



Tourya Guaaybess

Les médias arabes

Confluences médiatiques et dynamique sociale

CNRS EDITIONS

Extrait de la publication

Présentation de l'éditeur



La libéralisation spectaculaire de l'espace médiatique arabe n'en finit pas de surprendre. Comment comprendre cette brutale explosion de créativité, ce foisonnement d'initiatives et d'énergie ? En quelques mois, ces sociétés auraient fait l'apprentissage de la liberté d'expression, les blogueurs réussissant grâce à Internet à contourner les censures étatiques et bousculer les pouvoirs en place.

L'Internet n'explique pas tout. Seul un détour par l'histoire permet de comprendre ces bouleversements sociaux : télévisions hertziennes au lendemain des indépendances, puis satellitaires lors de la première guerre du Golfe avec notamment la création de la chaîne Al Jazeera, affirmation des médias numériques, des réseaux sociaux qui, loin de faire de l'ombre aux anciens, contribuent au renforcement des interactions entre les différents médias... Tourya Guaaybess signe une étude vivante et documentée sur les grandes étapes de cette révolution médiatique, essentielle à la compréhension des transitions politiques en cours.

Maître de conférences à l'Université Blaise Pascal (Clermont-Ferrand), Tourya Guaaybess est notamment l'auteur de *Télévisions arabes sur orbite. Un système médiatique en mutation, 1960-2004* (CNRS Éditions, 2005).

Les médias arabes
Confluences médiatiques
et dynamique sociale

Tourya Guaaybess

Les médias arabes

**Confluences médiatiques
et dynamique sociale**

CNRS ÉDITIONS

15, rue Malebranche - 75005 Paris

© CNRS ÉDITIONS, Paris, 2011
Dépôt légal : décembre 2011
ISBN : 978-2-271-07359-4

Extrait de la publication

Confluence médiatique et différents niveaux de complexité

LES DIFFÉRENTS NIVEAUX DE COMPLEXITÉ

Lors d'une précédente analyse des médias arabes, nous avons avancé l'idée que les télévisions arabes, qu'elles soient nationales hertziennes, ou satellitaires – panarabes ou non – faisaient système, et que cette notion de système était un prisme fructueux pour comprendre ces médias¹ et les dynamiques fortes qui les traversaient par-delà les frontières. Cette idée naissait entre autres de la constatation que les chaînes se faisaient concurrence pour une même audience arabophone, suggérait que les interdépendances constatées sont aussi importantes que les spécificités de telle ou telle chaîne (ou groupe), et plaçait d'emblée l'analyse dans le temps plutôt long. L'actualité par le rythme qu'elle impose et le recul qu'elle interdit, est en effet une contrainte dangereuse pour le chercheur, quelle que soit la discipline d'ailleurs.

Aujourd'hui pourtant, les pays arabes, et leurs nouveaux médias sont sous le feu de l'actualité; les « printemps » semblent bousculer les faits établis, fragiliser les analyses et les certitudes, et exiger des paradigmes et des analyses nouvelles. Étudie-t-on l'émergence de Facebook, ses usages, et son rôle comme on étudierait les conséquences de l'émergence de la radio sur la presse écrite ? En réalité, la notion de système reste féconde aujourd'hui : il faut même la pousser un peu

1. Guaaybess T., *Télévisions arabes sur orbite, Un système médiatique en mutation (1960-2004)*, CNRS éditions, 2005.

plus loin, et considérer que *tous* les médias font système. On peut faire un parallèle immédiat entre l'idée de système et la transformation actuelle du secteur médiatique, l'idée de « convergence numérique » semblant offrir une traduction concrète à l'idée d'un système médiatique complet².

À l'époque de l'émergence d'Internet, une idée a (re)fait surface, celle selon laquelle « un média chasse l'autre », écho à la bulle technologique qui avait pour moteur la conviction qu'Internet allait bousculer profondément l'économie réelle, menaçant dans leur existence même des secteurs économiques entiers. Le parallèle était de mise dans le discours sur les médias : Internet allait rendre obsolète la télévision, sans parler de la presse écrite, déjà malmenée par ailleurs. Et pourtant, Internet et les nouveaux médias se sont ajoutés – combinés – aux autres, en ont peut-être modifié les usages, mais ne les ont nullement remis en cause dans leur nature même. Internet et les nouveaux médias peuvent tout à fait, sur un plan méthodologique, et dans le cadre analytique que nous avançons, être analysés avec les autres médias. Plus encore : il est très utile qu'il en soit ainsi.

La difficulté aujourd'hui est de trouver le prisme analytique adéquat pour intégrer la presse, la radio (dans une moindre mesure), la télévision, satellitaire surtout, Internet et les réseaux sociaux, tout cela dans un environnement régional parfois mouvant, parfois immuable, parfois cloisonné, parfois ouvert, et où les frontières ne sont pas forcément où l'on croit. Ces différents niveaux de complexité rendent inopérante, au moins si on veut comprendre un peu mieux « les médias arabes », une étude partielle concentrée sur un média (la plupart du temps, c'est Al-Jazeera). De même, il serait vain de vouloir comprendre les mouvements sociaux en Égypte, ou même la blogosphère égyptienne, en ne se concentrant que sur Waël Ghoneim, figure emblématique de la mobilisation place Tahrir. Nous ne prétendons pas tout comprendre et tout exposer, nous avançons juste l'idée qu'un objet ayant autant de niveaux de complexité que « les médias arabes » requiert une approche adaptée. Pourrions-nous comprendre les médias en France, ou en Europe, en nous contentant de l'étude de la BBC ?

2. Englobant tous les médias dans une dynamique commune.

ÉTAPES DE NOTRE ANALYSE

Il serait tentant de remonter à l'histoire de la presse écrite dans le monde arabe, puis à la genèse de la radio, etc., en montrant à chaque fois l'évolution du système. En théorie, cela devrait aider. Dans la pratique, ce travail a déjà été fait, et relève plus de l'historien que du spécialiste en sciences de l'information. Par ailleurs, nous constatons une accélération très sensible de la dynamique au cours des deux décennies passées, qui ont sans doute vu davantage de transformations du système médiatique arabe que durant le siècle précédent. Dans cet ouvrage, nous prenons donc pour point de départ les télévisions satellitaires, qui ont entraîné une accélération dans l'évolution du système, et marqué le début de la fragilisation des pouvoirs étatiques. Sans céder à un optimisme béat, nous constatons que les fondements du pouvoir étatique traditionnel ont été mis à mal par les télévisions satellitaires. Les hypothèses que nous avons formulées, liées à l'émergence d'un espace public médiatique permise par les télévisions satellitaires, n'ont été ni invalidées, ni validées – jusqu'à l'apparition d'Internet.

Internet n'a pas en lui-même permis les mouvements de révolte. Il a simplement modifié un peu plus l'équilibre du système de pouvoir en place, comme tout média avant lui, ce qui a permis dans certains pays et contextes particuliers le débordement de la puissance publique. Mais là encore, gardons-nous bien de tout optimisme déraisonné: il y a eu des basculements cruciaux en dehors de la sphère médiatique. Pour notre part, nous nous concentrerons sur l'étude du système médiatique, faisant référence lorsque nécessaire au contexte régional, nous attachant surtout à comprendre le fonctionnement des médias dans un environnement social donné. Le reste n'est pas de notre ressort. Dans le premier chapitre, nous abordons les grandes étapes de la constitution et de l'enrichissement du système, analysant les acteurs-clé, leurs forces et leurs faiblesses, et les secteurs importants, de même que l'évolution des contenus. L'information est un de ces secteurs, cependant nous y consacrerons une place moins importante qu'à la religion, par exemple: une étude des chaînes religieuses et de la place de la religion dans le secteur satellitaire donne des enseignements précieux sur l'évolution du système.

Le système médiatique arabe, dans ses composantes écrite, audiovisuelle, ou numérique, a évolué de façon très rapide au cours des deux

décennies écoulées. Les changements ont été profonds, et ont touché l'ensemble des pays, à des degrés divers. Récemment, le rattrapage du train « Internet » a commencé ; s'il se fait rapidement à un niveau régional, les résultats sont très mitigés au niveau national. Il nous a paru important de présenter dans un deuxième temps la situation des pays arabes au regard des principaux critères déterminant le développement du secteur audiovisuel : nous présentons rapidement l'environnement de croissance et d'investissement, les efforts réalisés en termes d'infrastructures (et on verra que la région est très dynamique), l'évolution de la publicité qui reste un nerf de la guerre, et enfin l'évolution démographique qui joue un rôle crucial aujourd'hui. Ces éléments globaux en main, nous serons à même d'entrer dans le détail de ce qu'on désignera comme la *confluence médiatique*.

Celle-ci sera étudiée par une attention plus particulière portée à la situation en Égypte. Si en effet l'analyse du système audiovisuel, ou des facteurs globaux déterminant l'évolution du système médiatique, peut être réalisée au niveau régional, l'intégration des nouveaux médias et notamment des réseaux sociaux (pour autant qu'il s'agisse de médias) requiert une analyse un peu plus détaillée, qui ne peut être faite qu'au niveau d'un pays. D'une part nous nous apercevons que les blogs réintroduisent la notion de frontières là où les télévisions satellitaires les avaient souvent effacées ; d'autre part, les blogueurs émergent de contextes sociaux particuliers, et même si à un certain moment les médias transnationaux en font un phénomène global, on ne peut comprendre leur intégration au système médiatique qu'en revenant à une logique nationale, égyptienne dans le cas présent. Nous aborderons néanmoins plus brièvement la situation d'un ou deux autres pays.

LA CONFLUENCE MÉDIATIQUE

Le prisme analytique que nous avons isolé pour mieux comprendre la complexité des évolutions est le concept de confluence médiatique. L'idée de convergence numérique, souvent avancée pour rendre compte de l'irruption d'Internet et puis de la téléphonie mobile « sophistiquée » dans le champ médiatique et social, accorde une importance que nous

jugeons excessive au média électronique. La convergence numérique dans le secteur médiatique traduit la disponibilité de plusieurs médias autrefois distincts sur un même support. On peut analyser l'évolution de la presse sur Internet, de la télévision sur Internet, etc. Mais cette idée ne permet pas de rendre compte de la coexistence de plusieurs médias sous des formats différents, formats qui par eux-mêmes ont une influence essentielle sur l'évolution du système.

La confluence médiatique que nous proposons traduit l'imbrication progressive des médias au sein d'un système « complet » permettant la coexistence de plusieurs formats (papier, audiovisuel, numérique) et de plusieurs médias (presse, audiovisuel, Internet). Elle permet de rendre compte de l'interdépendance croissante existant entre ces différents médias, qui ont chacun leur rôle à jouer. Les modes de production changent, de même que les usages ou la réception des messages, mais aucun des médias existants n'apparaît miscible dans le numérique. Au contraire, postuler l'importance du numérique requiert des médias traditionnels forts : ce sont ces derniers qui ont donné aux numériques la force de frappe qui fut la leur. La complémentarité entre les différents médias est plus importante que jamais, l'apparition d'un nouveau média consolidant le système plus qu'elle ne l'affaiblit, et il nous est apparu essentiel que cela soit le socle de notre analyse. Sans quoi, nous aurions simplement proposé une énième étude d'Al-Jazeera – non qu'Al-Jazeera ne soit pas importante. Au contraire, la chaîne est un des pivots du système médiatique arabe. Mais pour la comprendre, il faut d'abord être au clair avec l'environnement dans lequel elle opère. De même, avant de conclure sur l'importance de tel ou tel blogueur dans un mouvement social donné, convient-il de clarifier ce qu'est la blogosphère, la relation qu'elle entretient avec le « monde extérieur », et avec les médias hors la toile. S'il est théoriquement possible que quelques jeunes blogueurs aient réussi à éclipser un système médiatique entier et à faire une révolution, le concept de confluence médiatique, nous aidant à « sortir de la toile », nous suggère que les choses n'ont pas été aussi simples.

Contrairement à ce qu'on aurait pu croire, la presse écrite continue d'afficher une santé relativement bonne. Elle est née très tôt dans les pays arabes, les premiers quotidiens ont ainsi paru dès la fin du XIX^e siècle, et ont été rapidement intégrés dans la vie politique et intellectuelle. Elle a connu une période florissante, les grands

journalistes jouissant d'une aura indéniable. Elle a fort bien résisté à l'apparition de la radio, puis à la démocratisation des transistors. Elle a encore survécu et s'est même développée davantage lorsqu'aux indépendances, les gouvernements ont mis en place les premières télévisions hertziennes. Aujourd'hui, la presse garde sa place entière aux côtés des autres médias. Internet, loin de la menacer, a été adopté par elle, et sert de complément ou de soutien à ses éditions papier. Plus important, Internet demeure un vecteur de croissance important pour la presse, puisque son taux de pénétration reste relativement faible, et que l'usage d'Internet permet souvent une couverture en temps réel de certaines situations. En contrepartie, Internet exerce une contrainte importante : le temps de la production est bien plus long pour un journal, fut-il quotidien, que pour un message de blog ou un Tweet, et ces derniers ne sont soumis à aucune ligne ou aucun filtre éditoriaux. La presse a donc dû s'adapter dans le format – dans les contenus aussi. Enfin la nécessaire vérification des informations, théoriquement au cœur du métier de journaliste, est plus difficile.

Concernant le secteur télévisuel, les défis importants auxquels il est confronté ne viennent pas de la toile, mais de l'intérieur du système : la grande fragmentation des chaînes et une difficulté à proposer une offre véritablement différente engendrent une concurrence potentiellement destructrice, des recettes publicitaires faibles tant pour les télévisions gratuites que payantes. Pour ces dernières, on déplore, malgré leur essor considérable, de faibles taux de pénétration, une concurrence ardue des chaînes gratuites, ou encore un développement du piratage générant une perte de revenus. La rentabilité des chaînes existantes et des projets en cours est assez aléatoire, et malgré l'existence de plus de six cents chaînes gratuites, on constate une concentration marquée des recettes publicitaires qui restent globalement faibles malgré leur croissance rapide. Si la domination de certains groupes est indéniable, les mouvements de consolidation constatés, surtout au sein des groupes dominants, confirment la fragilité des différents acteurs du secteur, dans un contexte de faible visibilité sur les recettes futures. Ce dernier élément est crucial pour la croissance du secteur : seuls des acteurs à l'assise financière très solide peuvent se permettre la prise de risque associée au lancement d'une nouvelle chaîne. Ces défis exigent des réponses diverses de la part de tous les acteurs du système, qu'ils soient privés ou publics, et font souvent revenir l'État au centre du jeu médiatique.

Les nouvelles technologies contribuent enfin au remodelage technologique ou à la modernisation du système médiatique arabe. Pour ce qui est de la télévision, les pays du Golfe restent les plus avancés, en raison d'une puissance financière qui leur a permis très tôt d'initier le mouvement de modernisation, et de le poursuivre à grande échelle. Ainsi, si la télévision numérique terrestre fait son apparition et diffuse en Afrique du Nord, les pays de la péninsule arabique introduisent eux la télévision IP, ou la télévision par Internet (*IPTV* en anglais), autorisant une flexibilité inconnue sur la télévision par câble. De nouveaux services sont ainsi offerts comme la télévision en direct, la vidéo à la demande («*video-on-demand*» ou VoD), les services de rattrapage («*catch-up TV*»). L'introduction du haut débit, ou large bande («*broadband*»), permet ces avancées, qui autorisent de plus en plus de passerelles avec les téléphones portables, sur lesquels les mêmes services peuvent désormais être offerts : de la presse écrite à la télévision, tant pour les divertissements que pour les informations. Ceci laisse entrevoir en retour des perspectives intéressantes pour la publicité sur ces nouveaux supports de diffusion des médias et des messages médiatiques. Nous avons là une illustration de notre propos : le système médiatique se complexifie à mesure de l'arrivée de nouveaux médias, sans pour autant changer de nature, les médias restant liés entre eux par des liens sans cesse plus complexes. Plus encore, l'arrivée d'un nouveau média consolide le système plus qu'elle ne l'affaiblit.

Les nouveaux médias et la concurrence qui en résulte, de même que les infrastructures techniques requises, ou l'évolution du système audiovisuel et la nécessaire amélioration qualitative des productions, requièrent une assise financière de plus en plus solide. Nous verrons à cet égard que les pays du Golfe reviennent en force et acquièrent progressivement une centralité importante, qu'ils n'ont pas eue depuis longtemps. Ils réalisent d'importants efforts d'investissement et de modernisation, surtout à destination, non des pays du Maghreb, mais d'une large audience de langue indienne qui constitue aujourd'hui un moteur de croissance important, incitant à se demander ce qu'est le « monde arabe » au niveau de l'offre médiatique.

Au terme de notre recherche, nous mettons en évidence une nécessité que nous avons déjà perçue en filigrane : la nécessité de dédramatiser l'analyse des médias arabes. En substance, ce n'est pas parce que les médias émergent dans une zone de guerre, ou que les grandes tendances du secteur coïncident à un moment de leur histoire

avec des tensions géopolitiques, que l'analyse des médias arabes doit porter en permanence les stigmates de conflits qui, certes, ont leur importance, mais qui n'englobent pas la sphère médiatique. Autrement dit, les mêmes outils d'analyse, les mêmes méthodologies que celles employées pour l'étude des médias dans des zones telles que l'Europe ou les États-Unis suffisent pour comprendre la dynamique profonde du secteur médiatique arabe. Dans cette analyse, il faut parfois invoquer la science politique, parfois la sociologie ou l'histoire, un peu plus souvent l'économie. Une telle flexibilité est d'ailleurs nécessaire dès la phase de définition de l'objet de recherche : l'étude du rôle des médias dans les tensions géopolitiques (ou la réciproque) est une problématique réelle, sans doute intéressante, mais se limiter à celle-là n'est pas suffisant pour prétendre comprendre les médias arabes. Notre ambition pour le présent ouvrage est, à travers le concept de confluence médiatique, de suggérer des pistes pour l'analyse d'un système très dynamique aux portes de l'Europe, et dont les priorités et les stratégies de croissance ne sont pas forcément celles que nous retenons.

Les télévisions satellitaires : consolidation d'un marché arabe de l'audiovisuel

Les bouquets, composante essentielle du système télévisuel arabe

INTRODUCTION : UN FOISONNEMENT SATELLITAIRE

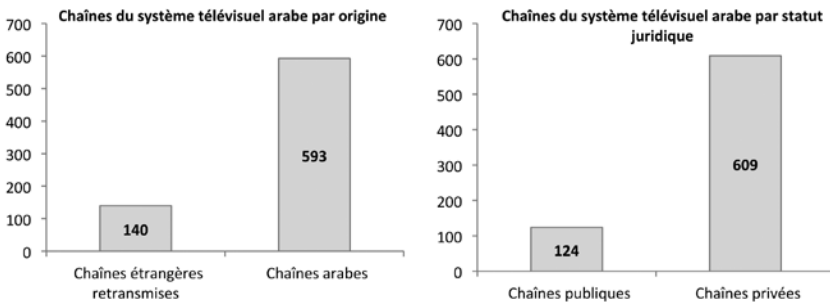
Le système télévisuel arabe est né et s'est considérablement enrichi au cours des deux décennies écoulées, attirant un intérêt croissant de la part des observateurs occidentaux. Ce secteur s'est structuré autour de deux pays principalement : l'Égypte et l'Arabie Saoudite, d'autres ayant rejoint le mouvement plus tardivement comme le Qatar ou ayant joué un rôle certain, mais secondaire, dès le début, comme le Liban ou même la Syrie. En termes d'acteurs, ce sont les Saoudiens, par leur force de frappe financière, qui ont créé les plus grands groupes, autour desquels les autres ont gravité. Ces bouquets ont été en quelque sorte la matrice ou l'ossature qui a servi de support au secteur, ils ont diffusé les premières chaînes étrangères, importé (adapté) les premiers programmes étrangers, produit aussi les premiers contenus « locaux » qui ne sont bien évidemment pas *que* religieux.

En cela, et contrastant avec l'image de conservatisme qui leur est attachée, ils ont été les précurseurs d'un véritable marché, porteur parfois de valeurs ou d'images qu'ils auraient pu réprouver, qui s'est développé à l'échelle régionale. Si Al-Jazeera attire – par facilité peut-être – le plus les regards, c'est plus par sa liberté de ton, toute relative, que par son importance systémique. Nous ne nions

pas cette importance, qui se manifeste dans le secteur de l'information ou plus récemment dans celui du sport, mais il est hasardeux de la surévaluer. Un groupe de pays est peu présent : le Maghreb, dont il faut bien avouer qu'il est, d'un point de vue médiatique, à la périphérie du système. D'ailleurs, les grands acteurs du secteur que sont les opérateurs du Golfe se tournent bien davantage vers le sous-continent indien que vers le Maghreb, qui est ainsi à l'écart de la tendance de fond sur laquelle nous nous concentrons.

Aperçu général

Selon le dernier rapport de l'*Arab States Broadcasting Union*¹, il y a 470 sociétés arabes impliquées dans le secteur des télévisions satellitaires, dont 444 privées et 26 publiques. Ces 470 sociétés diffusent 733 chaînes sur la région dont un cinquième environ (140) sont étrangères, les quatre cinquièmes restant étant arabes (593). Si nous les classons par type de propriétaire, 124 chaînes appartiennent à des entités publiques, 609 chaînes appartiennent au secteur privé.



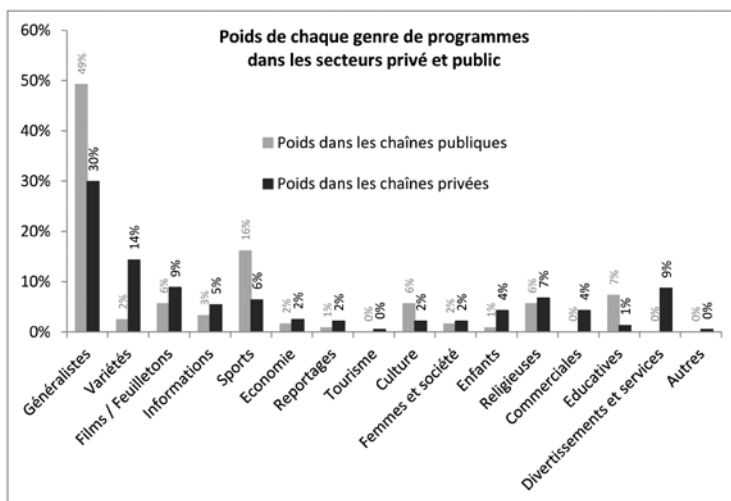
Source : Arab States Broadcasting Union

En termes de types de chaînes, nous remarquons quelques différences notables entre le secteur privé et le secteur public. On trouve proportionnellement plus de chaînes généralistes dans le secteur public (près de la moitié), ce qui est un héritage du passé, les chaînes satellitaires publiques ayant souvent été des versions relookées des anciennes

1. *Al-Bath Al-Fada'i Al-Ârabi, Attaqrir Assanawi Li-âam 2010* (en arabe), Les télévisions satellitaires arabes, rapport annuel 2010. L'ASBU est une organisation qui dépend de la Ligue Arabe.

chaînes publiques du réseau hertzien². En revanche, on trouve beaucoup plus de chaînes de divertissements, de variétés, de cinéma ou d'information dans le secteur privé : il s'agit là de l'unique moyen, au départ, pour le secteur privé naissant de différencier son offre. Cette segmentation de l'offre tendant à privilégier le divertissement est également due à la difficulté pour les acteurs privés de traiter directement de questions politiques dans le contexte de régimes autoritaires. Enfin, on retrouve une proportion assez proche de chaînes religieuses dans les deux secteurs (5,9 % dans le public, 6,7 % dans le privé).

Graph 2. Répartition des chaînes par genre



Source : Arab States Broadcasting Union

La langue : l'arabe, plus que jamais

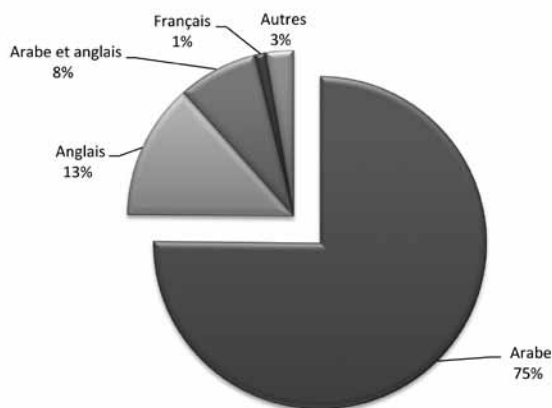
Les trois-quarts des chaînes ont adopté l'arabe comme langue de diffusion ; l'arabe moderne ou « médian », (*arabiya wousta*) pour reprendre Jacques Berque³, ni complètement classique (ou *fousha*),

2. Guaaybess T., *op. cit.*

3. BERQUE J., « Le problème de la langue », in *Cinéma et Culture Arabe*, Centre interarabe du cinéma et de la télévision, Beyrouth, 1964, pp.187-193. On parle aussi d'« arabe standard » à l'instar de Ibrahim K. T. in « L'Algérie : coexistence et concurrence des langues », *L'Année du Maghreb* 2004, p. 207-218, CNRS Éditions, Paris, 2006.

ni tout à fait dialectal, a de toute évidence fini par s'imposer par le truchement des médias transnationaux. La langue étrangère dominante est l'anglais, avec 97 chaînes exclusivement anglophones, et 57 chaînes bilingue arabe-anglais. Le français arrive en troisième position avec 8 chaînes seulement dont c'est la langue principale de diffusion; 15 chaînes au total diffusent des programmes francophones. Le français n'est jamais la langue exclusive et, bien sûr, on le retrouve surtout au Maghreb. Si l'usage du français est pour ainsi dire un héritage de l'histoire, il ne s'est pas étendu à la faveur de la transnationalisation des flux télévisuels qui a plutôt favorisé l'arabe, voire l'anglais véhiculé, notamment, par les chaînes originaires des pays du Golfe persique. Au Machrek, le français est utilisé au Liban, en Égypte, en Palestine et en Arabie Saoudite, presque toujours en combinaison avec l'arabe et l'anglais sur des chaînes trilingues. La diffusion très large de l'anglais remonte au milieu des années 1990, période de l'établissement des premiers et principaux bouquets, qui ont d'abord alimenté les structures qu'ils mettaient en place avec des contenus anglophones, à savoir les grandes chaînes américaines d'information, de divertissement, de cinéma, et d'autres.

Graphe 3. Répartition des chaînes par langue dominante



Source : Arab States Broadcasting Union

La catégorie improprement appelée « autres » comprend notamment trois chaînes marocaines utilisant l'amazigh, l'espagnol et le

hassania (langue de la région de Laayoûne)⁴; huit chaînes du groupe ART – sur lequel nous reviendrons plus longuement – de langue indienne; et deux chaînes, palestinienne et syrienne, qui utilisent l'hébreu. Finalement, les chaînes publiques ne sont pas moins multilingues que les privées. Ceci apparaît dans le cadre de chaînes berbérophones lancées par les institutions publiques, en Algérie et au Maroc. Pour expliquer le lancement en 2010 de la chaîne publique Tamazight, à l'heure des chaînes transnationales, son directeur Mohamed Mamad affirmait « Pour atteindre l'universalité, il faut reconnaître ses identités propres ». C'est effectivement une carte que les États auraient vocation à jouer pour défendre une télévision de service public⁵.

Le dernier aspect qu'il nous paraît important de présenter concerne l'atomisation assez poussée du secteur privé. Outre deux grands groupes ou bouquets payants qui détiennent plus du tiers des chaînes privées, auxquelles on peut adjoindre des bouquets totalement ou partiellement gratuits comme MBC, LBC ou Al-Jazeera, plus modestes en taille mais pas en audience, le marché est éclaté en une myriade de chaînes à la rentabilité souvent douteuse.

Les bouquets satellitaires sont une composante essentielle du pan privé du secteur télévisuel arabe. Ce dernier est en effet composé de deux types d'entités, très distinctement polarisées en termes de taille. D'un côté, les grands groupes offrant des bouquets qui, bien qu'en nombre restreint, diffusent la moitié des chaînes privées. De l'autre, plus de 300 chaînes. Nous avons peu de données directes sur leur rentabilité mais il est clair qu'elles sont généralement loin d'offrir une vitrine satisfaisante aux annonceurs⁶.

Les deux bouquets dominants, ART et Orbit-Showtime, diffusent la quasi-totalité des 140 chaînes étrangères répertoriées par l'ASBU en 2010. On retrouve là encore un héritage du passé, ces groupes ayant émergé au milieu des années 1990 en proposant à grande échelle les chaînes américaines d'information ou de divertissements divers qui avaient fait leurs preuves en termes d'audience ailleurs dans le monde.

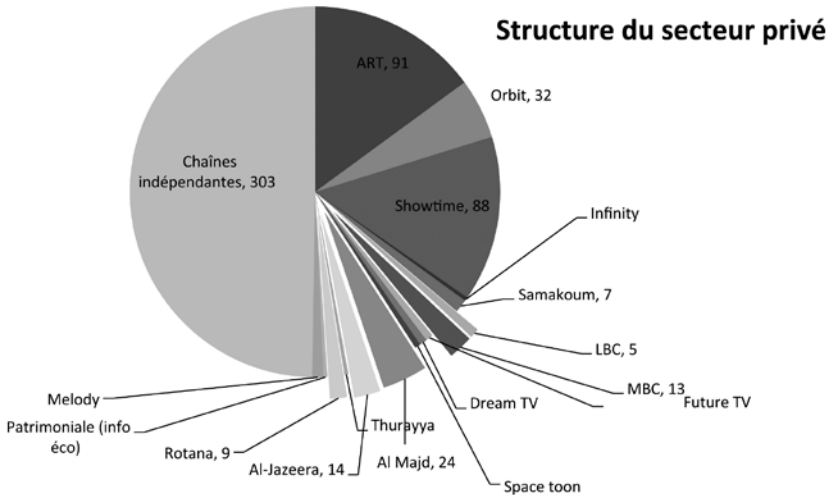
4. Quatre des six chaînes marocaines emploient au moins une autre langue que l'arabe, ce qui révèle une attention particulière des autorités à l'égard des minorités linguistiques.

5. Entretien avec l'auteur, le 29 juin 2011.

6. Dubai Press Club, *Arab Media Outlook 2009-2013 Inspiring Local Content*, Dubai, 2009.

Ce n'est que dans un deuxième temps, après le début des années 2000, que la croissance très forte, voire anarchique, du secteur privé s'est faite, avec la multiplication de chaînes privées « indépendantes » arabes.

Graphe 4. Principaux acteurs du secteur privé



Source : Arab States Broadcasting Union

Les principaux bouquets sont au nombre de sept : ART, OSN (Orbit-Showtime Network), LBC (Lebanese Broadcasting Corporation), MBC (Middle-East Broadcasting Company), Al-Jazeera, Al-Majd et Rotana. Ces bouquets sont loin de proposer une offre homogène ; si aujourd'hui on peut dire que tous les genres ont été tentés, nous arrivons à une période de maturation où les opérateurs, après avoir eu pour objectif de couvrir tout le spectre de segments possibles, commencent à percevoir les limites d'une telle approche, surtout à l'ère de la convergence numérique où le spectateur devient actif. Les grands groupes s'évertuent à mettre en adéquation leurs programmes avec les spécificités de la population visée : là où il suffisait il y a quelques années de quadriller la population (les jeunes, les femmes, les enfants, les religieux...), on vise aujourd'hui des jeunes *arabes*, des femmes *arabes*, etc. Le goût supposément immodéré des spectateurs pour les productions occidentales a finalement atteint ses limites et après avoir ratissé large, un peu comme s'ils sondaient une audience mal connue, les producteurs/diffuseurs élaborent aujourd'hui

Remerciements

Un tel ouvrage ne peut être que le fruit de rencontres, nombreuses et enrichissantes tant en Europe que dans le monde arabe et même au Japon, où j'ai pu, grâce au Professeur Yasushi Kosughi, mesurer l'intérêt que l'on porte aux médias arabes.

En tout premier lieu, je tiens à exprimer ma profonde gratitude à Jean-François Colosimo qui est à l'initiative de ce livre. J'espère ne pas avoir trahi sa confiance.

Je remercie Yves Gonzalez-Quijano pour ses encouragements amicaux. Parmi d'autres fins connaisseurs du monde arabe, beaucoup m'ont apporté leur aide, ont lancé des passerelles utiles à mon travail de terrain. Emergent ici Aârab Issiali qui assure un travail de veille des médias dans le Sud de la Méditerranée, Hugh Miles qui est bien plus que *le* spécialiste d'Al-Jazeera, Ahmad Mahmoud, qui du journal *Al-Ahram* au Caire voit évoluer son pays avec le sourire, toujours. J'ai eu le plaisir de passer place Tahrir avant de regagner la France la veille du 25 janvier ; Yushi Chiba avec qui j'effectuais une mission de recherche s'en souvient sans doute. Evidemment, aucun ne saurait être tenu responsable des analyses, conclusions, erreurs ou omissions de ce livre.

Pour son soutien indéfectible, je remercie Elias Abou-Haidar, économiste spécialiste de l'économie égyptienne et des pays « émergents », avec qui j'ai eu des discussions indispensables sur les développements économiques.

En dernier ressort, c'est Marie Bellosta, qui, en préparant le manuscrit avec rigueur professionnelle et patience, a permis la publication de ce livre en temps et en heure. Qu'elle en soit chaleureusement remerciée.

Retrouvez tous les ouvrages de CNRS Éditions
sur notre site

www.cnrseditions.fr