* – dont la facture est autre. Malgré plus de

trente années de présence sur Tunis, la chaîne italienne n'a pas réussi à formater dans une mesure significative les goûts des téléspectateurs en matière d'émissions de jeux. Depuis que les *modèles Berlusconi* ont déteint sur la chaîne publique, le décalage par rapport aux goûts locaux est encore plus prononcé. Les Tunisois leur reprochent leur trop grande futilité et la masse de publicité qui les entoure. De plus, ces émissions apparaissent bien plus en conflit par rapport aux traditions locales que ne le sont celles de *France 2* (on cite souvent la légèreté vestimentaire des femmes). Elles sont ainsi moins *fréquentables* – du moins en famille. Les émissions de *France 2* offrent aussi l'attrait d'une grande diversité. Si *Des chiffres et des lettres* ne recrute qu'une clientèle confidentielle, *Fort Boyard* ou *Que le meilleur gagne* plaisent beaucoup à de plus larges auditoires. *La brosse à dents* de Nagui (autant, sinon plus pour l'identité de l'animateur que les qualités de divertissement de ses menus) est l'émission la plus citée du genre et celle qui plaît le plus. L'abondance des programmes de publicité est plutôt mal reçue dans les foyers tunisois. Elle est souvent perçue, à cause des difficultés matérielles d'existence, comme une agression qui perturbe la détente et l'information que l'on cherche dans la télévision francophone. Les interviewés sont nombreux à remarquer que la chaîne diffuse un plus grand volume de spots qu'à son arrivée en 1989. Les spots plaisent, amusent et fascinent, surtout les enfants et les femmes, mais en même temps ils agressent. Une partie des produits vantés par ces réclames existent sur le marché local, mais à des prix trop élevés pour la majorité des téléspectateurs. Les parents des classes modestes et défavorisées sont nombreux à affirmer spontanément qu'ils y voient un grave problème pour l'éducation de leurs enfants. « Parfois, affirme cet employé de bureau, je regrette vraiment que *France 2* puisse être reçue par mes enfants. C'est une intruse : elle perturbe le foyer car elle nous crée des besoins auxquels on n'a pas à penser ». Le travers (pour les parents) de prescripteur d'achat du message publici-

taire est davantage marqué en Tunisie qu'en France. Même si comme l'observe cette universitaire « *par la force de l'habitude les publics ont appris à regarder les spots de pub sans les voir, pour attendre le programme qui les intéresse* », pour l'image de *France 2* en Tunisie ce sont là des éléments qui renforcent les thèses des partisans de son rejet. Notons que les volumes de spots publicitaires de plus en plus considérables servis par la chaîne publique française viennent renforcer ceux non seulement de *Rai Uno* mais aussi de la télévision publique tunisienne et de *Canal Horizons* (en clair).

L'ampleur des coupes subies par France 2 rappelle son régime d'exception

Les coupes subies par la grille de *France 2* à son passage sur le réseau hertzien sont de plus en plus nombreuses et touchent des sujets diversifiés. Dès son lancement sur le réseau hertzien national, les autorités tunisiennes ont entrepris de réduire les éléments de la grille d'*Antenne 2* qui leur semblaient le plus en inadéquation avec les orientations politiques du régime et les traditions du pays. En effet, comme l'observe L. Chouikha (11), les interférences des télévisions étrangères « *tendent à faire augmenter les demandes et exigences des citoyens, tant à l'égard de la qualité des programmes nationaux que dans la manière de traiter l'information.* » Le journal de 20 h fut le principal élément du programme à subir, dès les premières semaines de la diffusion, les ciseaux du service compétent. Avec l'aggravation de la crise algérienne, particulièrement depuis 1993, de nombreux signes montrent un regain de contrôle des médias par les pouvoirs publics. Ce jeu ne manque pas de paradoxe puisque formellement trois chaînes de télévision indépendantes sont offertes sur le réseau hertzien en même temps que les deux canaux nationaux. Parmi ces signes on peut relever notamment l'abrogation de la loi de 1988 sur les antennes paraboliques et la forte pression sur la presse écrite : aucune cri-

(11) CHOUIKHA, 1995 ; 123.

tique des programmes n'est tolérée, excepté quand il s'agit d'un *message* du ministère de la Communication ou de la Présidence. Dès lors, dans les pages médias des quotidiens et magazines, la tendance générale est de reproduire les grilles sans commentaire, mais souvent avec des illustrations. Dans cette même période, plusieurs actions ont tenté de réduire la présence de *France 2*. Ainsi, le 7 novembre 1994, a été lancée *Canal 21*, seconde grille de l'*ERTT* programmée de 16 h 10 à 19 h. sur le canal de *France 2*, alors qu'aurait pu aussi bien être choisi celui transportant *Rai Uno*... La grille de *France 2* n'est relayée qu'après le journal. Signes plus expressifs du raidissement des autorités envers la chaîne publique française : on apprend, au cours des entretiens, que dans la même période des magazines d'information (dont *Géopolis*, cité plusieurs fois) et de société (particulièrement *Bas les masques*) ont été censurés. De plus des écrans bleus émaillent en nombre de plus en plus important les programmes de fiction, à chaque fois qu'y sont décelés des séquences « *qui peuvent heurter la morale et les traditions locales.* » Ce fut le cas par exemple, le 21 juillet 1995 où le téléfilm *Le diable au corps*, programmé pourtant après 23 h en a subi plusieurs. Les interviewés ne manquent pas de remarquer que la grille de *Rai Uno*, dont les fictions ne sont pas moins marquées par la libération des mœurs sexuelles pourtant, ne subit jamais ces coupures.

La multiplication des *écrans bleus* émaillant la grille de *France 2* provoque de vives réactions chez les interviewés qui ont été le plus à l'aise pour s'exprimer. Ces coupures dans la grille contrarient la majorité des interviewés d'abord par leur répétition et leur caractère brutal. Cependant, ils n'ont pas été nombreux à vouloir se confier à ce sujet, comme s'il était *normal* que *France 2*, comme les médias nationaux, subisse aussi le poids du contrôle des pouvoirs publics. Les programmes de *France 2* gardent leur auditoire par le fait de trois facteurs : la maîtrise de la langue, leur diversité dont une partie peut être regardée en famille, et

enfin le contrôle des pouvoirs publics sur les antennes paraboliques qui limite strictement l'accès aux autres chaînes étrangères. Parmi les interviewés dont les foyers sont équipés d'une antenne parabolique certains ont observé que ce sont les *écrans bleus* de France 2 qui les ont incités à entreprendre l'acte d'achat. « *Je voulais, résume ce chef de service dans une entreprise, en même temps pouvoir recevoir librement cette chaîne et d'autre part avoir un plus grand choix* ». Un journaliste, a remarqué au cours d'un entretien que Canal Horizons a bénéficié d'un regain dans le recrutement de ses nouveaux abonnés depuis la suspension de la commercialisation des antennes (4 décembre 1994) : la plus ou moins grande liberté d'équipement et les coûts du matériel sont appelés à influencer sur l'évolution de l'écoute de France 2. Si les auditoires de la chaîne ne sont pas acquis définitivement, on doit noter que deux autres facteurs lui offrent des atouts. La maîtrise de la langue d'abord : les Tunisiens sont plus à l'aise dans le français que dans les autres langues européennes. De plus, dans la diversité des programmes de la grille – par rapport aux autres chaînes étrangères –, il est plus aisé aux familles de choisir un programme attractif et fédérateur. Cependant, la multiplication des *écrans bleus* signifie que la présence de France 2 sur le réseau hertzien tunisien paraît de plus en plus ressortir d'un régime d'exception, et à ce titre soumise aux humeurs des dirigeants.

D'une enquête de terrain sur la réception de la télévision francophone dans deux grandes villes maghrébines on relève la remarquable acclimatation qu'en font les publics. Le mode ambivalent d'attraction/rejet (12) aurait probablement trouvé d'autres formes d'expression à Alger et Tizi-ouzou, qui constituent aussi des *gisements* d'audience importants. Les tensions et replis identitaires exprimés dans

l'ensemble de la région – et sous forme violente en Algérie – depuis le début de la décennie 80, font face à la *déferlante* des programmes télévisuels étrangers. La pluralité culturelle qu'offrent les usages du média télévision et son écoute par les publics relativise les dimensions et les effets de la montée en puissance de l'islamisme politique. Au Maroc et en Tunisie, ce que l'on constate c'est que les cercles potentiellement ouverts au credo de cette idéologie – l'abcès de fixation algérien constituant en même temps un espoir (pour les militants et sympathisants islamistes) et un repoussoir (pour leurs opposants) – peuvent être en *même temps* acquis aussi *volontairement* à l'écoute de la télévision francophone. Dans ce *premier âge* d'une offre concurrentielle de programmes, on constate une complexité des réactions. Il n'y a pas segmentation stricte entre des groupes de population proches des valeurs de la modernité et d'autres qui les rejetteraient globalement. Pour beaucoup de téléspectateurs ce sont souvent tout simplement, d'autres programmes que le média propose en plus de la télévision nationale, à laquelle on reproche de ne pas chercher à répondre aux attentes de ses publics potentiels. La télévision francophone a tendance à être choisie, sans traçage de territoire préconçu, comme un vecteur qui permet de suivre le rythme du monde. Ses programmes sont reçus dans des faisceaux de normes culturelles diverses selon les couches sociales : il n'y a pas uniformité de réponses, ni de satisfaction ou insatisfaction mais, dans la majorité des cas, au moins une curiosité pour la regarder. Cette fréquentation tend à « *recycler des flux culturels transnationaux par les cultures locales* » pour reprendre l'expression de A. Mattelart (13). Cependant ce processus, intervient à une époque où les sociétés maghrébines n'ont pas réussi à (re) constituer des identités nationales qui leur per-

(12) Même chargée de tous les maux, les attentes à l'endroit de la télévision nationale sont considérables. Cela se manifeste aussi chez les téléspectateurs maghrébins ou d'origine maghrébine vivant en France qui expriment un remarquable engouement à s'équiper en antennes paraboliques pour recevoir la télévision *du pays*. Cf. notre article : La pénétration des télévisions arabes et maghrébines en France. Une offre de programmes en phase avec des auditoires. Paris, *Dossiers de l'audiovisuel*, n° 68 ; juillet-août 1996.

(13) MATTELART, 1996 ; 111.

mette à chacune d'affronter avec moins de heurt l'entrée forcée (résultant des démarches des téléspectateurs et des chaînes satellitaires) dans cette « mondialisation de la culture ». On pouvait espérer dans les décennies 60 et 70 qu'allait être renforcée la mission éducative de la télévision : en lieu de cela elle a été utilisée, dans les trois pays du Maghreb comme un porte voix propagandiste (14). Dans ce contexte, D. Wolton soulève un problème crucial : « *on ne peut voir le monde, écrit-il, surtout si le regard et l'image en repoussent sans cesse les frontières, qu'à partir d'un lieu fixe, identifié, et avec la conscience de ses racines.* » (15).

Des usages et des effets fortement différenciés entre les strates sociales. Pour les foyers les plus aisés (y compris des classes moyennes supérieures) de Casablanca et de Tunis, la télévision de langue française est d'abord perçue comme une source de loisirs *parmi d'autres*. Sans qu'ils l'expriment toujours, on observe que les personnes qui y vivent ont généralement adopté des modèles véhiculés par ces programmes, par d'autres relais d'acculturation : école bilingue, voyages, fréquentation d'autres activités culturelles, milieu familial, etc. Les conditions matérielles et culturelles de vie des personnes favorisent l'écoute de la télévision étrangère (possibilité de voyages à l'étranger, équipement de confort, pouvoir d'achat, niveau d'études). Ces téléspectateurs disposent de nombreuses ressources qui permettent une *écoute détendue de la télévision des autres*. Le mode ambivalent d'attraction/rejet n'est perceptible que dans une mesure limitée : il y a autant de désir à rechercher ses programmes que de possibilités matérielles d'adopter (ou de « recycler ») éventuellement les modèles culturels et produits de consommation qu'elle propose : du *Windows 95* aux baskets *Nike*. L'exposition des publics faisant partie des classes modestes ou populaires (particulièrement à Tunis pour *France 2* en diffusion *tous publics*), ressort de toutes autres conditions.

Les images de *welfare* du monde occidental que donnent à voir ces programmes n'ont aucune, ou au mieux très peu, de lien avec les conditions matérielles de vie des foyers. La télévision étrangère est perçue comme l'un des éléments de cette urbanité brutale et inachevée que vivent les populations « exilées de l'intérieur » dans des cités sans âme, en rupture avec le mode de vie traditionnel. Pour ces catégories sociales, le mode ambivalent mis en œuvre dans l'écoute de la télévision francophone est bien plus accentué. En définitive, *l'arc en ciel* des modalités d'usage du récepteur de télévision, accouplé à d'inattendues utilisations de l'antenne parabolique, telles que nous les avons identifiées au Maghreb, tendent à conforter l'idée de P. Flichy « *qu'il n'y a pas de déterminisme technique* » sur les sociétés (16).

La télévision est actuellement le vecteur de la francophonie dans la région qui peut atteindre tous les publics. Le média ouvre de nouveaux cercles et modes d'usage à la langue française, après le laminage de ses quotas dans les systèmes scolaires. Même si la presse écrite de langue française éditée au Maghreb (en particulier en Algérie malgré un climat d'insécurité dramatique : cf. le nombre de titres et la tonalité critique) demeure d'une vitalité remarquable, c'est la télévision qui, actuellement, assure à la francophonie ses cercles d'audience les plus fidèles et élargis. Les émissions culturelles et documentaires sont perçues par les téléspectateurs les plus instruits comme un fabuleux moyen d'accéder au savoir et à la formation dans les mêmes années où le livre devient extrêmement onéreux et peu diffusé. Sur ce point, l'offre de *TV5* est en phase avec les attentes les plus significatives des auditoires potentiels, particulièrement les enseignants, lycéens et étudiants.

De plus en plus attendus par les publics – particulièrement au sujet de l'Algérie – les programmes d'information suscitent les plus vives réactions des auditoires. Observés du côté du pôle de la télévision

(14) Cf. MOSTEFAOUI, B : Évolution de la grille de la télévision algérienne de 1978 à 1994. Aspects d'une politique de programmation en crise. Paris, *Revue Tiers monde*, n° 146, avril-juin 1996.

(15) WOLTON, 1990 ; 146.

(16) FLICHY, 1990 ; 263.

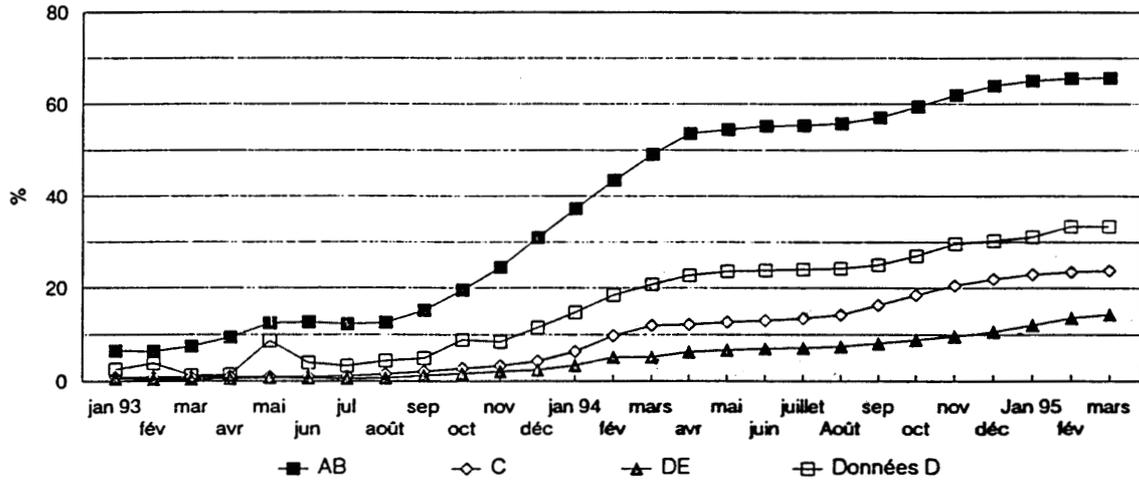
francophone, les programmes d'information condensent trois *ingrédients* incontournables : produit d'appel stratégique pour la sauvegarde d'une zone d'influence (en concurrence avec les États-Unis en particulier), obligations de réserve pour raison d'État et fortes attentes des publics. Il est important de noter dans l'actualité la plus immédiate que pour les téléspectateurs de Casablanca et de Tunis la télévision francophone est le vecteur essentiel d'information sur la crise algérienne, car tant les pouvoirs publics marocains que tunisiens – pour conjurer le mal – orientent et réduisent strictement sa médiatisation par les médias locaux.

« *Le recours forcé à des inventions étrangères peut acculer les sociétés émergentes à relever le défi de la modernité* » (17), estimait M. Aziza en 1978 – au moment où, pourtant, le poids de la thèse de « l'impéria-

lisme des technologies de l'information » était la locomotive des débats de l'Unesco et de cercles académiques dominants. Cette perspective d'approche, provocatrice en ce temps-là, conserve son mérite de prendre en considération autant les techniques que leurs usages sociaux – si vivants et novateurs quand on veut bien les observer comme ils sont, c'est-à-dire avec les gens qui pratiquent les outils dans leur vie quotidienne. Au bout de cette enquête, et dans cet élan, on veut souhaiter que les tiraillements des opinions publiques maghrébines entre le *credo* de l'État islamique et les valeurs de la démocratie soient rendus plus intelligibles par les programmes du média qui touche les plus larges publics de la région. C'est dans cet esprit que les chaînes du pôle francophone peuvent gagner en crédibilité et participer, dans chacune des sociétés, à stimuler la formation d'une opinion

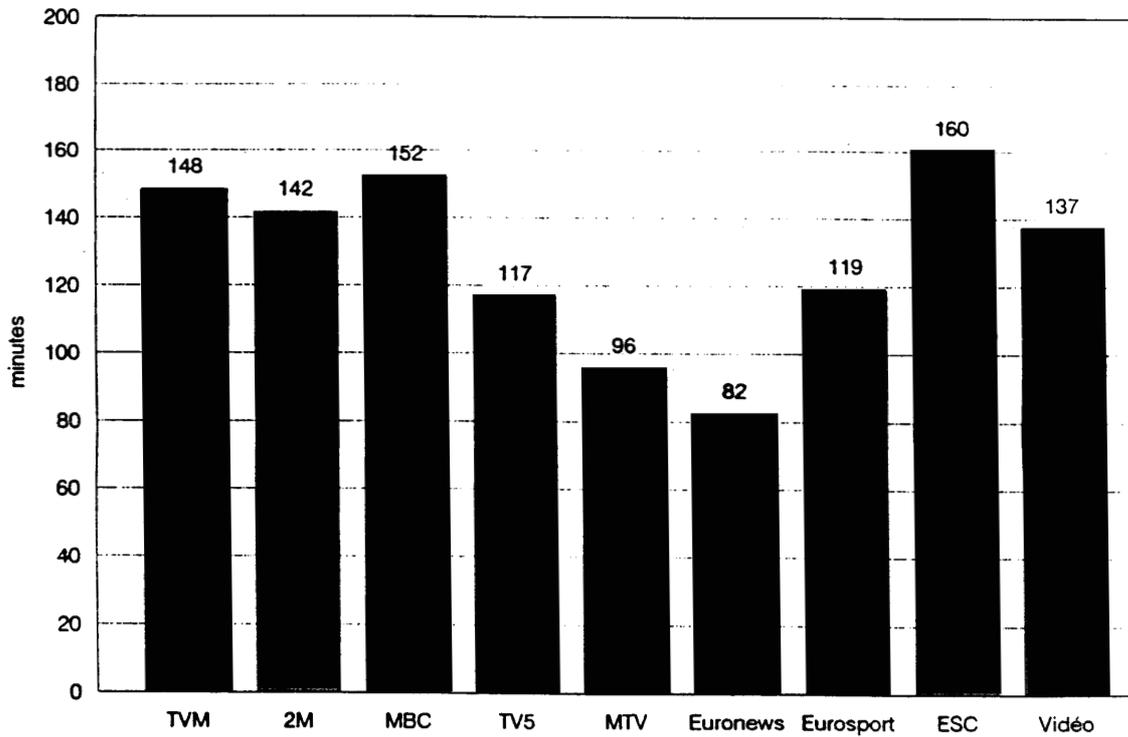
(17) AZIZA, 1978 ; 179.

Taux d'équipement en antenne parabolique des foyers de Casablanca
(source : Creargie, avril 1995)



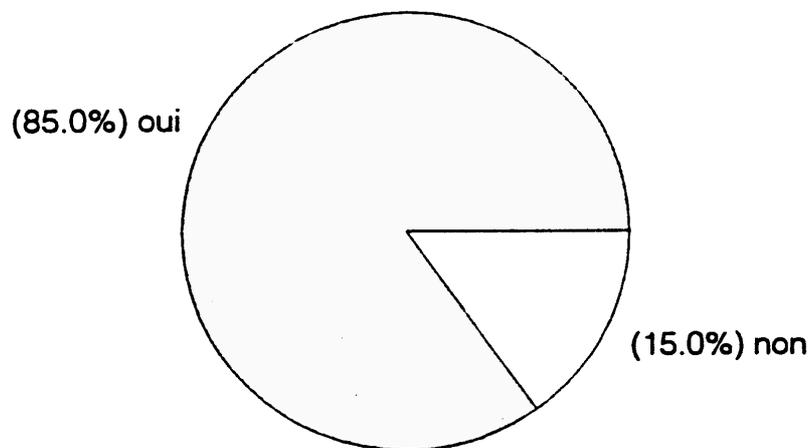
Graph n° 3 : durée moyenne de TV5 et des autres chaînes le 6 mai 1995
(source : Creargie Maroc)

Durée moyenne de l'audience de chaque chaîne par téléspectateur ayant regardé cette chaîne :



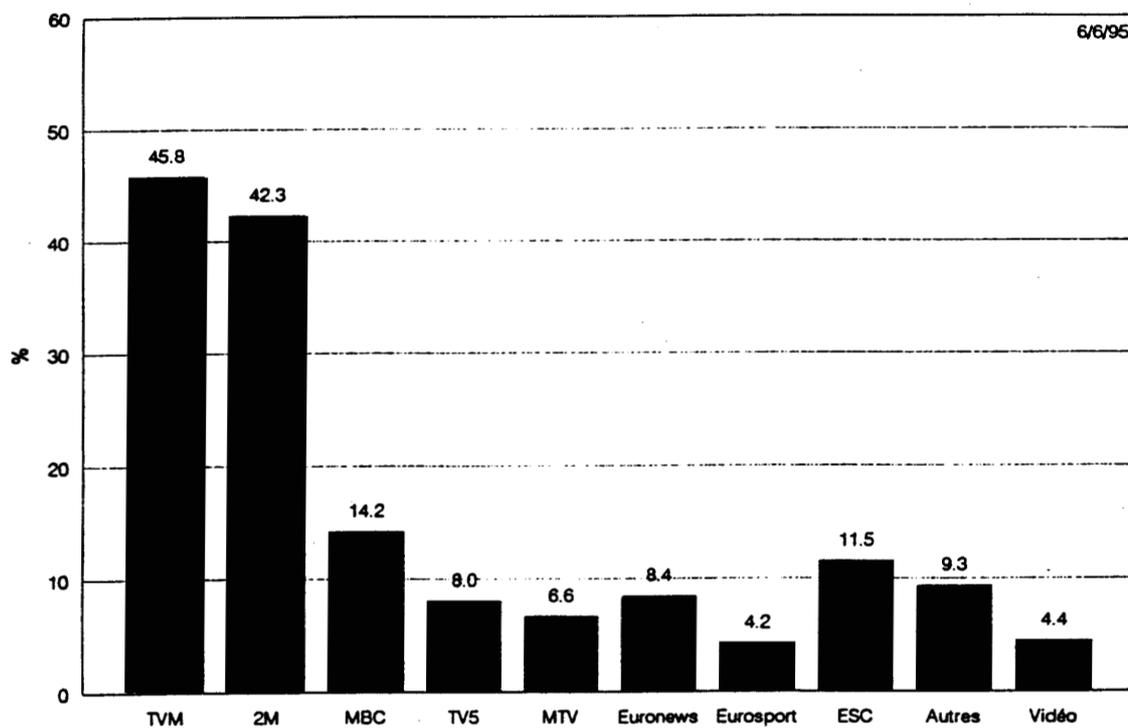
Audience globale de la télévision

Ont regardé la télévision ce jour :



Audience par chaîne

Part (%) des téléspectateurs ayant regardé ces chaînes ce jour :



RÉFÉRENCES

AZIZA M., *L'image et l'Islam*. Paris, Payot, 1978.

Patrimoine culturel et création audiovisuelle dans le Monde arabe. Paris, *Revue Tiers Monde*, n° 79, 1987.

BALLE F., La politique audiovisuelle extérieure de la France. Rapport au ministre des Affaires étrangères. Paris, La Documentation française, 1996.

BIANCHI J. et BOURGEOIS H., *Les médias côté public. Le jeu de la réception*. Paris, Éditions du Centurion, 1992.

CHOUIKHA L., Propriétés et particularités du champ politico-journalistique en Tunisie. Alger, *Médias, communication et sociétés. Nakd* ; n° 8-9, 1995.

CHAMBAT P. et EHRENBERG A., Télévision, terminal moral. Paris, *Sociologie de la télévision, Réseaux*, n° hors série, 1991.

CHEVALDONNE F., Médias et développement socioculturel. Introduction à *Lunes industrielles. Les médias audiovisuels dans le Monde arabe*. Ouvrage collectif, Aix en Provence, Edisud, 1988,

FLICHY P., Industries culturelles et techniques de communication ; Médias et communication en Europe. Miège, B, éd. Grenoble, Pug, 1990.

GATUNG G., Développement, environnement et technologies. Quelques aspects non économiques. *La fin des outils*. Ouvrage collectif. Paris, Puf ; Genève, Iud, 1977.

MATTELART A., Vers la mondialisation de la culture ? Paris, *Encyclopaedia Universalis*, 1996.

MOSTEFAOUI B., *La télévision française au Maghreb. Structures, stratégies et enjeux*. Paris, L'Harmattan, 1995.

SCHLESSINGER P., L'identité nationale, de l'incantation à l'analyse. Paris, *Hermès*, CNRS, n° 8-9, 1990.

WOLTON D., *Éloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*. Paris, Flammarion, 1990.