

Le déséquilibre de l'offre télévisuelle transfrontière dans le Maghreb et le Machrek arabes

Daoud DJEFAFLA
Université de Biskra

Résumé :

Cette recherche travaille sur la question de la production et la diffusion des programmes de télévision par satellite dans l'espace arabe. Elle s'interroge sur un aspect particulier qui est le volume quantitatif de l'offre audiovisuelle. Dans ce point, il est important d'observer l'origine et le lancement de ces programmes qui viennent en grande partie du Machrek arabe et par la suite voir et comprendre ses répercussions sur le Maghreb arabe en tant que consommateur de ces produits télévisuels.

المختص:

موضوع هذه الدراسة هو البحث في إشكالية الإنتاج و البث التلفزيوني الفضائي في المنطقة العربية. و يتعلق الأمر بالتساؤل حول نقطة مهمة و هي الحجم و الكمية التي يحتويها العرض السمعي البصري العابر للحدود. في هذا الإطار يأتي السؤال الرئيسي للدراسة و هو ملاحظة مصدر و منطلق بث هذه البرامج التلفزيونية و التي تأتي في جزء كبير منها من منطقة المشرق العربي. الهدف من هذه العملية هو فهم و تفسير تداعيات هذه الظاهرة على منطقة المغرب العربي.

Introduction

Deux décennies après le lancement de la première télévision panarabe par satellite, le MBC, l'espace arabe est passé de la phase de la découverte de la diffusion satellitaire de ce nouveau terrain, c'est-à-dire la recherche à s'installer, à celle de l'amplification et le développement, c'est-à-dire à la multiplication de la présence en quantité et qualité. Pour une population qui avoisine 300 millions d'habitants ⁽¹⁾, cet espace compte, aujourd'hui, avoisine 800 chaînes qui varient de *broadcasdting* au *narrowcasting* ⁽²⁾.

Cette nouvelle réalité consacre une nouvelle donne : l'explosion de l'offre de programme de télévision qui se caractérise par deux spécificités. D'abord, le caractère majeur de ce phénomène a une dimension importante qui concerne la nature de diffusion même du produit culturel qui intervient selon une logique supranational. Cette caractéristique réside dans le fait que l'offre audiovisuelle satellitaire, par nature, ne suit pas le même cheminement de la diffusion hertzienne. Par conséquent, elle échappe aux contraintes du contrôle officiel et par la suite dépasse les frontières classiques de la diffusion télévisuelle.

La seconde caractéristique consiste dans le fait qu'une partie très importante de l'offre satellitaire vient d'une seule région, en l'occurrence le Moyen Orient ⁽³⁾. La densité et l'origine de l'offre fait de la région du Moyen Orient un acteur « davantage producteur » et par conséquent fait du Maghreb un acteur « plus consommateur ». Ce constat est le sujet de notre réflexion qui se formule selon la problématique suivante : y a-t-il un déséquilibre dans la production de la télévision par satellite dans l'espace arabe ? Autrement dit, quelles sont les conséquences d'un éventuel dysfonctionnement sur l'ordre télévisuel dans les pays arabes et par conséquent quels enjeux engendre-t-il par rapport aux acteurs maghrébins ? Pour répondre à ce questionnement, il faut partir d'une thèse selon laquelle nous admettons qu'il existe un déséquilibre dans l'offre des programmes audiovisuels diffusés par satellite dans l'espace arabe et cela selon le

constat dressée auparavant. A partir de ceci, il faut essayer de mettre en évidence les conséquences et les enjeux qu'engendre ce décalage et cela selon la logique de l'offre et la demande. C'est-à-dire, il faut cerner l'offre selon trois dimensions ; comme moteur de production selon la logique ; producteur/consommateur, comme force dynamique qui nourrit ce déséquilibre de la production des contenu et enfin comme un facteur permanent qui permet à celui-là le maintient de cet ordre de diffusion.

1. Causes et conséquences du déséquilibre de la diffusion par satellite

Selon le rapport annuel sur la diffusion par satellite dans l'espace arabe de l'union des radios arabes (ASBU) du 2010 ⁽⁴⁾, la région compte près de 470 corporations de diffusion audiovisuelle dont 444 viennent du secteur privé et 26 représentent l'offre gouvernementale. Par le biais de 17 orbites, ces corporations diffusent 733 chaînes de télévisions dont 243 stations généralistes et 490 stations thématiques. Cependant et dans cette explosion audiovisuelle, les diffuseurs maghrébins, gouvernementaux, par exemple, n'offrent aux publics que 18 chaînes de télévision (voir tableau ci-dessous). Dès lors, ces chiffres représentent la suprématie de la région du Moyen Orient sur celle de l'Afrique du Nord en matière de l'offre des programmes télévisuelle satellitaire. Il semble que ceci a des conséquences importantes sur la consommation audiovisuelle dans le Maghreb et qui peuvent être examinés dans les points qui suivent :

1. 1. Le Machrek producteur et le Maghreb consommateur

Quelle bilan peut-être dressé selon la situation constatée précédemment sur la diffusion par satellite dans l'espace arabe ? A vrai dire, les statistiques de la réalité audiovisuelle sont accablantes : le nombre des networks d'origine maghrébine ne dépasse pas les 18 télévisions, ce qui ne représente même pas un quarantième de la totalité des chaînes diffusées. Le détail de l'offre nord-africaine s'articule sur six chaînes algériennes (trois généralistes, une religieuse

et une tamazight) ; cinq chaînes généralistes tunisiennes et sept chaînes marocaines (trois généralistes et quatre thématiques).

Ce qui signifie que la production audiovisuelle maghrébine des trois pays réunis et égale à celle d'un petit Etat comme les Emirats Arabes Unies. Et à propos des pays du Golfe, l'Arabie Saoudite, par exemple détient une grande partie de la diffusion panarabe par plusieurs dizaines de chaînes qui couvrent presque toutes les thématiques télévisuelles. Ceci fait de ce pays, surtout avec le secteur privé, le premier protagoniste de l'industrie culturelle dans l'espace arabe⁽⁵⁾.

Le plus frappant dans l'offre télévisuelle dans l'espace arabe est que l'origine de la diffusion de trois-quarts des chaînes par satellite est de la région du Moyen Orient et en particulier des pays du Golfe. Les chiffres expliquent une réalité importante. Le Maghreb qui compte environs 80 millions d'habitants, en tant que la région la plus peuplée, incarne le rôle de consommateur.

1. 2. La non-réglementation favorable à l'offre

Autre élément pèse sur le déséquilibre entre la production télévisuelle entre le Maghreb et le Machrek : la question de la réglementation juridique du secteur. En effet, l'industrie de l'audiovisuel dans les pays nord-africains est réglementé par des textes juridiques rigides qui consacre, au-delà de ces articles favorable à la pluralité de la diffusion des télévisions, un esprit de monopole au profit des Etats face au investisseurs privés. Prenons l'exemple de l'Algérie dans le domaine de l'offre télévisuelle.

En effet, l'Algérie est le premier pays dans l'espace arabe qui a supprimé le ministère de l'information et la communication et a instauré à la place une instance indépendante du gouvernement chargé du secteur ; le Haut conseil de l'information. La nouvelle loi du 90-07 du 3 avril 1990 sur l'information, promulguée dans le cadre de la politique de *El Infitah* algérienne, l'équivalent de *la perestroïka* soviétique, prévoit l'ouverture l'espace médiatique (presse, radio

télévision) au secteur privé pour consacrer la pluralité d'opinion et l'expression libre.

Effectivement et grâce à cette loi que le pays a connu pendant quelques années une presse indépendante libre qui a été reconnue et honorée mondialement. La crise politico-sécuritaire qui a frappé le pays a rapidement interrompu le processus démocratique sur tous les niveaux et en particulier la presse. Pendant des années, la loi de 1990 qui autorise la création des stations privées a été abandonnée et les projets déposés pour la création d'éventuelles télévisions n'ont jamais eu de réponse favorable.

C'est pourquoi les acteurs qui voulaient se lancer dans le secteur audiovisuel ont ; soit choisis l'étranger pour lancer leurs télévisions (Berbère TV, Khalifa TV, Khalifa News, etc.) ou de laisser leurs projets en stand-by (le projet de l'homme d'affaire Djilali Mehri). Aujourd'hui, la situation, au moins théoriquement, semble améliorer avec la promulgation de la nouvelle loi sur l'information n° 12-05 du 12 janvier 2012 qui consacre la télévision privée, créée par des entreprises ou des sociétés de droit algérien ⁽⁶⁾, comme acteur à part entière dans le champ médiatique algérien et prévoit que cette télévision doit avoir le caractère du service public ⁽⁷⁾.

En vérité, les nouvelles dispositions juridiques en matière de la diffusion privée en Algérie n'ont pas le caractère inédit, car elles consacrent ce qui a été établi par la loi de 1990. Ce qui a changé aujourd'hui, à notre sens, réside en effet dans la volonté politique de mettre cette ouverture juridique en application réelle ce qui n'était pas le cas auparavant. Ceci dit que la problématique en Algérie n'est pas les textes mais plutôt la décision politique en la matière, qui pour une raison ou une autre, (les dérapages de la presse privée, la situation sécuritaire avant 1999, etc.) a constaté qu'une éventuelle ouverture de la diffusion audiovisuelle au secteur privé peut constituer une menace pour l'ordre public.

Au retour sur la situation globale maghrébine, nous constatons un paradoxe dans les pays de la région réside dans le fait que malgré

une liberté relative et une réglementation favorable à l'audiovisuel et une confiance des l'Etats aux capitaux, le champ télévisuel ne se développe guère. En l'occurrence, la situation aux pays du Golfe est différente car malgré l'absence d'une réglementation favorable à la pluralité, l'alliance entre le pouvoir politique et capitaux privés fonctionne parfaitement. Le secret de ceci réside dans le fait que ces derniers viennent de la proximité des pouvoirs régnants. Un regard sur la réglementation juridique du secteur audiovisuel au Maghreb montre un état paradoxal. Le cas du Maroc est moins grave.

La monarchie Alawite a connu sa loi qui prévoit l'ouverture du secteur médiatique. Mais sur le terrain, rien n'est encore gagné. Deux simples exemples montrent les limites de cette démarche. La chaîne de télévision 2M, lancée par des marocains et des français est rapidement rachetée par le gouvernement. Cette démarche explique un facteur d'hésitation chez les autorités marocaines. Il faut savoir que, dans cette esprit, le groupe franco-marocain qui détient la radio privée, basée à Tanger, Medi1 a attendu plus de 20 ans pour avoir l'autorisation de lancer la télévision Medi Sat en 2006.

A l'encontre de tout ça, la situation des médias audiovisuels au Moyen Orient différente. A l'exception de l'Egypte et le Kuwait qui possèdent des législations en la matière mais leurs espaces télévisuels sont verrouillés. Pour l'Egypte, qui dispose d'un énorme choix de chaînes de télévisions (généralistes et thématiques), le secteur privé qui n'était présent que dans trois networks (Dream1, Dream2 et Al Mehwar) s'est développé d'une manière phénoménale après le changement du régime et dans un climat de désordre. Le Kuwait n'est pas loin de cet état car, malgré la réglementation favorable, n'a connu sa première télévision privée, Ar-Rai TV, qu'en 2005. Le reste de pays du Moyen Orient ne dispose pas d'une réglementation sur l'audiovisuel, mais le secteur est extrêmement volumineux.

L'Arabie Saoudite tout seul contrôle les plus puissantes télévisions dans la région. Soit par l'achat des actions dans des networks arabes (les chaînes libanaises, LBC, El Moustakbal, etc.)

soit par l'implantation à l'étranger (les groupes MBC à Londres puis Dubaï, ART à Rome puis Amman, Orbit à Rome puis Manama, Al Majd TV) soit le financement direct ou indirect des autres médias (Al Moustakila et ANN à Londres). Les EAU ont aussi la même politique médiatique. Malgré que l'espace public est totalement bloquer, chaque émirat dispose de sa propre radio et télévision. Le cas d'Abou Dhabi, explique l'immensité de l'offre dans cet émirat seul. D'abord, il y a les chaînes de télévision du Groupe Emirates des médias qui compte plusieurs networks (généraliste, sport, vérité) ensuite il y a les chaînes des autres acteurs proches du pouvoir. La chaîne Infinity est la propriété de l'un du frère du chef de l'Etat cheikh Khalifa. De toute manière une grande partie des télévisions ont toutes des rapports organiques avec les instances politiques de l'Etat.

1. 3. « Vivement la télé-consommation »

Sur un autre registre et à travers un regard approfondi sur les programmes diffusés par satellite dans l'espace arabe, il y a un constat qui se dresse concernant les contenus de différentes offres audiovisuelles. En effet, une grande partie des chaînes satellitaires sont des télévisions commerciales et viennent pratiquement toutes du Machrek.

Celles-ci se caractérisent par leur intérêt financier qui doit être satisfait quelque soit la forme du programme (jeux, publicité). Autrement dit, elles sont là pour « gagner de l'argent » ! Dans cette logique économique, les chaînes de télévision spécialement dédiées aux programmes commerciaux soit les généralistes ou les thématiques (sport, feuilletons, musique) sont inondées par la publicité (sponsor, partenariat, parrainage).

Même le journal télévisé est déchiré par les spots de coca-cola. Dans ce sens, l'offre télévisuelle n'a qu'à suivre le même parcours du média de consommation ; télé-réalité, magazine des faits divers, téléfilm de happy end. Le plus frappant est que la vocation éducatrice, culturelle de la télévision ⁽⁸⁾ est totalement absente dans l'offre télévisuelle du Machrek. Le seul genre télévisuel présent sur

toutes les grilles, même dans les networks de musique ou divertissement est la fatwa religieuse.

L'existence de ce produit sur la carte des offres multiples n'est pas reliée en fait à vocation comme produit culturel qui a pour rôle le conseil et l'orientation du public. Il semble que la raison de son existence est en fait reliée à la place de la religion dans des sociétés conservatrices et sa programmation rentre dans le cadre de l'harmonisation de l'offre audiovisuelle avec les valeurs de la société. Ensuite, il y a la stratégie des gouvernements, où se trouvent les télévisions émettrices, qui accordent une place importante mais superficielle à la religion dans les appareils de l'Etat (école, mosquée, média). Cela dit, l'offre télévisuelle est contrainte d'être aussi en harmonie avec la vision de la politique.

1. 4. L'absence de produit de service

Le produit télévisuel du service dans l'espace arabe constitue une problématique majeure. Pour les télévisions maghrébines, la notion du service public est un élément fondamental dans son existence. Empruntée de l'expérience française selon les rapports historique, culturel et géographique, la notion du service public évoque un esprit de citoyenneté vis-à-vis le public ⁽⁹⁾.

Le cahier de charges de la télévision algérienne ainsi que la télévision marocaine et la télévision tunisienne prévoit que leurs programmes doivent apporter aux téléspectateurs de l'information utile dans la vie quotidienne des gens. Cela fait que la programmation maghrébine prend souvent soin des téléspectateurs comme citoyens. Dans ce sens, la télévision algérienne consacre depuis des années quelques produits à l'environnement. Elle travaille avec la DGSN dans le cadre d'une émission sur la sécurité routière, Ach-chorti el makhfi, devenue après Tarik es-salama. Avec tout ça, des émissions des conseils (bien-être, santé, juridiques), et le lundi après midi consacré aux lycéens (cours, épreuves de bac blanc, etc.).

Ce caractère fort des télévisions publiques les rend distinctes des télévisions du Machrek. Celles-ci ne connaissent pas la notion du service public. Les émissions qui peuvent être considérées comme produit de service n'ont pas la même vocation trouvée dans les produits maghrébins. D'abord sur le volume horaire, sur le genre, sur la périodicité, sur la thématique et sur l'heure de la programmation, etc.

2. Les enjeux du déséquilibre entre le Maghreb et le Machrek

Les enjeux du déséquilibre entre l'offre audiovisuelle satellitaire du Moyen Orient et celle du Maghreb, qui sont bien réelle, sont multiples et viennent de tous les champs de la société. Afin de les cerner, il faut préciser que cela sera mené sur plusieurs stades ; linguistique, sociologie, science politique, etc. car ce travail s'inscrit dans la branche de science de l'information et de la communication qui par définition est une science qui s'articule sur la pluridisciplinarité et qui par conséquent elle mobilise les autres filières pour une approche complète parce qu'elle considère le facteur communicationnel comme un élément parmi d'autres qui s'articulent entre eux dans une situation globale qui est la société ⁽¹⁰⁾. Voyons à présent les enjeux de ce déséquilibre de diffusion entre les deux parties des pays arabes :

2.1 Vers « une orientalisation linguistique »

L'espace médiatique arabe est divisé linguistiquement en quatre groupes ; l'arabe littéraire, les dialectes locaux, les langues régionales et langues étrangères. Au côté du Maghreb, l'offre audiovisuelle est diverse et multiple. Par exemple, le produit algérien contient plusieurs chaînes qui diffusent leurs programmes avec plusieurs langues. Commençons par la chaîne terrestre qui émit une bonne partie de son contenu en arabe (les informations, émissions culturelles politique, économique et culturelle), en français (les fictions, les séries), en tamazight (les informations, la musique), en dialecte local (les variétés, la musique, les divertissements) et en dialecte du Machrek (égyptien, syrien, etc.) les séries, les fictions, les

vidéoclips. Ensuite, il y a Canal Algérie diffuse ces programmes en français avec quelques fictions en dialecte locale.

Enfin, il y a Al Talita (la troisième) destinée au Machrek diffuse en arabe avec un dialecte algérien modifié vers l'oriental. Sur le même modèle algérien, la télévision marocaine diffuse un contenu linguistique complexe et pluriel (arabe, tamazight, oriental, etc.) Concernant la télévision tunisienne en matière des choix linguistiques de sa diffusion audiovisuelle, nous remarquons qu'elle alterne entre l'arabe et les dialectes tunisiens et orientaux (surtout l'égyptien) et donc elle est beaucoup plus arabisée par rapport aux télévisions algérienne et marocaine.

De l'autre côté, Les produits linguistiques du Machrek sont en grande partie en dialectes locaux (égyptien, libanais, etc.) et le reste est en arabe. Les produits télévisuels du Machrek n'ont pas le même profil. A part quelques chaînes qui diffusent leurs programmes en langue anglaise comme Al Jazeera english, MBC 2, Adjman TV, etc. le reste diffuse en grande partie en dialecte locaux (égyptien, syrien, libanais, etc.) avec quelques chaînes en arabe (Al Jazeera, Al Arabiya). A partir de là, il y a un constat qui s'établit ; absence totale des dialectes maghrébins, le français, ainsi le tamazight dans l'offre du Machrek. D'abord l'échange n'est pas réciproque entre les deux régions. Ensuite l'offre du Machrek est volumineuse par rapport à celle du Maghreb.

Enfin, tous ça fait du déséquilibre linguistique une réalité importante. Prenons l'exemple de la place de la langue française au Maghreb. Le nombre de téléspectateurs qui regardent les chaînes françaises est en diminution constante depuis quelques années même chez la classe francophone. Cela pose deux problèmes majeurs ; l'éclipse progressif des dialectes maghrébins (composés par plusieurs fragments linguistiques dont le français) et tous ce qui va avec comme la diversité culturelle dans la région en matière d'invention et création et le recul de la culture francophone chez les maghrébins comme élément d'ouverture envers « l'autre » avec tous ce qu'elle implique

dans le domaine des échanges entre civilisations et les inspirations culturelle qui enrichie jusqu'au là culture maghrébine.

Cette situation mène au même temps à une homogénéisation linguistique ⁽¹¹⁾, « l'orientalisation », et par conséquent la singularité culturelle orientale qui signifie l'enfermement sur le soi et l'éloignement de l'autrui. Tous ces facteurs évoquent des problématiques d'une grande importance car il s'agit d'un déséquilibre médiatique entre deux régions du monde arabe d'où les enjeux sont multiples, complexes et décisifs. Ils peuvent se manifester sur plusieurs niveaux.

2.2. La hiérarchisation de l'espace public arabe

Le déséquilibre établi par l'immensité quantitative de l'offre du Machrek et la limite de l'offre maghrébine élabore une donne relative à la fonction du discours médiatique comme enjeux et instrument d'information et désinformation. Cela dit, considérer le volume de l'offre comme élément de manipulation et de domination. Au départ, il est pertinent comprendre le discours médiatique comme outil du pouvoir des médias ⁽¹²⁾ et comme dispositif de construction de réalité télévisuelle concurrente à la réalité sociale. Ensuite il est important de situer la manipulation comme pratique médiatique courante qui vise à rétablir un ordre informationnel différent de l'ordre social pour des fins politique, sociale, culturelle, etc ⁽¹³⁾.

Enfin, la domination ⁽¹⁴⁾ reste toujours un enjeu majeur pour toute pratique sociale et dans le cas actuel, elle devient élément d'emprise médiatique des la région du Machrek sur le Maghreb. A partir de la, l'enjeu de hiérarchisation de l'espace arabe se construit de plus en plus avec des pratiques médiatiques qui reposent sur la logique du centre et ces périphériques, autrement dit, le Machrek devient la capitale du monde arabe et le Maghreb devient les banlieues qu'ils entourent. Cela se traduit selon plusieurs dispositifs. Au cours de l'année 2006, par exemple, quelques télévisions par satellites dans l'espace arabe ont mie en place de nouvelles plateformes destinées aux publics maghrébins. LBC a commencé la diffusion de ses

programmes vers le Maghreb sous au nouveau logo ; LBC el maghrib el arabi.

Ce nouveau dispositif s'articule sur la modification des horaires de diffusion des programmes selon le temps de l'écoute et le suivie dans le Maghreb qui est différent du Machrek. De son coté, MBC a fait la même chose avec la nouvelle chaîne MBC el maghrib el arabi. Al Jazeera a consacré, à son tour, une nouvelle grille de programme qui s'articule sur des fragments dans sa programmation réservés au public maghrébin. Le trait commun de ces nouvelles chaînes est d'harmoniser la diffusion des programmes avec le rythme sociale maghrébin.

Sauf le nouveau produit de la chaîne Al Jazeera, le journal du Maghreb, les autres télévisions n'ont pas en place de nouvelles programmations appropriées aux maghrébins. Cela dit que l'enjeu de hiérarchiser l'espace public arabe reste le même ; garder le monopole de domination.

2.3. L'instauration de nouvelles frontières para-traditionnelles

La diffusion des programmes par satellite est par nature transfrontière. A partir de là, la transmission de l'offre télévisuelle d'un pays à un autre constitue un acte de taille car cette opération lui permet de dépasser les frontières juridiques et affranchir les contraintes institutionnelles imposées par les normes étatiques. A partir du moment où les télévisions par satellite dépassent les limites géographiques, elles consacrent une nouvelle limite.

Instaurer de nouvelles frontières qui échappent aux règles traditionnelles offre à ces médias le pouvoir de mettre en place une nouvelle définition à la souveraineté et par conséquent mettre en cause le fonctionnement du système de l'Etat même. Par ce dispositif satellitaire, les acteurs médiatiques du Machrek ont instauré une nouvelle frontière dans l'espace arabe qui est reconnue, même « fictivement », par une certaine catégorie de la société maghrébine. (Bourdieu, 2001).

L'exemple qui suit, montre bien cette reconnaissance, même si elle « fictive », mais elle est opérationnelle. De nombreux maghrébins, en raison de leur attachement au dogme wahhabite, et par la réception des programmes de la télévision saoudienne, en commençant le mois du Ramadhan en 2006 le samedi 24 septembre avec les saoudiens au lieu du 25 du même mois déclaré par les institutions religieuses au Maghreb.

Cet exemple illustre un cas où la télévision a supprimé le rapport organique entre, au moins, une catégorie de la société (les fondamentalistes) et le reste de la société et ses composantes (institutions politiques, mosquée, etc.), mais aussi comment elle l'a fait annexer à un autre pays et une autre appartenance. Cet enjeu de frontières « satellites » évoque une question importante ; quel rapport doit y avoir entre le pouvoir politique, d'un pays ou dans une région, et le pouvoir médiatique d'un pays, d'un groupe médiatique ?

2.4. Pouvoir médiatique et pouvoir politique

Le déséquilibre de l'offre télévisuelle par satellite entre les deux parties du monde arabe a eu des conséquences directes sur les rapports politiques entre différents acteurs politiques au sein de l'espace arabe. Si nous avons vu que les télévisions par satellite ont franchi les frontières classiques et ont instauré de nouvelles frontières virtuelles entre les pays arabes, elles sont arrivées aussi à détenir un pouvoir médiatique qui fait pression sur les politiques locales.

Al Jazeera, et à cause de son discours inédit, a eu des différends avec une grande partie des gouvernements arabes (fermeture de bureau, interpellation de correspondants, boycott publicitaire, etc.)⁽¹⁵⁾. Dans les rapports Maghreb/Machrek, la politique maghrébine a été souvent dans une position de défense. En fait, l'offre télévisuelle du moyen orient a souvent mis en cause les institutions, la société, la politique du Maghreb en cause par des critiques, objectives et subjectives, par stratégies de domination ou par méconnaissance.

Les autorités tunisiennes ont à plusieurs reprises des malentendus avec leurs homologues qataries suite à quelques émissions sur Al Jazeera, jugées par les premiers comme diffamatoire et par les derniers comme « pratique démocratique d'une presse libre ». L'Algérie a eu également le même genre de problème. Pendant les années 1990 et au moment les actes de violence frappe le pays, la télévision saoudienne MBC n'a pas hésiter à ouvrir ses studios aux islamistes qui revendiquait les attentats sanglantes (l'aéroport d'Alger, la rue Amirouche, etc.).

Al Jazeera a également ouvert son antenne aux mêmes acteurs politiques. L'intervention de l'homme numéro deux du Front islamique de Salut, dessous, dans le JT de la chaîne lors de la prise en otage des diplomates algériens à Bagdad en 2005, qui a légitimé l'acte, a transmit ses salutations aux ravisseurs et son appel pour leurs exécutions a accéléré l'assassinat des deux diplomates. Mais il a provoqué toute une série de questionnement dans l'espace algérien axé sur le rôle de la chaîne qatarie dans la mort des deux hommes.

Conclusion

Dans cette recherche, nous avons essayé de mettre en évidence les enjeux du déséquilibre du flux médiatique par satellite entre les régions du monde arabe qui ont montré une domination quantitative et qualitative orientale sur le Maghreb. Egalement, nous avons observé les répercussions qui engendre ceci sur les sociétés maghrébines sur plusieurs stades (culturel, religieux, social, etc.). Dans cette situation, les acteurs médiatiques maghrébins (les autorités politiques, les investisseurs privés, les professionnels du secteur, les experts et les critiques) doivent avoir la conscience de la gravité de la problématique sur les générations qui viennent et par la suite prendre les initiatives adéquates afin de faire face de cette situation. Parmi les mesures qui peuvent être prises, nous pensons qu'il faut prendre en considération les axes suivants :

-Développer la télévision du service public en améliorant la qualité des programmes, en diversifiant l'offre télévisuelle et thématisant davantage les chaînes par satellite

-Améliorer la législation relative aux métiers de la communication (sur les médias, sur la publicité, etc.) en sorte qu'elle soit favorable au développement de la diffusion par satellite dans l'espace maghrébin

-Ouvrir l'espace aux acteurs privés pour participer à la diversification de l'offre télévisuelle et construire des actes de partenariat entre le secteur public et privé afin de multiplier les chances de la réussite dans cette démarche

-Mettre en place des partenariats et des coopérations entre les différentes institutions médiatiques maghrébines et même penser à construire des groupes et des holdings qui soient en mesure de faire face à une communication de plus en plus globalisante.

Références bibliographiques

- (1) Ces chiffres sont donnés par Alesco. Pour davantage d'explication, voir le site de l'organisation sur l'adresse suivante : < www.alesco.com >. (Site visité le 25 janvier 2010).
- (2) Le nombre des chaînes de télévision dans la zone arabe est donné par l'Asbu. Pour plus de détail sur ce sujet, voir le site de l'Union des radios arabes sur l'adresse : < www.asbu.tn >. (Site visité le 25 janvier 2010).
- (3) En observant les chiffres de l'Asbu, nous pouvons constater que quelques pays (les EAU, l'Arabie Saoudite, l'Egypte et le Liban) constituent les grands diffuseurs par satellite dans l'espace arabe. Pour savoir le nombre de chaîne diffusée par chaque pays arabe, voir le rapport annuel de l'Union des radios arabes sur le site < www.asbu.tn >. (Site visité le 31 juillet 2013).
- (4) Le rapport annuel sur la diffusion par satellite dans l'espace arabe de l'union des radios arabes du 2010. Voir les détails sur <www.asbu.net/doc.php?lang=ar&docid=101> (Site visité le 21 01 2012).

-
- (5) Djefafla, Daoud (2008) *La chaîne d'information en continu Al Arabiya : un vecteur du panarabisme saoudien dans l'espace arabe*, Thèse de doctorat de science, Université Paris XIII, p. 20.
- (6) Article 61 aliéna 3 de la loi sur l'information, n° 12-05 du 05 janvier 2012.
- (7) Article 59 de la loi sur l'information, n° 12-05 du 05 janvier 2012.
- (8) Mœglin, Pierre, Tremblay, Gaëtan (2005) « La télévision généraliste en question », in Mœglin, Pierre, Tremblay, Gaëtan, (dir.) *L'avenir de la télévision généraliste*, Paris, L'Harmattan, pp. 7-23.
- (9) Djefafla, Daoud (2012) « Quel avenir pour la télévision de service public dans l'ère numérique » in *Revue des sciences de l'homme et de la société*, n° 3, septembre 2012, Faculté des sciences humaine et sociale, Université de Biskra, pp. 3-42.
- (10) Mœglin, Pierre (1992) « Actualité de la recherche critique », in Boure, Robert, Paillart, Isabelle, (réuni, par.), *CinéAction, Les théories de la communication*, Condé-sur-Noiseau, Paris, Sfsic, Corlet, Télérama, n° 63, Mars, 1992, pp. 131-136 .
- (11) Bourdieu, Pierre (2001) *Langage et pouvoir symbolique*, Paris, Editions Fayard.
- (12) Esquinazi, Jean-Pierre (1996) *Le pouvoir d'un media, TFI et son discours*, Paris, L'Harmattan.
- (13) Breton, Philippe (2000) *La parole manipulée*, Paris, La Découverte.
- (14) Bourdieu, Pierre (1979) *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Les Editions de Minuit.
- (15) Ayish, Muhammad (2001) « The Changing Face of Arab Communications : media Survival in the Information Age », in Kai, Hafez, dir. (2001) *Mass Mass Media, Politics and Society in the Middle East*, New Jersey, Hampton Press, Inc, pp. 111-131.