

Université Lumière  
Lyon II

**DEA**  
Sciences de  
l'Information et de la  
Communication

OPTION :  
Langages et symboliques  
de la communication  
et des médias

**MEMOIRE DE  
DEA**

*L'impact de la  
télévision par satellite  
sur une population  
étrangère en France :  
cas des immigrés  
maghrébins*

par  
**Mohamed BEN DAHAN**

sous la direction de :  
**Mr. Jean-François TETU**

SEPTEMBRE 1997

**Université Lumière  
Lyon II**

**DEA**  
**Sciences de  
l'Information et de la  
Communication**

**OPTION :**  
**Langages et symboliques  
de la communication  
et des médias**

**MEMOIRE DE  
DEA**

***L'impact de la  
télévision par satellite  
sur une population  
étrangère en France :  
cas des immigrés  
maghrébins***

par  
**Mohamed BEN DAHAN**

sous la direction de :  
**Mr. Jean-François TETU**



**SEPTEMBRE 1997**

**L'IMPACT DE LA TELEVISION PAR SATELLITE  
SUR UNE POPULATION ETRANGERE EN FRANCE :  
CAS DES IMMIGRES MAGHREBINS**

Mohamed BEN DAHAN

sous la direction de  
Jean-François TETU  
LYON II

Résumé :

L'avènement de la parabole dans l'espace de l'immigration maghrébine est la cause et la conséquence d'une communication interculturelle perturbée.

L'usage et la réception créent de nouveaux rapports de médiation entre les différentes générations et aussi des changements dans la relation entre l'espace privé et l'espace public de cette population.

Le contenu des émissions captées sert de critère et d'indice pour comprendre l'impact de la télévision par satellite et pour mieux en cerner les conséquences.

Abstract :

The advent of the arab satellite dish into the space of maghrebine immigration is the cause and the consequence of a disturbed intercultural communication.

The use and reception of these programs create, in the same time, a new relation of contacts between different generations and a change in frontier of private space and public space for this population.

The main of all the arabic broadcasting watched by the Maghrebins is a symbol to understand the effects of arabic television via satellite.

## *REMERCIEMENTS*

*Avec tous mes remerciements à Mr. Jean-François TETU, dont les conseils et les directives ont orienté efficacement ce travail et permis de mieux cerner cette recherche.*

*Je remercie également tous les enseignants qui m'ont fourni des pistes sur la littérature du sujet, notamment Mr. VIALON, Mr. SALAÛN et Mme LE GRIGNOU.*

# SOMMAIRE

Introduction .....	1
--------------------	---

## PREMIERE PARTIE : *Etape expérimentale*

1. Objectifs et éléments de l'enquête	
1.1. Le sujet de l'enquête : problématiques et hypothèses .....	4
1.2. Le but de l'enquête .....	7
1.3. Les étapes de l'enquête : réflexions sur les concepts de l'étude - L'enquête - Constitution de l'échantillon .....	7
2. Modalités et limites de l'enquête	
2.1. Organisation du questionnaire .....	10
2.2. Les limites de l'enquête .....	11
Annexe : questionnaire .....	13

## DEUXIEME PARTIE : *Les immigrés maghrébins entre l'espace médiatique*

### *français et la parabole*

1. Quelques approches de l'immigration dans les médias : la presse et la télévision	
1.1. Aperçu historique : la période d'entre-deux-guerres - Après la guerre de 1940 - Les années 1980.....	15
1.2. L'immigration maghrébine dans la presse : le fait divers - L'événement ....	17
1.3. La télévision et l'actualité relative à l'immigration : présentations conflituelles - Résultats d'une enquête - Les émissions spécifiques sur l'immigration.....	22
1.4. Critiques publiques du traitement médiatique de l'immigration.....	28
2. La situation actuelle de la parabole : bilan et perspective	
2.1. Les moyens techniques de la réception "parabolique" : le perfectionnement technologique - Inventaire des chaînes arabophones sur la parabole - Le projet d'une chaîne arabophone sur le câble.....	29
3. La réception parabolique : un enjeu socio-politique, linguistique et culturel	
3.1. Caractères socio-politiques .....	34
3.2. La situation linguistique des Maghrébins : le facteur "langue" dans le choix de la parabole - Relation des Maghrébins à l'écrit .....	35
3.3. Caractère culturel : la notion de "culture" - L'interculturalité .....	39

TROISIEME PARTIE : *Perception et consommation des programmes de la parabole*  
*par les immigrés maghrébins*

1. Etude de la réception	
1.1. Introduction.....	43
1.2. Principaux mouvements théoriques de la réception : théorie des "effets"- Perspective des "Usages et gratifications" - Emergence du cadrage "culturaliste" - Le champ théorique actuel.....	43
2. Etude des programmes de la parabole	
2.1. Typologie des émissions et des publics : récapitulatif des principales émissions - Les émissions et l'audience .....	49
2.2. Choix des émissions.....	51
2.3. Perception et analyse de quelques émissions : le Journal Télévisé - Les séries - Les autres émissions.....	53
3. La parabole et la reformulation de l'espace familial	
3.1. Espace privé, espace public .....	60
3.2. La parabole de la différence .....	61
3.3. La parabole dans l'espace familial .....	61
3.4. Une chaîne arabophone en France ? .....	63
Conclusion .....	65
Bibliographie .....	67

## INTRODUCTION

Au cours de son évolution, la télévision a atteint ces dernières décennies un succès considérable. Les satellites ont constitué une grande mutation dans l'histoire des médias. Dans ce contexte, l'émergence de la parabole dans l'espace des immigrés a engendré de nouvelles habitudes et une redéfinition, en conséquence, des échanges culturels, tant sur le plan familial que social. En effet, les immigrés maghrébins disposent actuellement d'une dizaine de chaînes, que chacun regarde en fonction de son origine, ses goûts et ses attentes diverses (politiques, culturelles, religieuses).

Véhiculées principalement par la langue arabe, ces chaînes posent avant tout la question de l'intégration linguistique. Deuxième facteur déterminant : l'influence et l'importance des valeurs culturelles, personnelles et collectives, de ces téléspectateurs.

Ainsi, nous nous proposons d'étudier l'impact de la parabole sur les différentes couches de cette population, en prenant en compte l'évolution et les interactions internes et externes de celle-ci.

Pour tenter de cerner ce sujet, nous allons diviser notre réflexion en trois parties :

→ **la première partie** comportera d'une part une description globale de l'enquête, effectuée auprès d'un échantillon de la population maghrébine, et, d'autre part, la problématique et les différentes hypothèses qui en découlent.

→ dans **la deuxième partie**, nous essaierons d'abord d'éclairer l'ensemble des représentations des immigrés maghrébins qu'ont façonné la presse et la télévision françaises au fil du temps. Cet aspect nous paraît en relation directe avec notre propos dans la mesure où l'émergence de la parabole serait liée, en cause et conséquence, à ce mode de traitement de l'information. Puis nous traiterons les différents éléments (socio-politiques, linguistiques et culturels) qui président à la réception de la parabole chez cette population.

→ quant à **la troisième partie**, après un résumé de l'appui théorique sur la réception, elle s'attachera à cerner tant le contenu des émissions proposées que les différentes formes de la médiation qu'elles induisent au sein des familles.

*En conclusion*, l'ensemble de ces éléments devrait nous permettre d'avoir une vision précise et globale à la fois de l'impact des chaînes paraboliques sur les immigrés maghrébins dans le contexte actuel, en sachant toutefois que celui-ci est en évolution permanente.



*PREMIERE PARTIE :*

***ETAPE EXPERIMENTALE***

# 1. Objectifs et éléments de l'enquête

## *1.1. Le sujet de l'enquête : problématiques et hypothèses*

La télévision par satellite est un spectacle d'un genre particulier, à destination d'un public immense, anonyme et hétérogène. Elle assure la programmation sous forme d'une offre quasiment en continu d'images, de genres et de statuts différents : une suite et un mélange dont personne ne maîtrise la réception et l'interprétation totales et efficaces.

Dans ce flot de programmes, nous intéresse la diffusion arabophone vers la population maghrébine.

Depuis ces dix dernières années, plus d'un million de foyers possèdent la parabole, des téléspectateurs qui étaient pourtant fidèles au service public de la télévision française. Un changement brusque et rapide qui a donné naissance à un contexte médiatique attribué spécialement à la population immigrée. L'usage de la parabole nous pousse donc à poser la problématique suivante : quels genres de rapports intérieurs et extérieurs se sont forgés dans les foyers immigrés ? C'est-à-dire la place et la perception de la parabole au sein des familles maghrébines.

La représentation que se font les immigrés de ce nouveau moyen de communication crée de nouveaux rapports de médiation entre les différentes générations de cette population ; leur perception de la médiatisation et leurs attentes permettraient d'étudier le fait qu'ils aient la parabole sous deux angles : est-ce un choix raisonné, ou une nécessité culturelle ? Quel genre de médiation interculturelle instaure la parabole autour de l'espace maghrébin ?

Telles sont les questions qui nous permettent de postuler des hypothèses endogènes et exogènes sur les médias, la langue, la religion et la culture.

⇒ **La première hypothèse** concerne l'aspect médiatique : le succès de la parabole au sein de la communauté maghrébine manifesterait le refus ou l'échec de la politique médiatique française en direction des immigrés en général. Ce succès pourrait-il contribuer ou non à modifier l'approche habituelle face à l'immigration, ainsi que le comportement adopté par les immigrés ?

Les points qui pourraient nous aider à expliciter cette hypothèse résident dans la forme de médiatisation de cette minorité ethnique dans les médias d'un côté (à travers les représentations symboliques, les clichés, les stéréotypes, etc.), et d'un autre côté, le mode de perception culturelle que se fait cette minorité de la télévision et des autres médias français, son interprétation et sa compréhension des différents programmes.

⇒ **La deuxième hypothèse** comporte trois aspects distincts mais complémentaires à travers lesquels la population maghrébine aspirerait au maintien de son intégration à la fois dans sa culture d'origine, mais aussi dans un espace clos régi par l'image des parents ou le mythe de "l'Ancêtre", et nourri par la religion musulmane.

**\* A un niveau linguistique :**

- la réception "parabolique" ne serait-elle pas une forme de compensation d'un sentiment de manque de relation à l'écrit en général, et à l'usage de la langue française en particulier ? La parabole ne serait-elle pas un désir de conservation de la tradition orale ou un choix imposé par le degré d'analphabétisation de la première génération ?

- le pluralisme linguistique de cette population, ainsi que la variété des programmes en différentes langues (même si la langue dominante est l'Arabe littéraire) supposent une compétence complémentaire pour dégager le sens : la langue serait-elle le seul moyen de compréhension des programmes de la parabole ?

- enfin, quelle relation pourrait-on établir entre l'effort que fournit la première génération pour sauvegarder sa langue d'origine et la réception "parabolique" ?

**\* A un niveau relationnel :**

- les programmes arabo-musulmans pourraient-ils induire une autre forme d'organisation de l'espace maghrébin ? Quel rôle joueraient ces programmes pour instaurer un espace public et un espace privé rapprochés, sans conflits ni confrontations ?

La parabole pourrait-elle assurer la conversion des nouvelles générations à leur culture d'origine ?

- la possession de la parabole aurait-elle pour effet une réduction des contacts sociaux entre les constituants de cette population maghrébine entre elle, d'une part, et celle du pays d'accueil d'autre part ?

- enfin, la panoplie de chaînes sur la parabole serait-elle un facteur d'émancipation ou de renfermement de la population maghrébine ?

Ceci nous conduit à pousser encore notre hypothèse : *quelles interactions internes et externes pourrait induire l'usage de la parabole au sein des familles maghrébines?*

**\* A un niveau religieux :**

- la télévision française est supposée source d'un conflit religieux au sein des familles : les scènes "profanes" (sexe, intimité, violence...) créent des tensions familiales. La parabole proposerait-elle la recette magique pour changer cette attitude ? Quelles réactions pourrait-on dégager à ce niveau ?

- la parabole pourrait-elle aider à l'éducation religieuse des enfants ? Quelle didactique religieuse pourrait-on observer à travers les comportements des Maghrébins face à la parabole ?

La parabole aurait-elle le même effet de propagande religieuse que les cassettes vidéo ?

Ces questions nous permettraient d'éclairer la vision de la religion dégagée par la parabole : *quelle forme d'éducation et quelle symbolique de la pratique ?*

## *1.2. Le but de l'enquête*

Pour étayer notre étude, nous avons choisi de faire une enquête auprès de la population maghrébine dans deux régions différentes : le Var et le Rhône. Le but de cette enquête est d'essayer d'établir un lien entre les antennes paraboliques et le phénomène d'intégration nécessaire en France. L'étude de ce mode de la réception médiatique permet de distinguer l'organisation sociale et la forme de citoyenneté de cette population. En effet, on peut établir des conclusions simples à travers les attitudes et les comportements de chaque partie de l'échantillon que nous allons étudier. Ces éléments nous fourniront un aperçu sur le degré de sociabilité/socialisation de chaque génération. Aussi faut-il signaler que cette enquête sur la parabole met en cause un phénomène de masse, défini avant tout par une situation spatiale : la banlieue ou les quartiers réservés aux immigrés. Les paraboles frappent alors par leur présence intensive sur les balcons, côte à côte. Si la forme de l'espace disparaissait, les paraboles se dissoudraient au milieu des antennes normales.

## *1.3. Les étapes de l'enquête*

### *1.3.1. Réflexion sur les concepts de l'étude*

**\* La parabole, enjeu économique, politique et culturel :** le concept de la parabole est d'usage récent en France ; il est l'aboutissement du développement technique connu dans le domaine des moyens de communication via le satellite. La parabole est devenue un sujet de presse, de médiatisation et de discussion après son usage par les minorités ethniques en France. En effet, les années 90 se sont annoncées par des incidents politiques majeurs (la guerre du Golfe, Yougoslavie...) qui ont augmenté, chez les immigrés, le besoin de recevoir l'information de sources différentes. L'adoption de la parabole par la communauté turque au début (disponibilité des programmes turcs sur satellite) a changé le

paysage médiatique des immigrés. Le facteur économique ne demeure pas sans importance : une parabole est accessible à partir de 1.000 F sans conséquences pécuniaires après (pas d'abonnement). Sur le plan culturel, on peut remarquer la montée du retour au régionalisme, à l'ethnie, à l'affirmation de l'identité des groupes, au sein d'une politique qui aspire à l'universalité dans tous les domaines...

**\* Représentation et médiation** : ces deux concepts sont très importants pour notre étude dans la mesure où ils traduisent la finalité de notre enquête sur plusieurs plans :

- la parabole est un sujet d'actualité autour duquel les points de vue diffèrent et parfois même s'opposent. La représentation est inhérente à l'instauration d'un discours extérieur sur la parabole, déclenché par la perturbation de l'espace public médiatique. Ce discours a abouti à la proposition d'autres initiatives pour améliorer la médiation entre l'immigration et la télévision "pluraliste", mais en vain.

- la médiation et la représentation sont aussi deux éléments qui pourraient nous aider à mieux approcher le point de vue des Maghrébins. Les actes sociaux obéissent à un mécanisme de représentation par la perception individuelle des problèmes et par le type de médiation dans l'espace public et privé.

- la notion de culture : il est essentiel de délimiter le sens et l'usage de ce terme. "Culture" doit être entendue ici d'un point de vue anthropologique : elle désigne le mode de vie des Maghrébins, leurs façons de sentir l'entourage, d'agir en fonction de cela et de penser leurs rapports à "l'autre" à travers la langue, la religion et les traditions. Elle recouvre la notion de représentations sociales et les modèles qui les orientent, à savoir les systèmes de valeurs, les normes, etc...

Cette notion va orienter notre recherche sur les conséquences en matière d'échanges culturels. Autrement dit, l'inter-culturalité pourrait-elle être assurée par la multiplicité des chaînes prônant d'autres cultures, étrangères à l'espace médiatique français ? A ce stade, la théorie des "cultural studies" nous paraît très intéressante dans le domaine de la réception parabolique.



### 1.3.2. L'enquête

Elle a concerné 32 immigrants maghrébins et permis de dégager la relation entre eux, les échanges entre les générations et les différentes interactions liées à la variété des programmes diffusés sur la parabole.

Sur un plan extérieur, le diagnostic a eu pour objet de vérifier comment les échos de ces programmes se manifestent sur la scène de la sphère publique.

### 1.3.3. Constitution de l'échantillon

Il n'est pas question d'échantillon au sens sociologique du terme. La population a été choisie à partir de deux variables : la nationalité et la possession de la parabole. Sont concernés les individus d'origine maghrébine ( Maroc, Algérie, Tunisie ) dont la moitié appartient à un quartier d'immigrés ( la plupart maghrébins ) à Fréjus. Le choix de ce quartier est justifié par la présence d'une famille qui a assuré notre présentation auprès des habitants. Le sujet semble être chaud, et sans intermédiaire, notre tâche aurait été difficile. La deuxième moitié de l'échantillon est constituée par des étudiants lyonnais appartenant à la deuxième génération. Ils ont rempli à la fois des questionnaires qui leur étaient destinés et d'autres destinés à leurs parents. Sur ce plan, l'enquête était accessible, mais non sans difficulté. Contrairement à ce groupe d'étudiants, on ne retrouve pas de femmes, et surtout âgées de plus de 40 ans, dans le groupe de Fréjus. Nous sommes tombés sur un échantillon dont la tradition empêche les femmes de cet âge de participer à ce genre d'étude.

## 2. Modalités et limites de l'enquête

### 2.1. Organisation du questionnaire

Les questions ont été sélectionnées sous trois rubriques :

**\* La carte d'identité des interviewés :**

- âge des parents : les hommes ont entre 30 et 65 ans ; les femmes entre 28 et 48 ans, toutes nationalités confondues (marocaine, algérienne, tunisienne).

- âge des enfants : la première catégorie a entre 16 et 20 ans ; ils sont généralement collégiens et possèdent la double nationalité (dès l'âge de 16 ans, ils ont le droit de choisir leur nationalité). La deuxième catégorie est constituée d'étudiants, d'options différentes, âgés de 20 à 30 ans.

- nombre d'enfants par famille : il varie entre 1 et 8, la moyenne tourne autour de 4 enfants par famille.

- le niveau d'instruction des parents : la plupart des hommes ont fréquenté l'école primaire jusqu'au CM2, et quelques-uns le collège. Les femmes signalent ne pas avoir été à l'école, elles sont majoritairement analphabètes.

- le niveau d'instruction religieuse : quelques-uns ont suivi un cursus coranique dans leur pays d'origine, étant donné leur origine rurale. Les enfants déclarent ne pas avoir suivi d'enseignement religieux. Selon quelques parents, l'apprentissage de la religion reste une initiative personnelle !!!

- catégorie socioprofessionnelle : la plupart des hommes de l'échantillon du sud travaillent dans l'horticulture ou le jardinage, alors que ceux du Rhône sont soit des ouvriers du secteur industriel ou de la maçonnerie, soit des commerçants. Trois sont des retraités. Les enfants sont encore scolarisés le plus souvent (du collège à l'université).

- participation à la vie associative : les hommes vont de



temps en temps à la mosquée, quelques-uns à chaque prière, et éventuellement à des cours sur la religion pendant les jours de repos ou parfois le soir. Cinq ont déclaré adhérer à une association d'immigrés. Les femmes qui ne travaillent pas restent à la maison ou s'occupent avec leurs voisines. Les enfants de moins de 20 ans pratiquent souvent des sports collectifs, alors que les étudiants sont plus ouverts à d'autres activités : cinéma, théâtre, marche, etc.

\* **Les indices sociolinguistiques** : les questions que nous avons dans cette partie concernent l'appartenance sociale des Maghrébins, basée sur la pratique de la langue. D'une part, sur un plan vertical, nous avons essayé de dégager l'influence de la variété des dialectes sur les chaînes, des dialectes proches mais différents ( Marocain, Algérien, Tunisien ) ; d'autre part, sur un plan horizontal, la variété de langues des personnes ( dialectes arabe et berbère ) et l'interaction avec les programmes en Arabe littéraire. Le Français est introduit aussi comme variable quand il s'agit d'étudier le comportement des enfants.

\* **Les indices culturels de la réception des programmes** : nous avons choisi les questions de façon à ce que les gens relatent spontanément leurs programmes préférés, leurs motivations pour le zapping, etc. Ces données vont nous permettre d'établir une catégorisation culturelle des récepteurs. La religion, les traditions et le divertissement sont des éléments qui peuvent permettre d'approcher le reflet de la culture sur la réception des programmes arabes sur la parabole.

## ***2.2. Les limites de l'enquête***

Malgré les précautions prises sur le plan méthodologique et en raison du nombre restreint de personnes interrogées, la plupart dans leur langue, cette enquête ne peut prétendre à l'exhaustivité. Mais elle a le grand avantage d'explorer, de manière empirique, un terrain peu connu. Nos conclusions resteront modestes, en essayant

de dégager simplement le reflet du comportement médiatique des Maghrébins dans deux cités différentes (pourtour méditerranéen et périphérie lyonnaise).

Aussi, faut-il signaler un ensemble d'obstacles techniques à la réalisation normale de notre enquête :

→ de part sa nature même, le sujet semble susciter des interrogations chez l'ensemble des interviewés. En effet, la réglementation, le contrôle municipal et celui des syndic ont créé une tension au sein de la population qui installe l'engin dans l'illégalité. Dès qu'il s'agit de parabole, que ce soit une enquête ou une visite imprévue, le discours devient opaque ! Les H.L.M. prétendent sauver l'esthétique architecturale et garantir la sécurité des passants alors que les immigrés cultivent l'allergie aux rencontres et questionnements. Les réactions, à cet égard, ont varié du simple refus de répondre à la réplique verbale : "Achetez-là !" en parlant de la parabole, ou bien : "Vous cherchez des cobayes pour votre recherche ?", etc...

→ au niveau du deuxième échantillon, nous avons essayé de remédier à cette difficulté d'entretien. Le groupe des étudiants choisis est interrogé à l'aide d'un questionnaire que nous avons projeté de remplir au fur et à mesure de l'entretien. Mais la plupart des étudiants étaient pressés ; sous prétexte qu'ils n'avaient pas beaucoup de temps, nous leur avons laissé le questionnaire à remplir et nous les avons sollicités pour servir d'intermédiaires auprès de leurs parents, la plupart des immigrés de la première génération ne sachant pas écrire. A ce niveau, l'information reste cependant incomplète, en l'absence d'un contact direct.

→ il faut signaler aussi la difficulté que nous avons rencontrée pour avoir des témoignages de femmes de plus de 40 ans. Il a été presque impossible de discuter avec des femmes, religion oblige, il fallait attendre le retour du mari le soir, après le travail ; malgré cela, l'entretien avec les épouses reste quasi impossible. La seule famille qui a accepté de nous recevoir à l'intérieur, en l'absence du mari, était d'origine marocaine berbère. Les autres entretiens se sont déroulés devant la porte.

→ enfin, la population de notre échantillon semblait en général perturbée, impatiente et réservée.

**I. Identification des individus**

1. Nationalité : a) des parents b) des enfants / Pays d'origine des parents.
2. Age et sexe : a) des parents b) des enfants.
3. Nombre d'enfants.
4. Niveau d'étude : a) des parents b) des enfants.
5. Catégorie socioprofessionnelle.
6. Pratique de la religion.
7. Langues : a) parlées b) comprises c) lues, par les parents et les enfants.
8. Langues parlées à la maison : a) entre parents b) avec les enfants c) entre enfants.
9. Participation à la vie associative.
10. Relations avec l'entourage.

**II. Mécanismes de réception**

11. Quel genre de matériel électrique possédez-vous ?
12. Pourquoi avoir choisi la parabole ?
13. Allez-vous au café pour voir la parabole ?
14. Regardez-vous les chaînes françaises ?
15. Lisez-vous le journal ? lequel ? fréquence ?
16. Lisez-vous d'autres choses ?
17. Quelles chaînes regardez-vous sur la parabole ? genres préférés ?
18. Regardez-vous des émissions religieuses ? lesquelles ? quand ?
19. Discutez-vous des programmes en famille ? au travail ? au café ? ailleurs ?

**III. Modalités et impact de la réception**

20. Comment réagissent vos enfants face aux programmes de la parabole ?
21. Quels sont leurs programmes préférés ?
22. Est-ce que vous comprenez : l'Arabe classique moderne de la TV ? l'Egyptien ?  
les programmes étrangers ?
23. Qu'attendez-vous des émissions religieuses : information ? conseils pratiques ? autre ?
24. Quelle(s) vision(s) du pays d'origine vous donnent les programmes ?
25. Que pensez-vous d'une chaîne arabophone en France ?

*DEUXIEME PARTIE :*

***LES IMMIGRES MAGHREBINS ENTRE***

***L'ESPACE MEDIATIQUE FRANÇAIS***

***ET LA PARABOLE***



# 1. Quelques approches de l'immigration dans les médias : la presse et la télévision

## Introduction

Nous allons essayer dans ce chapitre d'alterner entre deux modes de traitement de la médiatisation de l'immigration : d'une part, on peut projeter de voir comment les immigrés, en général, et ceux de la rive sud de la Méditerranée en particulier, deviennent un thème d'actualité à travers les discours des hommes politiques, la législation, les spécialistes, etc. D'autre part, le traitement de l'immigration peut aussi se baser sur la notion d'événement ou de fait divers : sur ce plan, l'immigré devient lui-même un acteur qui tombe ou se jette dans la toile d'araignée "information" !

La tentation est grande alors d'interpréter les caractéristiques de la médiatisation de l'immigration en interaction continue avec la perception publique.

## *1.1. Aperçu historique*

### *1.1.1. La période d'entre-deux-guerres*

Durant cette période, la médiatisation de l'immigration, surtout pendant les années 30, était centrée sur un sentiment d'antipathie à l'égard des immigrés, indépendamment de leur nombre, de leur statut de réfugiés ou de leur activité. C'est une époque marquée par la médiatisation des attentats et des règlements de compte. La situation politique internationale de l'époque n'était guère stable, et la France, par sa campagne contre les étrangers et le contrôle rigoureux des frontières, espérait échapper aux contraintes de la conjoncture internationale et aux affrontements comme chez les autres puissances (fascisme, bolchevisme, ...).

A l'époque, seules la presse et la radio étaient témoins de cette effervescence.

### *1.1.2. Après la guerre de 1940*

La participation des anciennes colonies françaises au combat pour la libération de la France a créé de nouveaux rapports à l'immigration. L'opinion publique devient de plus en plus critique vis-à-vis de la politique française au Maghreb.

La France est de nouveau importatrice de main-d'œuvre pour la reconstruction du pays et le relancement de l'économie. Les discours politiques dans la presse et la télévision se penchent sur le problème de l'immigration sous un autre angle : améliorer la façon de vivre des ouvriers étrangers et faciliter leur intégration sociale, à commencer par la langue et le logement.

Contrairement à la période d'entre-deux-guerres, la presse se trouve concurrencée par la radiodiffusion et, plus tard, la télévision. Même les quotidiens qui étaient les porte-parole des différentes familles politiques comme : "Action française", "Le Temps", "Le Peuple", "La Croix", etc., n'avaient plus le même poids pour le traitement de l'actualité.

L'époque connaît également le début de l'importance de la presse quotidienne régionale, dont le rapport avec le pouvoir s'estompera d'ailleurs peu à peu. Cette situation fait naître de nouvelles méthodes de traitement de l'actualité, et, à travers ce changement, l'immigration est devenue un enjeu avant tout informationnel, avant qu'elle ne se transforme en exploitation politique.

### *1.1.3. Les années 1980*

Cette période est considérée comme étant plus riche en matière de recherches sur la médiatisation de l'immigration. Les énoncés politiques s'articulent autour d'enjeux électoraux et on assiste au succès croissant de l'extrême droite. Nombreux sont les événements et les faits divers traitant l'immigration comme un "fait de société". La presse écrite et audiovisuelle a développé ce genre d'approches en créant des rubriques et des émissions spécialisées. Aussi faut-il signaler l'apparition d'une nouvelle génération hybride dans le discours des médias ; celle-ci porte la marque des deux cultures : arabe et française. Son activité sur le terrain est représentée médiatiquement par le mouvement "beur" , appellation attribuée aux enfants de la deuxième génération lors de leurs manifestations à Paris.

Sur le plan social, les différentes grèves (Renault, etc.) et l'association d'idée avec une intervention des intégristes étrangers ont su occuper la scène médiatique.

L'immigration maghrébine suppose aussi la présence d'une religion : la construction des mosquées, la prière pendant le travail ou le Ramadam, l'affaire Rushdie, autant de sujets qui ont été surexploités par les médias.

En général, les années 80 battent le record au niveau de la médiatisation de l'immigration.

Nous allons maintenant nous intéresser de près aux différentes formes de traitement effectuées par la presse et la télévision pendant et après cette période.

## ***1.2. L'immigration maghrébine dans la presse***

Il s'agit ici de décrire comment s'est construit un ensemble d'affirmations et d'images autour de ce thème au cours de ces dernières années. Les implications théoriques d'une telle démarche portent en particulier sur la manière de considérer les récits de presse et les processus de médiatisation, à savoir comment utiliser les notions d'événements, de faits divers, d'actualité et de récit médiatique.

### *1.2.1. Le fait divers*

Maurice LEVER<sup>1</sup> associe la naissance du fait divers à l'avènement de l'imprimerie en 1455.

Il écrit dans son introduction que « *le fait divers, c'est le dévoilement de l'actualité au profit du mythe* ».

Pendant cinq siècles, le fait divers a oscillé entre ces deux notions : actualité et mythe. Il représente un ensemble d'événements quotidiens, frappant le lecteur par leur caractère actuel et leur portée mythique, parfois même légendaire. Ces événements décrivent une réalité sans portée générale, formée d'un mélange de crimes, accidents, catastrophes naturelles et autres, etc. Mais la signification du fait

---

<sup>1</sup> Maurice LEVER, *Canards sanglants, Naissance du fait divers*, Paris, Fayard 1993, intr. p. 16.

divers reste floue et ambiguë, elle se manifeste dans un ensemble de figures, véhiculées par le texte plutôt que dans le texte lui-même. Le journaliste écrit une histoire, un contenu que le lecteur ne doit pas prendre au sens premier. Le sens est dans "l'implicite", ou le "sous-entendu", dans l'image symbolique que fournit le texte de lui-même.

Edwy PLENEL<sup>2</sup> écrit : « *L'ambivalence est au cœur du fait divers, cette catégorie qui n'en est pas une, où l'on range en vrac tout ce qui dérange et intrigue, fascine et effraye, parce que s'y dévoile brusquement l'envers trouble et mystérieux de l'humanité* ». Il explique l'origine de cette ambiguïté par la nature des sentiments contradictoires que peut induire la publication d'un fait divers.

### **Les Maghrébins et le fait divers dans la presse :**

De par sa nature de description des événements locaux, la rubrique des "faits divers" est considérée comme la mieux adaptée pour parler des immigrés maghrébins. Mais quel genre de discours utilise-t-on pour parler de cette actualité ? La principale source de la presse locale au début était le commissariat de police. Là, les Maghrébins sont désignés sous la catégorie générique "Nords-Africains" ; mais après que l'immigration soit devenue un thème de polémique, les journalistes se sont mis à puiser directement leurs sources dans la réalité.

Si l'on prend le cas des deux grands journaux français, "Le Monde" et "Libération", on constate qu'ils ont tous deux créé une version locale de leur journal ; mais "Libération" privilégie la rigueur et l'organisation des faits divers sous la rubrique "société" avec un spécialiste de la police (faits divers de banlieues, bavures policières, clandestins, etc.) et, sous la rubrique "Mode de vie", un spécialiste de l'immigration en contact avec les services d'intégration gère une information politique et juridique (les nouvelles lois, nouvelles politiques, etc.).

Cette tendance à spécialiser le domaine de l'immigration tend à améliorer la qualité de l'information sur les immigrés. Mais est-ce que cette qualité permet d'étudier les conséquences des représentations que se fait le public sur la notion de l'immigration et de l'étranger ?

---

<sup>2</sup> Edwy PLENEL, "La bombe humaine", in Le Monde, 16/17 Mai 1993



Plusieurs affaires, dont les auteurs sont d'origine étrangère, ont été commentées par des articles de presse : des agressions, des affaires de drogue ou de proxénétisme y prennent une dimension symbolique lorsque les délinquants sont étrangers. La médiatisation des "zones à risques" prend de l'ampleur ; l'évocation de certaines banlieues suffit pour définir l'identité d'un individu : Vaulx-en-Velin est l'emblème de la marginalisation et de l'exclusion dans l'agglomération lyonnaise.

La religion s'ajoute aux innombrables situations défavorables dans lesquelles se trouvent les immigrés sur la scène publique. La construction des mosquées et l'implantation de lieux de prière dans l'usine ont fait couler beaucoup d'encre. Le fait divers se transforme ainsi en un fait de société, et parfois même en fait mondial à implications politiques, comme l'affaire du foulard ou celle des versets sataniques. La méconnaissance de l'Islam par les journalistes, et l'absence d'un interlocuteur musulman, vont favoriser un traitement médiatique qui tient davantage de la gestion du fantasme que d'un travail d'information au sens propre du terme.

L'information peut être classée comme un fait divers lorsqu'elle touche à un incident de banlieue, une expulsion ou une bavure policière. Mais lorsqu'un fait divers est répétitif, et qu'une campagne de presse lui donne une dimension publique, il peut être traité comme un "fait de société", ou entrer dans le cadre d'une chronique médiatique (expulsion ou régularisation des sans-papiers,...)

La presse suppose une compétence, un travail de plus : la lecture, le texte sont rarement illustrés par l'image. Mais quand l'image intervient, toutes les caractéristiques sémiologiques sont manipulées : l'image instantanée, particulière, engendre un imaginaire dans le public, une représentation - sous un angle quelconque - de l'immigré, et nombreuses sont les images négatives non commentées.

### *1.2.2. L'événement*

On appelle événement un fait réel d'une grande ampleur de diffusion, un sujet d'actualité qui se produit dans un contexte bien défini, et qui engendre des changements dans le cours de la réalité subjective. Il est étroitement lié à une situation géographique et à un aspect sociétal. En effet, l'événement prend des

formes différentes selon le degré de subjectivité du journaliste, mais aussi selon des facteurs extérieurs comme :

- la sensibilité politique
- l'orientation du support
- la déontologie de l'information
- l'opinion publique

L'événement diffère du fait divers dans la mesure où il engendre un changement de perspective du problème posé : la presse en donne non seulement une description mais aussi une explication. Le fait divers, lorsqu'il dépasse les zones locales en suscitant un public plus large, plus intentionné et surtout réactionnaire, devient un fait de société dynamique, un événement dont le caractère principal est d'être spectaculaire.

Événement et information coïncident dans la perception que fournit E. MORIN<sup>3</sup> sur ces deux notions : « *L'événement doit être conçu en premier chef comme une information, c'est-à-dire un élément nouveau qui fait irruption dans le système social* ». Dans cette perspective, c'est l'imprévisibilité qui fait le caractère spectaculaire de l'événement.

Pour Maurice MOUILLAUD<sup>4</sup>, l'information et l'événement ne coïncident pas tout-à-fait, mais leur autonomie reste très contestable : « *Le détour par le signe nous permet de proposer une interprétation de la différence entre l'événement et l'information. Nous appellerons "événement" la modalité transparente de l'information* ». L'information peut donc déformer la portée d'un événement, et c'est dans cette mesure que nous nous sommes intéressés à cette notion en rapport avec l'immigration.

### **L'immigration-événement :**

Plusieurs événements ont jalonné le parcours de l'immigration, et, à travers ces événements, plusieurs images des immigrés se sont dessinées, superposées,

---

<sup>3</sup> E. MORIN, in "La presse et l'événement", (sous la dir. de) André-Jean Tudesq, Maison des sciences de l'homme de Bordeaux, 1973, p.18.

<sup>4</sup> Maurice MOUILLAUD et Jean-François TETU, Le Journal Quotidien, Presses Universitaires de Lyon, 1989, p.14.

enchâssées : des Minguettes aux émeutes de Vaulx-en-Velin ; de la compassion à l'égard des réfugiés à la hantise de la présence accrue des clandestins ; de la tolérance vis-à-vis de populations musulmanes pratiquant un Islam modéré, tranquille, à la crainte d'une structuration communautaire autour d'un Islam militant. L'immigration-événement est représentée par cette attention soudaine portée sur la présence des étrangers à la périphérie des grandes agglomérations ; ces corps étrangers, qui passaient sous silence avant les années 70, réapparaissent sur la scène publique avec leurs expériences quotidiennes de voisinages dans les quartiers d'habitat social et les banlieues, avec leur présence dans les rues et les transports communs, mais surtout avec la présence d'une deuxième génération organisatrice de l'événement "beur". Tous les événements relatifs à l'immigration, en constituant un des motifs de l'actualité de la presse (et de la télévision), ont entretenu des polémiques politiques ayant pour objet et pour enjeu les rapports entre la société française et l'immigration. Il s'agit bel et bien d'un ensemble d'événements qui ont induit des changements dans la société. Il faut noter enfin que les événements qui ont constitué des temps forts et des points d'intensité dans la presse sont devenus des sortes de références ultérieures à d'autres événements moins importants.

### **Les grands événements qui ont marqué la presse :**

Ces points d'intensité semblent fixer dans la mémoire les thématiques d'insécurité urbaine et de violence en banlieue, à défaut de celles de la paix sociale et de la société multiculturelle.

Ces passages se résument comme suit :

- \* les rodéos des Minguettes
- \* les émeutes de Vaulx-en-Velin
- \* la marche des beurs
- \* la création de SOS Racisme ⇒ Expulsion des "sans-papiers"
- \* les difficultés culturelles d'intégration de l'Islam :
  - grèves chez Renault
  - affaire du foulard
  - construction de la mosquée de Lyon et de Mantes-la-Jolie

- versets sataniques de Rushdie
- explosions à répétition dans le métro

Tous ces événements ont la caractéristique d'enfreindre la norme culturelle et la loi. Ceci a pour conséquence l'apparition, et sur le plan politique, et sur le plan social, de groupes hostiles aux cultures étrangères. Ces groupes profitent de l'image et des représentations que crée la médiatisation obstinée de tels événements auprès de l'opinion publique.

### ***1.3. La télévision et l'actualité relative à l'immigration***

La télévision a le privilège de manipuler l'image animée que la presse ne peut pas exploiter dans toutes ses dimensions. Elle ne s'interroge que rarement sur le mode de traitement de l'actualité maghrébine. Pendant les années 80, les chaînes publiques et privées se sont contentées d'annexer les événements soulevés par la presse, et de proposer quelques émissions relatives à l'immigration qui ont gardé un caractère exotique.

La télévision est à la fois cause et effet de l'opinion ; elle participe à des systèmes de représentations collectives.

Avec quelle efficacité la télévision française traite-t-elle la question de l'immigration ? Et quel genre de participation ou d'apparition est réservé aux immigrés sur le petit écran ?

#### ***1.3.1. Présentations conflictuelles***

Comme dans la presse écrite, la télévision présente les immigrés à travers des faits divers dont les sujets abondent en violence et en délinquants. L'origine des immigrés renforce leur situation de victimes ; la pauvreté ou la richesse, la stabilité ou l'instabilité politique du pays d'origine ainsi que le degré de coopération qu'il mène avec la France sont décisifs dans l'opinion publique française. En effet, la

plupart des cas de traitement de l'actualité extérieure influence indirectement l'image des immigrés maghrébins.

L'image des immigrés francisés est généralement absente de la télévision, comme le montre une enquête faite par le CIEMI (Centre d'Information et d'Etude des Migrations Internationales)<sup>5</sup> à la demande de l'Association Rencontres Audiovisuelles (ARA), sous le titre : "La présence et la représentation des minorités ethniques à la télévision française". Que contient cette enquête ?

### *1.3.2. Résultats d'une enquête*

L'enquête consistait à visionner, sur une période bien déterminée - 16 au 30 Octobre 1991, de 17h à 0h -, près de 750 émissions télévisées, puis à les analyser en en dégagant la présence des immigrés, leur participation, leurs images, etc. Nous présentons ici les résultats de cette enquête, qui nous semblent très significatifs :

**\* 1er constat :** les immigrés figurent d'une façon très limitée à la télévision :

⇒ les professionnels issus de l'immigration sont rares, on signale seulement quelques journalistes.

⇒ peu d'immigrés participent à des émissions télévisées.

⇒ des images sans commentaires mettent parfois l'accent sur une banlieue déserte et tendue ; alors que certains reportages consacrés aux "faux chômeurs" font l'amalgame avec Maghrébins et Noirs.

**\* 2ème constat :** l'immigration participe à l'effervescence de la vie sociale :

⇒ pour la résolution des problèmes des villes, certaines lois et propositions ministérielles (ex : mesures AUBRY, PASQUA, DEBRE...) sont commentées en présence, en arrière-plan, d'un aspect social de banlieue, par exemple.

---

<sup>5</sup> Migrations Société, vol.3 n°18, Nov / Déc. 1991.

⇒ l'immigration est présente dans certaines émissions d'ordre "débat général" (Marche du Siècle, En quête de vérité, etc.), les immigrés y sont évoqués à titre d'illustration de certains thèmes comme l'insécurité, la violence dans les lycées, etc.

⇒ par des débats d'ordre général, au sujet des jeunes, où l'on peut trouver le thème des "beurs", les actions de SOS Racisme, etc. ; au sujet du chômage, où la sélection des jeunes suppose une certaine position vis-à-vis des enfants de la deuxième génération, etc.

\* **3ème constat** : la prise en compte de l'immigration comme source d'information est assurée par le journal télévisé (JT) et par la chaîne régionale (FR3). Cette chaîne, par sa logique de proximité, évoque les réalités sociales vécues par l'immigration : problèmes de logement, de chômage, de zones sensibles, etc.

⇒ le traitement de l'information par FR3 opte généralement pour le fait divers, moyen garanti, qui permet de sortir de la routine informationnelle et qui favorise un taux d'écoute très élevé : les téléspectateurs ont besoin de l'a-normal, du spectaculaire. Ces éléments, FR3 les retrouve dans les affaires criminelles dont les acteurs sont d'origine étrangère : travail clandestin, réseaux de drogue, fabrication de faux-papiers, prostitution, problèmes de clochardisation et de viols qui impliquent des immigrés.

⇒ d'autres reportages sur la prolifération des sectes englobent la religion musulmane, donc les Maghrébins.

⇒ certaines émissions comme "La Marche du Siècle" déclenchent le débat sur la participation à la vie associative locale des immigrés et des minorités ethniques. Ces émissions permettent malgré tout à l'immigration de sortir du cadre habituel de la violence et de la décadence.

⇒ les émissions sportives montrent bien des individus de couleurs différentes, de noms "peu français"..., mais sans aucun commentaire. Ces "vedettes" sont épargnées de la référence ethnique, sauf dans les entretiens ou les émissions qui leur sont consacrés en totalité, où ils s'expriment eux-mêmes sur leur parcours sportif et sur leur vie privée.

**D'autres enquêtes**<sup>6</sup> ont été effectuées dans d'autres pays d'Europe, notamment en Angleterre et dans les pays nordiques.

Une comparaison entre la fréquence de médiatisation en France et en Grande-Bretagne montre que le ton est moins sévère en Grande-Bretagne qu'en France :

- l'immigration apparaît beaucoup moins dans les discours politiques
- les immigrés sont présents professionnellement dans les journaux télévisés et les émissions, qu'elles soient de divertissement, culturelles ou autres.
- les immigrés ont une grande présence dans les documentaires et les émissions sportives en tant qu'acteurs.

**Tous ces résultats n'excluent pas que la Grande-Bretagne soit passée par le même chemin, mais un peu plus tôt !!!**

### *1.3.3. Les émissions spécifiques sur l'immigration*

La télévision française n'a jamais intégré le thème de l'immigration à l'intérieur d'un programme bien adapté. Les émissions qui traitent de la vie quotidienne, des émotions et de l'histoire des immigrés peuvent être comptées sur le bout des doigts pendant les années 80, et inexistantes après : les immigrés ne font pas partie de la vie courante à la télévision. Mais il faut signaler des "émissions-flashes" qui ont marqué le parcours de l'immigration et qui ont laissé des traces dans sa mémoire, notamment "Mosaïque", "Rencontres", "Ensemble aujourd'hui".

\* **"Mosaïque"** : c'est une émission qui a parlé, pendant dix ans, régulièrement chaque semaine, des problèmes, des soucis, de la vie des communautés étrangères en France. Elle a toujours évolué dans la tension : conflits et enjeux du pouvoir politique. Elle fut créée en Décembre 1976 par Mr. Paul DIJOURD, alors secrétaire d'Etat aux immigrés, pour répondre aux pressions des

---

<sup>6</sup> Migrations Société n°21, Mai / Juin 1992.

associations d'immigrés, mais aussi pour stabiliser la population étrangère à l'heure de l'arrêt de la croissance économique et de la montée du chômage.

Ce n'est pas une émission produite par une chaîne française mais par le FAS (Fonds d'Action Sociale) en coopération avec les pays fournisseurs de main-d'œuvre : Algérie, Maroc, Tunisie, ex-Yougoslavie, Portugal, Espagne, Turquie). Ces pays ont collaboré à l'émission en fournissant régulièrement des reportages. Au départ, "Mosaïque" s'adressait aux immigrés dans leur langue, par l'intermédiaire de présentateurs de différentes nationalités. Diffusée de 10h à 12h le dimanche matin, elle proposait une large variété de programmes :

- musique (folklorique)
- informations pratiques et culturelles
- reportages sur les pays d'origine
- vie des femmes et analphabétisation
- problèmes de scolarité

A l'époque, les associations jugeaient l'émission délibérément folklorique, mais admettaient qu'elle était nécessaire et populaire.

Du côté des politiciens, le rapport GASPARD (1986) demandé par Mr. François AUTAIN à Mme Françoise GASPARD, député PS et maire de Dreux, dans le cadre de l'insertion des immigrés, montrait que les émissions "spécifiques" pourraient renforcer l'esprit d'isolement, de guettos. Ce rapport ne remettait pas en cause l'existence de l'émission dans l'immédiat, mais il proposait de renouveler son contenu et de l'adapter à la nouvelle génération.

Suite à des changements politiques, l'émission fut supprimée et remplacée par "Ensemble Aujourd'hui" en 1987.

\* **"Ensemble Aujourd'hui"** : cette émission a été marquée par des changements dès sa création :

- durée de vie : une année (87 à 88)
- heure de diffusion imposée par FR3 : 9h au lieu de 10h le dimanche matin
- longueur passée de 2h à 1h30 mn



- le programme a été modernisé : nouvelle écriture, nouveaux thèmes et nouvelle présentation, pour être mieux adaptés à la deuxième génération. Ces changements étaient inadéquats avec les aspirations de la population immigrée. Pour beaucoup, "Ensemble Aujourd'hui" a été une catastrophe, dans la mesure où elle ne touchait pas aux problèmes de fond.

\* **"Rencontres"** : après l'échec d'"Ensemble Aujourd'hui", le gouvernement reçoit, en matière d'immigration, les membres du FAS et leur propose une nouvelle formule : l'"ARA" (Association Rencontres Audiovisuelles) serait désormais chargée de la production et de la conclusion de nouveaux contrats avec des agences. L'émission démarre en 1989 en insistant sur l'aspect "chaîne de l'immigration" :

- informations internationales sur les pays d'origine
- conseils juridiques
- variétés musicales et culturelles
- dossiers historiques et documentaires

Par ses programmes variés, cette "chaîne" prétendait montrer la multiculture, mais le développement du secteur satellitaire, et surtout en Grande-Bretagne, commençait à favoriser l'accès à des programmes pour les immigrés.

Une émission encore en recherche du "Prime-Time" n'avait pas de chance de continuer : elle fut suspendue en 1991 .

Depuis la création de "Mosaïque" et de ses successeurs, ces émissions sont devenues globalement moins nombreuses et moins variées. Soumises à un contrôle politique assez contraignant, et à une concurrence de plus en plus féroce pour l'obtention d'heures de diffusion convenables auprès des chaînes, elles n'ont pas été en mesure de combler les attentes des immigrés.

## ***1.4. Critiques publiques du traitement médiatique de l'immigration***

Revenons à l'actualité de l'immigration présentée à travers des événements bien précis, selon une forme d'écritures et d'images bien définie.

**\* La première critique**, et c'est celle qui est la plus générale, s'adresse aux journalistes : ces hommes de l'information peuvent-ils faire leur métier dans le respect de l'objectivité ?

Concernant le sujet de l'immigration, les journalistes mélangent le commentaire et l'analyse. L'information **doit** créer le scandale comme elle doit être rare et urgente. Ainsi, le dossier de l'immigration et des banlieues est, depuis une décennie, révélateur d'un malaise du traitement de l'information relative à de nouveaux espaces de communication. Le problème reste posé : à partir de quelle(s) base(s) établir une hiérarchie de l'information sur l'immigration ?

Pourquoi privilégier un interlocuteur ou un événement ?

Comment garder sa distance par rapport à un aspect de l'immigration tout en essayant de servir la cause d'interculturalité ?

Telle est la tâche du journaliste.

**\* Les critiques sur le plan politique et social** se résument comme suit : sont reprochées aux médias la dramatisation politique de l'événement, qui favorise une opinion adverse et encourage l'extrémisme politique ; la création de stéréotypes par des clichés médiatiques, influençant la culture de masse et bloquant les échanges interculturels. Les médias "font l'événement", c'est-à-dire que la télévision et la presse contribuent à encourager les immigrants à adopter certains comportements, parfois même en leur en donnant l'idée première...

La réalité passe en images, et les images deviennent une réalité plus violente et plus difficile à maîtriser encore.

## **2. La situation actuelle de la parabole : bilan et perspective**

### ***2.1. Les moyens techniques de la réception "parabolique"***

#### *2.1.1. Le perfectionnement technologique*

L'évolution de la réception des télévisions diffusées par satellite a pour origine le développement rapide de ce secteur des télécommunications durant ces dernières années. Les satellites constituent une grande mutation de l'histoire des médias dans la mesure où les problèmes techniques de la diffusion hertzienne se trouvent surmontés. Les ondes peuvent enfin voyager sur de très longues distances et couvrir des zones très variées.

32 satellites diffusent 150 chaînes qui peuvent théoriquement être captées en Europe. Ils stationnent à 36.000 Km de la terre et tournent à la même vitesse qu'elle, ce qui permet de balayer constamment une région bien précise par exemple. Plus d'une centaine de ces chaînes sont gratuites.

La réception se fait sur la base d'un matériel plus simple et moins coûteux :

- une parabole : disque d'acier ou d'aluminium,  $\varnothing$  80cm à 3m.
- une tête de réception-convertisseur : lit et convertit en images les signaux reçus au cœur de la parabole et les renvoie vers l'intérieur de la maison.
- un démodulateur : rend les programmes visibles à l'écran et permet le "zapping".

Selon la qualité du matériel et le nombre de satellites captés, les prix peuvent varier de 900 à 17.000F<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> "Tout sur la réception satellite", in Télé Satellite, Octobre 1996.

## 2.1.2. Inventaire des chaînes arabophones sur la parabole

Les satellites prisés en France se divisent en trois catégories :

\* **Pour les chaînes françaises** : Télécom 2A et 2B. Les dernières statistiques montrent que le nombre de téléspectateurs français est légèrement supérieur à celui des immigrés.

\* **Pour les chaînes anglaises et allemandes** : Astra 1A, 1B, 1C et 1D.

\* **Pour les chaînes dans d'autres langues** : de l'Arabe au Turc, en passant par le Portugais, et bien d'autres : Eutelsat 2F1/2F6 - Hot Bird 1, 2F2, 2F3,...

### \* **Les principales chaînes arabo-islamiques :**

- **Radio Télévision Marocaine (RTM)** : diffusée depuis le 3-03-1993.

Cette chaîne publique généraliste propose des programmes en langue arabe littéraire moderne pour le Journal Télévisé et les programmes à caractère littéraire, ainsi que les documentaires et les programmes de sport. Parfois, des émissions sont programmées en Arabe dialectal, principalement des pièces de théâtre populaire. La présence de la langue française demeure encore importante. On note aussi l'ouverture et la fermeture des programmes avec la lecture de versets coraniques bien choisis, et la diffusion en direct de la prière du vendredi. En effet, le vendredi représente le jour religieux de la RTM avec des débats théologiques, des films, etc., à l'exception du film de clôture !

- **RTT . TV7 (Tunisie)** : diffusée depuis le 7-11-1993.

Cette chaîne propose une variété de programmes à dominante "divertissements". Elle diffuse ses émissions en Arabe classique moderne pour la plupart, mais utilise aussi l'Arabe populaire pour toucher une plus grande audience.

- **Algerian TV (Algérie)** : diffusée depuis le 20-08-1994.

Elle propose des émissions en Arabe moderne, un répertoire de films égyptiens classiques des années 50/60 et un ensemble d'émissions pour les enfants.

Le Journal Télévisé diffusé en langue française connaît un grand succès auprès de la population algérienne en France.

- **Egyptian Satellite Channel (ESC)** : diffusée depuis le 1-12-1992. C'est une chaîne qui propose les meilleures productions des deux chaînes nationales et des trois chaînes régionales égyptiennes. Le résultat est une variété de programmes en Arabe moderne et en Egyptien, à dominante "divertissements" (musique, théâtre, cinéma) et avec un bouquet d'informations sur la situation au Moyen-Orient. C'est une chaîne avant-gardiste, avec une forte présence de femmes.

Elle est la première chaîne arabe à avoir signé un contrat de reprise sur le câble français le 29 Novembre 1993.

- **Middle East Broadcasting Center (MBC) (Arabie Saoudite)** : diffusée de Londres depuis Avril 1991. Cette chaîne est détenue par des intérêts saoudiens. Elle offre un ensemble de programmes généralistes en Arabe littéraire moderne à dominante "informations", avec de nombreuses émissions à caractère religieux. Cette chaîne a également déposé au CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) une demande de conventionnement pour être prise sur le câble français en 1994, demande restée sans réponse à ce jour.

- **Dubaï TV (Emirats Arabes Unis)** : diffusée depuis Février 1994. Cette chaîne, qui émet de Londres, propose des programmes généralistes en Arabe littéraire moderne, avec très peu de rendez-vous d'information. Elle diffuse une émission religieuse le dimanche soir, de grande renommée parmi les Maghrébins.

- **Muslim TV (Pakistan)** : financée par des hommes d'affaires pakistanais, cette chaîne thématique religieuse, qui émet de Londres, diffuse tous les jours ses programmes en clair de 14h15 à 17h15 en quatre langues possibles (Arabe moderne, Anglais, Français et Pakistanais) : récitation du Coran (psalmodies), cours de théologie, les cinq prières du jour, la prière du vendredi, et des émissions spéciales sur les fêtes religieuses.

**\* Par ailleurs, huit chaînes turcophones sont actuellement diffusées en France par satellite (Entelsat) :**

- **TGRT** : propose des émissions généralistes ; captée par les musulmans pratiquants pour ses rendez-vous religieux et ses films "religieusement corrects".

- **HBBTV, TRT-INT (chaîne d'Etat), ATV, Show TV** (qui diffuse un bon nombre d'émissions à caractère érotique), **Interstar, Satel 2 et Ciné 5 (cryptée)**.

Toutes les chaînes arabo-islamiques ont vu le jour pendant la même période (93/94). Elles ont réalisé en un temps record, un taux de réception de près d'un million de paraboles : une situation qui a poussé les services publics à se pencher sur la question.

### *2.1.3. Le projet d'une chaîne arabophone sur le câble*

La crainte d'une propagande islamiste incontrôlable a maintenu les pouvoirs publics dans une attitude de refus à l'égard du conventionnement simple des chaînes arabes sur le câble. Mais, pour ne pas laisser le terrain libre au satellite, le gouvernement français avait chargé Fouad BENHALLA, conseiller du président de la Sofirad et ancien président du Canal France International (CFI), de la conception d'un projet d'une chaîne câblée arabophone, destinée à favoriser la politique d'intégration. Elle était conçue en bilinguisme arabe et berbère, sous-titrée en Français, et devait faire largement appel aux chaînes des télévisions nationales arabes pour remplir ses grilles.

Mais, face à ce projet, Mr. BENHALLA semblait peu optimiste en raison du nombre de foyers déjà "satellisés", et ce, pour deux raisons :

- a) la chaîne franco-arabe câblée n'aurait pu avoir qu'un rôle complémentaire,
- b) elle présentait un handicap important face aux chaînes du Maghreb reçues en clair, et gratuitement, par satellite.

Malgré un bon climat quasi-général dans le monde politique, plusieurs années passèrent, et rien ne vint. Fouad BENHALLA affirme dans "Le Monde"<sup>8</sup> : *<< Je n'ai sans doute pas su me montrer suffisamment convaincant >>*.

Au cours de nos entretiens avec la population maghrébine de l'échantillon choisi, nous avons essayé de réveiller ce problème, et nous avons obtenu des points de vue variables, qui seront du reste détaillés plus loin.

---

<sup>8</sup> Jacques BERTOIN, "Qui a peur de la chaîne arabe ?", in Le Monde, 31-03 et 1-04 1996.

### 3. La réception parabolique : un enjeu socio-politique, linguistique et culturel

#### 3.1. *Caractères socio-politiques*

Quand on évoque la parabole comme un fait social et politique, on envisage la question sous deux angles différents :

\* **d'un point de vue exogène** : les pouvoirs politiques considéraient le conventionnement des chaînes arabophones comme une menace pour l'ordre public, en raison du risque de support et de propagande à l'islamisme. Mais ces décisions n'ont rien apporté dans le domaine médiatique par rapport aux immigrés (exceptées les quelques émissions déjà citées). Cette attitude a créé chez les Maghrébins une forme de rejet de la télévision française, rejet qui ne s'avère pas total mais qui est apparent, comme le signale ce Marocain de 40 ans : « A part le journal télévisé, ou quelques émissions culturelles qui parlent de tout, il n'y a rien à voir à la TV. Les films font fuir avec leurs scènes obscènes et violentes. C'est un sacrilège pour toute notre famille autour de l'appareil ». La télévision française représente pour les immigrés maghrébins un objet désiré et banni tout à la fois. Ils critiquent souvent l'aspect peu véridique de l'information provenant de leur pays d'origine : « On aime bien regarder les informations sur notre chaîne mais on sent toujours qu'il y a un manque d'images, de temps et de vérité. On recourt souvent à l'information sur le journal télévisé de 20h », témoigne une étudiante de 24 ans. Toutefois, il faut signaler que les informations télévisées ont perdu de leur crédibilité suite à la médiatisation de la Guerre du Golfe.

L'image que donne la télévision française du Maghrébin comme bandit, assassin ou voleur, engendre une remontée d'un sentiment de culpabilité chez le reste de la population : « Quand la TV parle d'un Maghrébin qui a commis un délit, ou qui n'est pas dans la norme, les Français considèrent tous les Maghrébins comme tels, on oublie ceux commis par les Français eux-mêmes. Quand je regarde ce genre de choses, ça me fait monter le sang ! », déclare un Algérien de 30 ans.



\* **d'un point de vue endogène** : les familles maghrébines interrogées sont, pour la plupart, originaires de la campagne, avec un taux d'analphabétisation très élevé, surtout parmi les femmes. Elles ont opté pour la parabole avant tout pour la langue et l'image, qui leur sont plus familières et accessibles. En effet, la première génération est conservatrice de sa langue d'origine, qu'elle veut absolument transmettre aux enfants.

### ***3.2. La situation linguistique des Maghrébins***

Ils sont issus de pays présentant le même schéma de plurilinguisme. En effet, la situation linguistique du Maghreb est l'héritière de tous les contacts et de toutes les colonisations que la région a connus à travers l'histoire. Deux langues sont populaires : l'Arabe dialectal et le Berbère ; ces deux vernaculaires diffèrent d'une façon horizontale selon les régions, et d'une façon verticale selon les pays. Le taux d'intercompréhension est très faible. L'Arabe classique, dit "moderne", est une langue enseignée, donc tout le monde n'a pas eu la chance de l'apprendre. Il est réservé à l'usage administratif et aux cérémonies religieuses.

L'échantillon que nous avons sélectionné présente une majorité d'arabophones (dialecte), et quelques berbérophones mais qui parlent aussi l'Arabe dialectal. L'Arabe classique est utilisé par une minorité, l'élite qui a pu être scolarisée, et certains enfants de la deuxième génération qui ont été motivés pour l'apprendre.

Les femmes de plus de 40 ans sont les plus touchées par l'analphabétisme et se contentent de parler leur langue d'origine ainsi qu'un peu de Français.

Les enfants pratiquent, en plus du Français, la langue d'origine des parents, même si elle est parfois déformée au niveau de la syntaxe, pour la seule raison qu'elle est la langue principale à la maison ; tous les enfants de notre échantillon déclarent parler la langue ou le dialecte du pays d'origine des parents : « A la maison, nous parlons l'Arabe "marocain", nous essayons de préserver la langue d'origine de nos parents ; mais, entre nous, on parle souvent Français ».

### 3.2.1. Le facteur "langue" dans le choix de la parabole

Parce qu'elles sont portées par la langue, les chaînes véhiculées par le satellite posent avant tout la question de l'intégration linguistique. Côté maghrébin, les femmes sont les plus grandes consommatrices, car, sortant beaucoup moins que les hommes, elles comprennent moins bien le Français : « Ma mère ne sait pas lire. Quand nous regardons des programmes français, soit elle cherche à s'occuper autrement, soit elle nous sature de questions. La parabole lui a fait une place indépendante devant l'écran. Même si elle ne comprend pas tout, elle construit son discours, truffé d'explications, de références à des endroits qu'elle a déjà connus, à une recette de cuisine qu'elle sait faire, etc. », nous explique une jeune Tunisienne de 26 ans.

A la suite des entretiens avec les familles, on constate que les films, séries et comédies en Arabe populaire connaissent un grand succès dans la mesure où ils sont accessibles à tout le monde sans exception.

Les enfants qui, eux, sont natifs d'une autre langue, aiment bien regarder les programmes en Arabe : « Je regarde souvent la télévision française, mais parfois aussi la parabole parce qu'elle me permet d'apprendre "ma" langue », explique une fille de 17 ans !!!

En effet, les enfants de la deuxième génération se trouvent partagés entre le fait de regarder des programmes en langue française qu'ils comprennent facilement, et d'autres en langue arabe utilisée à la maison à 90%. La compréhension directe des programmes, c'est-à-dire sur la base de la langue seulement, est très faible, puisque les Maghrébins parlent à la maison l'Arabe dialectal de leur pays natal, qui n'est pas forcément la langue du programme reçu !

98% des émissions sont en Arabe classique moderne et langues étrangères, dont la plus courante reste le Français. Nous sommes donc amenés à poser ces deux questions :

- ⇒ Est-ce que la compréhension de la langue est essentielle pour comprendre un film ou une série ?
- ⇒ La parabole peut-elle améliorer l'apprentissage de la langue maternelle ?

La plupart des enfants ne comprennent pas l'Arabe moderne, mais au cours de nos entretiens, nous avons rencontré des adolescentes fidèles à certains rendez-vous, notamment des séries d'origine mexicaine traduites en Arabe moderne. Nous avons été très surpris de constater que ces jeunes filles maîtrisaient parfaitement le contenu de l'histoire : « Je comprends l'histoire sans recours à la langue ; c'est difficile de vous expliquer, je peux suivre et comprendre un film ou une série qui me plaisent sans savoir comment ; mais quand il s'agit de débats télévisés, il est difficile de savoir de quoi il s'agit », précise une jeune Marocaine de 20 ans.

En effet, nous remarquons que dans les pays arabes où les enfants sont sous l'emprise de films et séries égyptiens et de chansons, ils finissent par intérioriser le dialecte égyptien ; c'est ainsi que la production égyptienne continue à occuper une place importante dans le paysage audiovisuel arabe.

A. MERHABIAN<sup>9</sup>, expert en télévision, écrit : « *A la télévision, ce qu'une personne dit ne représente que 7 % de ce qu'elle communique réellement ; 38 % du message est transmis par sa façon de s'exprimer (voix, vocabulaire, rythme) et 55 % par les expressions du visage et les mouvements de corps* ».

Entre la langue et la para-linguistique, la différence est grande :

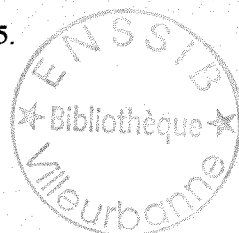
- le médium affecte les sens
- le lien intérieur/extérieur est déterminant pour une bonne compréhension.

La structure spatiale, avec tous les référents, conditionne la nature de l'adhésion à un programme ou à une émission. Si, par exemple, l'image est prise à proximité d'un paysage natal, l'émotion augmente et atteint son maximum lorsqu'une figure symbolique d'un paysage, connotant une culture particulière, apparaît : un nom, une montagne, un monument...sont autant de symboles qui peuvent toucher le Maghrébin.

- le rythme : indissociable du son et de l'image, il impose un type de respiration cardiaque. Il exprime l'ambiance qui règne sur le petit écran. Les séries mexicaines, regardées par une majorité d'adolescentes, représentent une

---

<sup>9</sup> Dans P. BABIN, Langage et culture des médias, Paris, Editions Universitaires, 1991, p.25.



juxtaposition de contradictions sentimentales et de scènes douces , par opposition à des scènes de violence. Écoutons ce jeune Algérien de 20 ans : « Ces séries sont très sexy, il faut seulement les regarder, elles sont très faciles à comprendre ! ». Dans ce propos, on découvre le rôle du corps comme étant un indice supplémentaire. Il invite le public, soit à répondre sensuellement, soit à reconnaître des expressions qui lui sont habituelles et qui évoquent pour lui son intégration dans un groupe bien déterminé. C'est ainsi que les jeunes adolescents(es) maghrébins(es) consomment ce genre de séries mexicaines ou égyptiennes. Ainsi, il faut donc prendre en compte l'ambiance et le contexte culturel dans lesquels les Maghrébins regardent la télévision, souvent en groupe, raison pour laquelle les problèmes de compréhension sont résolus par le père, la mère, le grand frère ou parfois les voisins.

### *3.2.2. Relation des Maghrébins à l'écrit*

Sur l'ensemble des individus interviewés, 10 % seulement lisent d'une manière assidue : journaux, revues, livres. La plupart de ces lecteurs ont déjà été scolarisés et lisent dans un but bien défini : des annonces, un événement important, etc. Les étudiants affirment lire, mais très peu ; la raison invoquée : programmes d'études trop chargés !!! Les différents propos recueillis à ce sujet varient du "pas trop" à "je n'ai pas le temps de faire ce genre de choses".

La population maghrébine (celle qui a été scolarisée, bien sûr) a gardé la tradition orale : une discussion devant l'épicerie, au café ou à la mosquée peut durer des heures. Le livre est plutôt fatigant après une journée de travail ou de Fac.

La parabole intervient en fin de journée en guise de moment de détente, comme le prouve ce témoignage d'un Algérien de 30 ans, propriétaire d'un bar : « Je peux lire dans les deux langues, mais, à la fin du travail, je suis fatigué, alors, je préfère regarder quelque chose de moins fatigant ».

L'écrit a conservé pour cette population une forme scolaire.

Que ce soit à travers la langue écrite ou parlée, il s'agit bien d'une autre culture, différente, qui véhicule une véritable réalité sociale : façons de parler, de tisser des relations, de pratiquer coutumes et traditions.

### 3.3. Caractère culturel

#### 3.3.1. La notion de "culture"

Selon une visée anthropologique, la culture est une sorte de programmation mentale qui porte sur des modes de pensée, des sentiments, des potentialités, par le biais d'un apprentissage continu dès l'enfance. La culture s'appuie aussi sur le principe "d'adaptabilité" à un milieu bien déterminé, à un ensemble d'individus partageant les mêmes normes. Geert HOFSTEDE<sup>10</sup> écrit que la culture n'est qu'une « *programmation collective de l'esprit qui distingue les membres d'un groupe ou d'une catégorie de personnes par rapport à un autre* ». La culture désigne le mode de vie d'un groupe social : ses façons de sentir, d'agir et de penser ; son rapport à l'environnement, à l'Homme, aux techniques et à la création artistique. Elle recouvre toutes les représentations sociales et les modèles qui jalonnent la vie d'un individu, d'un groupe ou d'un pays. Elle a la nature de la diversité.

#### **Culture et identité :**

L'identité suppose en effet la différence : l'appartenance à une collectivité bien déterminée est délimitée par la présence d'une autre collectivité supposée différente. L'identité s'appuie sur des facteurs objectifs comme l'héritage de l'histoire, le cadre politique, les origines ethniques, les traditions, la langue, la religion...mais aussi sur des caractères subjectifs tels les symboles, les stéréotypes, les mythes originels, les récits historiques, etc.

L'identité peut être saisie sous un angle spécifique, c'est-à-dire un ensemble de paramètres liés à l'individu, et qui précise sa nature filiale : date et lieu de naissance, nom, prénom, filiation. Ces éléments permettent de "définir" un individu en dehors du groupe social avec lequel il partage l'identité culturelle.

---

<sup>10</sup> Geert HOFSTEDE, *Vivre dans un monde multiculturel. Comprendre nos programmations mentales*, Editions d'Organisation, Paris, 1994, p.29.

### 3.3.2. *L'interculturalité*

Le terme même implique l'idée d'inter-relations, de rapports et d'échanges entre des cultures différentes. L'interculturel suppose la présence simultanée de deux cultures (au moins), mais indépendantes dans la mesure où naît de cette interaction une communication adaptée. Les processus sociaux apparaissent non homogènes, en continuelle évolution.

T. TODOROV<sup>11</sup> souligne que « *l'interculturel est constitutif du culturel* », étant donné que les groupes qui entretiennent des relations entre eux sont assujettis à un ensemble d'emprunts, d'échanges, en constant changement.

Dans notre étude, la perspective interculturelle peut nous servir à mettre l'accent sur les rapports qu'entretiennent les Maghrébins avec leur entourage et les manifestations concrètes qui s'en trouvent projetées sur leur réception de la parabole. Le fait relationnel sous-tend un arrière-plan de représentations, de valeurs, de codes, de styles de vie, de modes de pensées spécifiques à chaque culture, où chaque groupe est à la fois agent et observateur, en fonction de sa compétence et de sa performance.

« La parabole représente pour nous un lien avec notre culture d'origine, on ne peut pas vivre coupé de tout ! Nous nous accrochons à nos coutumes, nos cérémonies, et nos chansons ; c'est ça ce que nous sommes au fond ! Avant, on attendait une année pour aller renouer avec notre pays, alors que maintenant, on le fait chaque jour », nous rétorque un Marocain de 64 ans.

La circulation des messages de la parabole stimule l'identité personnelle et collective : tous les téléspectateurs peuvent partager un sentiment d'appartenance à un même groupe social ou adopter des réactions communes ; ceci ne tendrait-il pas à faire obstacle à un certain épanouissement social ?

La population maghrébine présente des différences dans ses pratiques religieuses, ses codes de conduite et ses rapports d'autorité au sein de chaque famille. L'ouverture des enfants sur une autre culture engendre une situation ambivalente :

---

<sup>11</sup> T. TODOROV, "Le cloisonnement des cultures", in *Communications*, n°43 p.16.

vis-à-vis de leurs parents, et du point de vue de leur construction identitaire personnelle, le rejet de l'ancienne culture serait en effet vécu comme une trahison, et la situation inverse comme un échec ; c'est pourquoi on assiste à la construction d'une sorte d'identité "bricolée" chez cette génération, lui permettant de gérer l'assimilation et d'éviter le déchirement.

<< Pour nous (*étudiants*), la parabole est un médium culturel qui nous lie à la culture d'origine de nos parents. Elle nous permet d'avoir une référence ancrée, mais elle ne nous empêche pas de faire notre vie ici, de construire notre propre chemin >>, nous signale un Tunisien de 28 ans.

### **Contacts interculturels, représentations sociales et stéréotypes :**

La rencontre entre individus de culture différente entraîne des frottements mutuels, la communication ne se fait pas sans les représentations sociales que les uns se construisent des autres. Ces représentations réciproques forment un ensemble de stéréotypes culturels liés à des attitudes contradictoires.

En général, les difficultés tendent à rapprocher les populations immigrées, même d'origines différentes ; la construction de leur identité positive passe par la "catégorisation", "l'affiliation groupale" et la différenciation / discrimination dont ils font l'objet. En demandant aux individus les différents contacts qu'ils ont avec leur entourage, on découvre que leurs relations ne dépassent pas l'immeuble, le quartier, "chez l'épicier ou le boucher", et la mosquée. Un périmètre où les relations sont de plus en plus sélectives, en fonction du pays d'origine et de la provenance géographique de chacun : << Nous nous rencontrons souvent et nous discutons des problèmes qui sont propres à notre vie ici, des événements et des informations rapportés la veille par la télé ou la parabole ; ça fait partie de notre rituel chaque soir ici >>, nous raconte un Algérien de 40 ans.

Face à une société individualiste, les familles d'immigrés se sont rassemblées pour former un "régime collectiviste" : guettos pour une forme de sauvegarde de leurs cultures et de leurs pratiques.

Ce "relativisme culturel" nous permet d'étudier le phénomène de la réception des programmes de la parabole sous des angles différents.

*TROISIEME PARTIE :*

***PERCEPTION ET CONSOMMATION***

***DES PROGRAMMES DE LA PARABOLE***

***PAR LES IMMIGRES MAGHREBINS***



# 1. Etude de la réception

## 1.1. Introduction

Comme l'ont montré plusieurs articles, la recherche sur les médias pendant la dernière décennie a eu pour objet des questions de "réception", c'est-à-dire des questions du genre :

- Quelles significations les publics construisent-ils autour de ce qu'ils voient ? entendent ? lisent ?

- Pourquoi ces significations, plutôt que d'autres, sont-elles produites par certains publics spécifiques, à partir de l'éventail des possibilités d'interprétations ?

- Et comment ces activités de production de sens, situées comme elles le sont d'ordinaire dans le cadre de la vie quotidienne, peuvent-elles bien se rattacher aux idées sur le pouvoir des médias et sur la constitution du savoir, des opinions et des valeurs publiques ?

Toutes ces questions ont induit un changement au niveau de la recherche sur les médias. L'étude empirique des publics a pris le dessus sur les recherches basées sur le niveau idéologique.

Les efforts conceptuels articulés autour de l'activité interprétative des publics, ainsi que la théorisation de l'influence, sont devenus un sujet de plus en plus délicat.

## 1.2. Principaux mouvements théoriques de la réception

Les travaux que nous allons présenter concernent les médias : leurs modes, leur fonctionnement, leur organisation, ainsi que leurs "usagers".

Quatre courants nous paraissent essentiels :

- Tradition de la réflexion médiatique sur les effets
- Perspective des "usagers et gratifications"
- Emergence du cadrage "culturaliste"
- Champ théorique actuel

Tous ces courants ont bénéficié de l'apport pluridisciplinaire dans le domaine de la communication. Ce caractère a fourni aux études sur "les médias et leurs publics" une large perspective de traitement et une variété de bagages théoriques appartenant à toutes les disciplines annexes. L'expérience médiatique *<< se révèle être une activité complexe d'interprétation, de production de sens et de plaisir. Cette perspective résulte d'une évolution des recherches en sciences humaines dans le domaine de la communication sous toutes ses formes, médiatisée ou non par les technologies plus ou moins nouvelles >>*<sup>12</sup>.

### 1.2.1. Théorie des "effets"

Cette tradition tente de dégager l'impact et l'effet de ce dispositif appelé "médias" sur les individus, la société, les organisations, les institutions, les croyances et l'opinion publique.

Ces études ont vu le jour au cours des années 40, avec l'analyse de l'audience et de la propagande, et les mesures de l'impact des médias sous diverses formalisations théoriques (conceptions linéaires) de SCHANNON et d'autres chercheurs. Les supports de ces recherches étaient essentiellement des enquêtes par questionnaires ou entretiens, des panels, des médiamats, des audimats, etc., dans le but d'illustrer la mémorisation et l'impact des messages afin d'orienter la programmation en conséquence.

En Amérique, ces recherches étaient fidèles au schéma béhavioriste (stimulus / réponse) ; puis, dans les années 50, l'évolution de la télévision va entraîner l'étude des effets de celle-ci sur les différentes catégories de la société : enfants, paysans, etc. On peut citer à ce sujet :

---

<sup>12</sup> Médiaspouvoirs, n° 25, Janv. Fév. Mars 1993, p.59.

- W. SHRAMM, *The Processus and Effects of Mass Communication*, où il analyse les différentes théories depuis KATZ et LAZARFELD (1955) jusqu'aux travaux de KLAPPER (1960).

- Mc COMBS et SHAW : agenda-setting (mise à l'ordre du jour) ; leur souci était de mettre en évidence le degré d'importance accordé à certains problèmes par les médias, par le public et par les politiciens.

Ces recherches ont participé à éclaircir les processus complexes qui influent sur les médias au niveau de leur(s) articulation(s) avec le social.

### *1.2.2. Perspective des "Usages et gratifications"*

La théorie des "effets" pose la question suivante : que font les médias de l'individu? Tandis que la théorie des "usages et gratifications", elle , s'interroge sur : que fait l'individu avec les médias ?

Elle a été développée grâce aux travaux de LAZARFELD sur la radio dans les années 40. Son objectif était d'étudier l'usage des médias et les satisfactions psychologiques qu'ils donnent aux usagers. Les chercheurs ont essayé de :

- dégager les variations interprétatives d'un même message au sein d'un groupe homogène.
- explorer les effets de la télévision et leurs échos à l'intérieur d'un cadre socio-psychologique.
- tenir compte des intentions des téléspectateurs, ceux-ci étant enfin considérés comme participants dans le jeu médiatique.

La méthode adoptée par les chercheurs dans cette perspective se résume ainsi :

- description factuelle : délimiter l'observation du fait.
- organisation des matériaux autour d'une ou plusieurs variables centrales.
- tentatives d'explication des comportements socio-psychologiques des individus.
- élaboration théorique systématique.

Cette perspective d'étude a abouti, en définitive, à une pluralité d'interprétations atomisées et adaptées à chaque individu ou à chaque groupe, selon une forme significative bien déterminée des messages des médias.

### *1.2.3. Emergence du cadrage "culturaliste"*

En plus des deux questions précédentes, cette perspective pose cette question : dans quel contexte culturel s'effectue l'échange entre les médias et le récepteur ?

Ces études culturalistes ont vu le jour dans les années 70 grâce au *Center of Contemporary Cultural Studies* à l'Université de Birmingham..

**\* Les bases de ce courant concernent :**

- la production des messages
- les processus sociaux et culturels qui les entourent
- leurs significations historiques particulières

**\* Les principales sources théoriques qui l'alimentent :**

- la démarche ethnographique
- le structuralisme
- la sémiologie

*<< Pour les études culturalistes, l'audience de la télévision est moins une masse indifférenciée d'individus qu'une structure complexe de rassemblement de ces individus dans des classes, groupes ou subcultures où chaque formation sociale a sa propre identité, son propre code >><sup>13</sup>.*

Cette citation montre clairement le dépassement de l'individu dans la perspective culturaliste ; le message et la situation socio-culturelle sont deux nouvelles variantes qui renforcent l'analyse de la réception des médias.

### *1.2.4. Le champ théorique actuel*

L'évolution de la recherche dans le domaine de la communication, avec les différents apports de toutes les disciplines en sciences humaines, a participé à cette focalisation actuelle sur la réception. *<< Dans le courant actuel, les processus mis*

---

<sup>13</sup> Médiaspouvoirs, n°25, Janv.Fév.Mars, 1992, p.64.

*en œuvre par les récepteurs dans leur pratique médiatique sont de plus en plus considérés comme des processus perceptifs, cognitifs, affectifs, relationnels, à base d'intentionnalité, visant à produire des significations et à faire sens >><sup>14</sup>.*

Ce courant trouve ses racines dans les disciplines qui ont intégré l'étude du contexte et du sujet dans ses dimensions complexes. Ce sont :

\* **Les études sur l'interaction** : avec les apports de l'ethnologie et de l'ethnométhodologie, ainsi que la psychologie. Par exemple, l'école de Palo Alto (Bateson) renforce la formule célèbre : *"on ne peut pas ne pas communiquer"*.

La simple présence des individus fait d'eux des interlocuteurs, volontaires ou involontaires. Le contexte / environnement est décisif pour l'attribution du sens.

\* **L'interlocution et les actes de langage** : cette perspective est développée par linguistes et philosophes du langage, comme SEARLE, AUSTIN, etc. Elle se base sur la réémergence de la situation contextuelle du sujet dans la communication linguistique. Le message linguistique manipule des sous-entendus, des implicites, des connotations, que le locuteur et l'allocataire doivent partager pour communiquer, ou du moins pour que la communication ait un sens.

\* **Les pratiques sociales** : la sémiologie a étudié ces pratiques en les formulant comme systèmes signifiants, par le biais d'un ensemble de concepts, de codes, signes, symboles, etc., dans un souci de formalisation de l'activité de la recherche.

\* **La généalogie des pratiques culturelles:**

- l'école des Annales (R. CHARTIER) opère par une démarche historique qui éclaire la notion des usages (surtout d'objets imprimés), en relation avec le contexte culturel.

- l'activité interprétative du sujet selon sa culture fut initiée par le courant allemand en littérature, "esthétique de la réception" où le lecteur est censé éprouver une "jouissance" ou un "plaisir" du texte tout en interprétant et en reproduisant l'œuvre. Un certain nombre de normes culturelles et de traditions conditionnent son choix et décrivent son "horizon d'attente".

---

<sup>14</sup> Op. cit., p.65.

- la construction / stratégie identitaire : l'expérience médiatique met en scène la référence à autrui, au monde des autres et à leur mode de vie et statut culturel. Ces éléments permettent de voir le récepteur autrement, de structurer sa personnalité, son espace privé, et de dégager la personnalité sociale qu'il expose sur la sphère publique.

Dans toutes ces études, l'intérêt est centré sur : le sens, le genre, et le contexte ; trois éléments pour poser différemment la question de l'influence et de l'interprétation :

\* **Le sens** : on s'y intéresse au niveau des médias qui véhiculent un savoir public doublé d'un pouvoir en matière de production de l'actualité, etc.

La question du sens est jalonnée par deux éléments de signification :

- *la dénotation*, qui représente le niveau superficiel ou apparent, où le "dire" est sans ambiguïté,

- *la connotation*, second niveau de signification, plus implicatoire et associatif, terrain de tous les "non-dits", les implicites ou les sous-entendus ; c'est un degré de "résonance symbolique", qui fait appel à une connaissance des mécanismes du discours pour un bon décodage.

\* **Le genre** : il joue un rôle très important dans l'orientation des choix et des attentes du public. La sélection des programmes passe soit par un choix raisonné basé sur la lecture des programmes, soit par le simple "zapping", et selon l'une ou l'autre des méthodes, l'accès aux programmes n'est pas le même.

\* **Le contexte** : dans les recherches en sciences humaines, on est passé d'un formalisme symbolisé dans toutes les thèses structuralistes, à une introduction du contexte et des cadres spatio-temporels. C'est une perspective qui permet de resituer l'objet de la connaissance dans son environnement, englobant ainsi mieux toutes les dimensions de l'étude.

Les études de la réception vont nous permettre d'étudier les formes d'interaction et les modes d'échange que les Maghrébins sont assujettis à développer dans leur univers social et leur usage de la parabole. Celle-ci est, dans l'espace maghrébin, un enjeu d'"effets", d'"usage" et de "culture".

## 2. Etude des programmes sur la parabole

### 2.1. Typologie des émissions et des publics

#### 2.1.1. Récapitulatif des principales émissions

\* **Les informations** : englobent le Journal Télévisé, le journal régional et les débats politiques, etc.

\* **Les documentaires** : sont de deux sortes, nationaux et étrangers :

- les documentaires nationaux décrivent la vie dans le pays d'origine à travers l'image de l'environnement et des hommes : modes de vie en ville, à la campagne, ainsi que les différentes coutumes et traditions (fêtes religieuses, célébrations de mariages, moissons, etc.)

- les documentaires étrangers sont souvent en langue étrangère (Français), mais ils sont appréciés pour la qualité des sujets et images : expéditions en mer, reportages sur les animaux, etc.

\* **Le théâtre populaire** : appelé ainsi car joué dans la langue dialectale de chaque pays. Ce genre occupe une grande audience parmi toutes les couches de la population maghrébine. L'accès linguistique y est simple, et l'ambiance souvent humoristique.

\* **Les films et les feuilletons** : la production cinématographique au Maghreb est très rare, mais elle remporte un succès important lors de la diffusion ; le facteur de la langue et l'ambiance culturelle y jouent un rôle décisif. Cependant, les différentes chaînes recourent à plus de 60 % de productions étrangères. Les principales sources d'approvisionnement sont : l'Egypte, l'Amérique et l'Europe.

Les feuilletons égyptiens connaissent un vif succès dans le monde arabe ; s'ajoute dernièrement l'ouverture sur les marchés mexicain et brésilien.

\* **Les émissions de divertissement** : la parabole abonde en variétés, jeux et sports ; des émissions qui touchent en grande partie les jeunes et les femmes.

\* **Les émissions à caractère didactique** : sont rassemblées ici toutes les émissions consacrées à l'apprentissage d'une activité déterminée, par exemple les émissions de cuisine maghrébine, de beauté, sur la religion, etc.

### 2.1.2. *Les émissions et l'audience*

Nous avons classé ces émissions selon la fréquence de leur présence dans les différents témoignages. Cet ordre fait intervenir des variables sociologiques : âge et sexe :

- *les hommes* regardent souvent les informations et les documentaires. Ainsi, le Journal Télévisé réalise le meilleur taux d'audience, que ce soit sur la chaîne marocaine, algérienne ou tunisienne.

<< Nous regardons chaque jour le Journal Télévisé. Nous avons besoin de suivre l'actualité de notre pays d'origine. Le climat politique, la sécheresse, l'organisation du retour des immigrés, les différents investissements dans le pays,...toutes ces choses font partie de notre vie ici >>, nous précise ce Marocain de 54 ans, président d'une association d'immigrés à Fréjus.

En effet, le Journal Télévisé vient en tête des émissions regardées par les hommes ; suivent les matchs de foot, et surtout ceux du Maghreb (deux interviewés nous ont signalé qu'ils s'étaient abonnés à Canal+ pour voir les matchs) !

Toujours chez les hommes, les films occupent aussi une place importante, surtout les films américains de violence, en parallèle avec les films sur la religion relatant la vie du prophète ou les différentes phases de l'Islam, l'organisation de la justice, etc.

- *chez les femmes*, les films populaires en langue dialectale connaissent un grand succès, ainsi que la musique populaire et les pièces de théâtre, le tout toujours en dialecte ; en effet, la première génération reste mal adaptée dans la mesure où elle ne maîtrise pas les autres langues.<< J'aime bien les films et séries marocains, ainsi que le théâtre (humour). Les séries égyptiennes occupent aussi une place importante dans notre quotidien. Nous y trouvons tous





les problèmes de notre société : l'amour, le pouvoir, l'héritage, etc. Je regarde aussi tout ce qui est chansons populaires, et je ne rate pas la soirée des variétés chaque samedi sur RTM >>, répond une femme algérienne de 40 ans.

Les femmes berbères sont souvent attirées par les reportages / documentaires sur le pays berbère. Ils sont fidèles à l'image rurale, et sont souvent accompagnés de chants et de musiques typiques de chaque région.

- *les enfants* apprécient les variétés maghrébines (Ray), mais ils marquent une préférence pour les films américains présentés de temps en temps, surtout les films de guerre, de karaté, les policiers et les westerns. Les goûts musicaux sont plutôt anglo-saxons qu'arabes ou français, comme nous le précise une Tunisienne de 18 ans : << Je m'en fous des émissions arabes, moi, j'aime que la variété anglaise, ça pourrait m'aider à continuer mes études en Anglais après ! >>

D'autres affirment bien aimer les diverses émissions regardées par leurs parents, mais ils reprochent à la langue arabe son débit trop rapide à l'écran, comme le signale ce Marocain de 22 ans : << J'aime bien les émissions que regardent mes parents, surtout les jeux, les films et le sport. Mais je trouve qu'on y parle trop vite pour qu'on puisse tout comprendre >>. Les filles élevées "dans la tradition" passent beaucoup de temps devant les variétés du pays d'origine, ainsi que devant les séries de toutes provenances (américaine, égyptienne, mexicaine, etc.). Elles manifestent un intérêt particulier pour les émissions culinaires dans la mesure où elles ont la possibilité de noter les recettes pour leur mère (car scolarisées), et aussi pour elles plus tard !

## 2.2. *Choix des émissions*

Effectivement, la parabole a provoqué l'embarras du choix ; la famille maghrébine, de structure patriarcale, fournit l'exemple d'une situation d'autorité où le père (le plus souvent) - signe d'une domination encore reconnue - sélectionne son programme et l'impose à tout le monde : << C'est moi qui choisis toujours les émissions parce que je suis le chef de l'unité familiale >>, affirme un Marocain de 45 ans.

Exceptés quelques rendez-vous fixes, comme l'ouverture des programmes ou le Journal Télévisé, les émissions sont choisies en "zappant", ou bien suite à une indication des voisins ou une discussion au travail ; de toute façon, il n'existe aucun programme publié sur les émissions arabophones de la parabole. Détenteur d'un pouvoir, le père décode, d'après ses "grilles" à lui, l'actualité ; la commente, l'interprète, ou profite d'une information traitant d'un fait de société pour faire passer un message à destination de sa femme ou des enfants.

Quand elles ont des invitées du quartier, les femmes jouissent d'une sorte "d'immunité" provisoire pour le choix télévisuel : une cassette vidéo remémorant un mariage, un voyage au pays,...occulte alors pour quelques heures la parabole.

Bien que la parabole reste l'affaire des parents, les enfants prennent leur revanche quand ces derniers sont au travail ; ainsi, l'aîné(e) récupère le rôle et l'image du père absent, et impose ses choix à ses frères et soeurs, perpétuant ainsi la tradition culturelle de l'autorité.

Cependant, dans certaines familles, le choix passe par la négociation : le père exerce son autorité pour la sélection des informations, des films et des émissions culturelles, tandis que les enfants occupent en général le monopole pour le choix des dessins animés, des matchs de foot et des variétés, témoin cet Algérien de 52 ans : « Nous choisissons les programmes après consultation parce qu'on n'est jamais d'accord avec les enfants, et parfois même entre moi et ma femme ! ».

Un jeune Tunisien de 20 ans ajoute : « Nous devons choisir les émissions à l'unanimité, sinon c'est la guerre ! ». Le terme "guerre" est ici très significatif dans le jargon des jeunes en pleine mutation ; il signifie le début de l'effritement, voire de la perte, de cette autorité familiale maghrébine qui a caractérisé ces foyers jusqu'ici. Et surtout pour les filles nées dans un autre mode de société où elles sont conscientes de leur liberté, ouvertes sur un système qui assure l'égalité des chances pour les deux sexes. Cette évolution dans le quotidien remet en cause le système patriarcal, mais le changement s'avère très long.

### 2.3. Perception et analyse de quelques émissions

Pour effectuer notre analyse, nous avons posé des questions sur la nature des programmes, les choix, les préférences, les critères de sélection, etc., mais le "rendement" en métadiscours a été très faible : *les téléspectateurs maghrébins ne pensent les émissions, ils les consomment !* Le problème des "effets" devient très important, et c'est de là que pourraient être induites les formes de significations et d'interprétations des programmes les plus consommés.

Chez cette population, le "contexte médiatique" est beaucoup plus révélateur que l'analyse du discours produit par les personnes interviewées.

Ici, le comportement est plus riche que l'argumentation.

#### 2.3.1. Le Journal Télévisé

Pour les immigrés maghrébins, le Journal Télévisé fonctionne à deux niveaux : l'information et l'illustration.

*L'information* est caractérisée par la brièveté au niveau international et la lassitude au niveau national (répétitions fréquentes, sujets redondants). La rubrique des informations internationales semble jouir de beaucoup plus de crédibilité que la rubrique nationale : les journalistes y sont plus neutres car plus libres de traiter un événement extérieur.

<< Dans le Journal Télévisé, tout n'est pas dit ; on ne voit que des exploits au niveau national, jamais des points faibles. Ne parlons même pas des images, ce sont toujours des archives ou des séquences qui ne durent même pas une seconde ! >>, commente un Algérien de 36 ans.

Toutefois, pour tout ce qui touche à l'Islam, à la culture ou aux traditions, l'information est jugée plus fiable sur les chaînes arabes, paradoxalement au pays d'origine, où là, la population, elle, est branchée sur les chaînes européennes !

Le problème de *l'illustration* d'un événement par les images est justifié par le fait que les chaînes captées ne disposent pas de correspondants internationaux, ni de possibilités financières qui leur permettraient d'assurer la retransmission d'images

en direct ; à tout cela s'ajoute le phénomène de la censure pratiquée sur certaines formes de messages illustrés (manifestations, troubles divers, assassinats, etc...).

Plusieurs enfants de la deuxième génération ont confirmé leur désintérêt pour le Journal Télévisé du pays d'origine, comme l'indique ce Tunisien de 26 ans :

<< Je respecte le choix de mes parents, et surtout leur assiduité à regarder la météo pour être au courant de la sécheresse ; mais pour moi, je préfère l'A2 ou FR3, c'est là que je trouve ce qui m'intéresse >>.

Le type d'information véhiculée par le Journal Télévisé du pays d'origine ne tient pas compte des attentes de cette génération, car *non conçu pour elle mais pour les téléspectateurs du pays d'origine*.

### 2.3.2. Les séries

<< *La série tend à niveler les processus de communication avec des spectateurs inscrits dans des espaces culturels différents grâce à des techniques garantissant une plus grande lisibilité universelle. La variété des entrées que permet la série, la saga familiale notamment, répond par ailleurs à la nécessité de ménager des processus d'identification variés qui épousent des positions plurielles, voire divergentes dans le spectre des opinions du public (...) faisant de conflits latents des conflits déjà résorbés* >><sup>15</sup>.

Qu'il s'agisse des séries américaines, égyptiennes ou mexicaines, la demande auprès de la population maghrébine est grande. Ces immigrés passent devant l'écran une durée qui peut couvrir toute la soirée pour peu que les séries se suivent sur les différentes chaînes :

**\* Les films et séries égyptiens :** le public est ici essentiellement féminin. Nous avons questionné à ce sujet : << Je suis originaire de la ville, et chez nous, on regarde les productions égyptiennes depuis que je suis petite. On a apprivoisé la langue, et on se sent proche des thèmes traités par ces films >>, explique une femme tunisienne de 39 ans.

---

<sup>15</sup> A. MATTELART, X. DELCOURT et M. MATTELART, *La culture contre la démocratie ?*, Paris, Ed. La Découverte, 1983.

Moment de "communion", les feuilletons égyptiens sont célèbres dans le monde arabe, et surtout parmi les femmes. En une heure d'intensité et de mobilisation sentimentale devant le petit écran, tout est passé en revue : les conflits de générations, l'occidentalisation et la tradition, les relations entre hommes et femmes, les problèmes religieux...ou des thèmes donnant matière à des débats politiques !

Les Maghrébins s'identifient aisément aux schémas véhiculés par ces séries : le réel et la fiction sont dépassés, il n'y a plus de frontière entre les deux, puisque le thème ou le personnage acquièrent plus d'importance que la construction ou l'art de la dramatisation. Cette attitude envers le mélodrame télévisé a permis à T. LIEBES et E. KATZ de conclure que « *les Arabes donnent plus d'importance au thème (...), réagissent davantage en terme d'identification aux thèmes, qu'en terme d'attribution de message* »<sup>16</sup>.

Il y a non seulement la proximité de la langue, mais aussi l'éternel débat entre la modernité et la tradition : les rapports "intergénérationnels" et les relations intersexes constituent le dilemme des familles immigrées.

\* **Les séries américaines** : elles sont considérées par les Maghrébins comme des suppléments ; exceptées certaines, très connues, elles ne font pas l'objet d'une grande attention. Les enfants, parfois, les préfèrent, parce qu'ils comprennent mieux. La plupart des gens interrogés reprochent aux chaînes arabophones ce genre de programmation : les séries américaines, même contrôlées et "arrangées", représentent une atteinte à la morale, comme le signale ce Marocain de 44 ans : « Ce genre de films, je ne peux pas le regarder jusqu'à la fin avec ma femme et mes enfants : il y a toujours une scène obscène qui arrive quelque part ; c'est fait exprès pour nous ! ».

En effet, face à ce genre de séries, la situation est conflictuelle : l'ordre moral et le plaisir du regard sont en contradiction. Le problème ne se pose pas en terme de convictions personnelles, puisque les parents peuvent très bien regarder ces films tout seuls, sans les enfants. Ceux-ci imposent par leur présence une nouvelle

---

<sup>16</sup> T. LIEBES et E. KATZ, " Six interprétations de la série "DALLAS" ", in HERMES, n° 11& 12, 1993, p.132.

évaluation du "voyable" et du "non voyable", parfois, on "zappe" très vite si la situation l'exige, mais le manque de vigilance peut créer l'embarras ! Surgissent alors des besoins divers : aller aux toilettes, demander à boire, ou annoncer la fin en avançant l'heure du repas, ou un autre échappatoire quelconque...

### 2.3.3. *Les autres émissions*

\* **Les émissions de divertissement** : les personnes interrogées déclarent regarder beaucoup d'émissions récréatives telles que jeux télévisés, sports, humour, etc. Ces émissions ont pour objectif d'attirer l'attention du public et de le stimuler à participer. C'est une forme de banalisation de la parabole au niveau de la langue (mélange Arabes classique et dialectal) et au niveau de la thématique. La participation du public est visée de deux façons différentes : identification sociale et incitation matérielle. En effet, les jeux sont basés sur un auditoire qui "entre en compétition" ; sur une vingtaine de minutes, plusieurs épreuves et questions d'ordre général doivent être résolues. Prenons les jeux de la RTM ; deux sont très connus : "Le voyageur" et "Harmonie".<sup>17</sup>

- "*Le voyageur*" présente des candidats d'un niveau de connaissances élevé qui doivent répondre à un ensemble de questions de culture générale. Les téléspectateurs, dont le niveau d'instruction est en général modeste, essaient de prouver leur savoir en répondant à une ou deux questions. La présence sur le plateau d'un public qui applaudit couvre la "scène" d'une légitimité populaire.

- "*Harmonie*" est plus intéressant dans la mesure où il met en scène des prototypes de familles : la compétition se fait entre deux couples, et les questions sont plutôt d'ordre personnel. Cette émission est ouverte à un large public de téléspectateurs, mais ce sont surtout les femmes qui regardent, dans la mesure où les questions portent sur l'harmonie entre les couples, la convergence de leurs aspirations et l'organisation des ménages.

Pour ce genre d'émissions, << *il existe suffisamment d'individus et de familles qui*

---

<sup>17</sup> On peut observer une étrange similitude avec les jeux des chaînes françaises...

*se reconnaissent dans ce modèle >><sup>18</sup>. En effet, les téléspectateurs assistent à une "normalisation familiale" dont beaucoup de ménages rêvent !*

*Eric MACE conclut à ce sujet que << le succès des jeux n'est pas dû à leurs règles ou à leurs lots, mais d'abord au fait qu'ils mettent en scène les pratiques culturelles préexistantes, ou du moins, désirées (la fête communautaire, les affinités électives, l'esprit de famille), trouvant à s'exprimer à la télévision d'une façon idéale, délestée d'un réel et d'un social moins gratifiants ; ensuite, qu'ils offrent une participation directe et démocratique aux exclus de la participation sociale >><sup>19</sup>.*

Le sport est une autre forme de divertissement qui implique les hommes et les jeunes. A ce niveau, la compétition se joue sur un autre plan : on soutient ses couleurs nationales, ou l'équipe de sa ville natale. Lors des rencontres internationales, la tension est grande devant le petit écran, c'est le moment privilégié où le père et le fils sont coude à coude, dans le même camp. Mais parfois les Maghrébins regardent aussi les émissions sportives superficiellement, par simple plaisir du moment, comme beaucoup d'autres téléspectateurs dans le monde. Toutefois, le fait de s'abonner à Canal+, parallèlement à la parabole, est synonyme d'exception, et surtout de privilège, de distinction.

\* **Les documentaires** : nous allons nous intéresser seulement aux documentaires nationaux, c'est-à-dire relatifs au pays d'origine. Constitués de reportages sur la nature, les coutumes et traditions, leur succès tient à la manière dont ils sont tournés : des images volontairement familières qui ravivent l'identité culturelle. Pour les gens originaires de la campagne, un reportage sur les moissons, les villages et les troupeaux constituent un ensemble de connotations culturelles sous-jacentes. L'apparition de ces emblèmes est un outil de persuasion efficace vis-à-vis du "client" téléspectateur... De même, pour les gens d'origine citadine, toutes

---

<sup>18</sup> Eric MACE, " La télévision du pauvre ", in Hermès, n<sup>os</sup> 11&12, 1993, p.169.

<sup>19</sup> Ibid., p.171.

les ruelles, les monuments historiques, les places, forment la mémoire spatiale des immigrés, une forme aussi de lutte contre l'oubli.

La culture et la religion sont "les deux mamelles" qui gèrent le comportement des Maghrébins et les maintiennent rattachés aux sources. Ainsi, les reportages sur les fêtes religieuses sont une forme de clin d'œil envoyé à cette population, lui rappelant qu'elle fait partie d'un système bien ancré, mais lui rappelant aussi qu'elle est prise en charge par ses congénères, pour combattre l'oubli et l'isolement dont elle fait l'objet. Ce type de documentaire est réputé pour sa fidélité au réel.

Ainsi, l'image, demeurée à la fois sacrée et bannie dans l'esprit populaire, reste entourée de fascination et de croyances solides. Cet aspect superstitieux de l'image, considérée comme une représentation réelle du quotidien, influence l'interprétation que se font ces immigrés de la réalité qu'ils regardent sur la parabole.

*Sont-ils assujettis à la manipulation ?*

Un Tunisien de 50 ans (niveau scolaire : collègue) nous affirme : « Quand je regarde un reportage, je cherche seulement les éléments qui me sont familiers, le commentaire aide à comprendre, mais il est sans grand intérêt ; je suis vraiment touché par tout ce qui fait partie de ma culture, et je le retrouve tel qu'il est sur l'écran ! ».

**\* Les émissions religieuses :** l'ensemble des Maghrébins interrogés ont déclaré ne pas capter toutes les chaînes religieuses disponibles sur la parabole. Les principales citées sont, selon un ordre d'importance décroissant : celles du pays d'origine, Dubaï, celles de l'Arabie Saoudite et du Pakistan. En général, cette population a la vision d'un Islam tolérant et ouvert, compréhensif et sans contraintes. Ces émissions relatent le plus souvent des cérémonies religieuses (Aïd Saghir, Aïd Kebir, pèlerinages, etc.) : « Nous regardons souvent la prière du vendredi, ainsi que toutes les fêtes ; mais ce sont des émissions réservées à nous, les vieux, les enfants ne comprennent pas assez l'Arabe moderne (*littéraire*) », nous dit ce Marocain de 62 ans.

En effet, et bien qu'ils fassent le Ramadan, presque tous les enfants interrogés déclarent ne pas pratiquer la religion ; ils la considèrent comme un acquis culturel et civilisationnel de leurs parents, de la "génération précédente".



L'émission qui remporte la plus grande audience dans notre échantillon est diffusée le dimanche soir à 19 heures : « Je regarde cette émission parce qu'elle me permet, à travers les Fatwas (*conseils religieux d'un savant musulman*), d'organiser ma vie, ici, en France », précise un Marocain pratiquant de 45 ans. En fait, cette émission permet aux musulmans immigrés de trancher sur des questions de la vie quotidienne comme : le crédit (prohibé par l'Islam), le vin, la nourriture "Halal" (légitimée par la religion), etc.

Certes, la présence de ces émissions religieuses est pour beaucoup dans la prolifération des antennes paraboliques, à ses débuts, et ceci grâce aux mouvements associatifs musulmans. Il faut également signaler l'importance du magnétoscope, comme ancêtre de la parabole, dans ce contexte religieux ; mais les cassettes vidéo ne remplissent pas le même rôle dans la mesure où elles sont accessibles à n'importe quel moment, et bénéficient d'un champ de circulation libre et vaste<sup>20</sup>.

Ceci nous permet d'émettre des réserves sur l'attribution du développement de l'islamisme à la télévision captée par la parabole. En effet, les programmes sont peu originaux, ils permettent surtout de rassurer cette population, de stabiliser psychologiquement ses croyances et de la reconforter dans son isolement.

---

<sup>20</sup> Migrations Société, Vol.1, n°4, Août 1989. Enquête réalisée par M. CHAABAOUI sur "la consommation médiatique des Maghrébins", où il analyse les raisons du succès du magnétoscope auprès de cette population. Citons-en quelques aspects importants : la facilité d'accès (compréhension), la proximité des sujets traités (mariages, lieux connus, famille,...), mais aussi des enregistrements religieux (conférences d'Imams très connus, films sur la vie du prophète, documentaires sur les divers mouvements musulmans dans le monde, etc.).

### 3. La parabole et la reformulation de l'espace familial

#### 3.1. *Espace privé, espace public*

La présence massive de la parabole dans les foyers maghrébins entraîne une profonde modification des rapports, entre hommes et femmes d'une part, mais aussi entre les générations, et une réorganisation de l'espace privé et public de chacun.

Avant de réfléchir sur le rôle et les enjeux de la parabole en tant qu'outil public de communication dans la sphère privée, nous nous proposons de définir brièvement ces deux notions à travers une citation de Claire CALOGIROU, ethnologue au CNRS :

*<< Le "chez soi", espace du privé, par définition espace intime, espace du caché où l'on fait ce que l'on veut, s'oppose la plupart du temps à l'extérieur, espace du public, espace du visible, où se rencontrent des catégories d'âge, de sexe, d'origine sociale et nationale fort variées >><sup>21</sup>.*

Ces deux espaces sont la sortie d'un bipôle où les acteurs sont soit à l'intérieur, soit à l'extérieur, selon le rôle qu'ils assument à chaque moment dans la société.

L'espace privé s'attribue l'espace domestique, où prévaut un ensemble de valeurs partagées mais aussi imposées. Alors que l'espace public connote l'idée de la rue, du dehors (entreprise, immeuble, quartier, mosquée...), où s'instaure une pluralité d'usages, signifiant des normes et des attitudes différentes.

Le phénomène de "sociabilité" recouvre un champ d'interactions où les individus sont en perpétuel échange et/ou en entière confrontation (replis, provocations, manipulations, transactions, etc.).

Tracer une frontière précise entre ces deux espaces paraît très difficile, dans la mesure où ils s'interpénètrent et alternent en permanence (ex. famille / enfants).

---

<sup>21</sup> Migrations Société, n°48, Nov / Déc. 1996.

### **3.2. *La parabole de la différence***

Dans le rapport de communication entre les individus sur l'espace public, les facteurs spatio-temporels occupent une fonction importante. En effet, la concentration de paraboles dans un cadre public particulier (façades d'immeubles, banlieues) devient un emblème d'une identité particulière déclarée, "affichée" ; de même, la fête et la prière de l'Aïd El Kebir ont occupé les débats sur la scène publique (égorgement du mouton : hygiène, voisinage,...).

A travers cet aspect, s'élabore une altérité qui se veut à la fois marquage de sa différence mais aussi facteur de mise à distance par la culture du pays d'accueil (matérialisation visuelle d'un autre "monde").

Certes, les usagers et la nature de l'usage changent les modes d'interprétation attribués à chaque espace : la connotation et le jugement varient quand la parabole surgit sur le toit d'une villa isolée !

A l'intérieur de l'espace privé des maghrébins, capter les chaînes arabes permet d'accéder à une autre information, mais aussi à une référence collective. L'incitation à l'achat d'une parabole est forte, car elle contribue à la non marginalisation de l'individu au sein de son groupe.

### **3.3. *La parabole dans l'espace familial***

Dans la famille maghrébine, l'agencement de la salle de séjour s'opère en fonction du matériel audiovisuel que possède la famille (nous avons été surpris du nombre important d'appareils électroménagers possédés) : le téléviseur trône, tel un meuble de premier ordre, entouré du démodulateur et du magnétoscope, et parfois même de Canal+ !!! Tout le reste (sièges et personnes) doit entrer dans le champ visuel de l'objet lumineux.

La maison est un milieu essentiellement féminin, où les femmes sont les premières consommatrices de la parabole : privées d'un lien permanent à l'extérieur, elles se rabattent sur les programmes pour meubler le quotidien.

La famille réunie assiste au spectacle que constitue la parabole, mais parfois surgissent des incidents liés à la présence de programmes étrangers qui violent la *Horma* (caractéristiques sacrées de la famille) de l'espace domestique, heureusement "réajustés" par télécommande et "zapping".

L'autre concurrence/conflit qui s'affichent entre les générations consiste dans le choix : chaînes arabes ou européennes ? Les parents voulant, le plus souvent, imposer aux enfants la télévision du pays d'origine, les enfants sont obligés d'attendre et de choisir d'autres moments pour faire leurs propres choix. Ceci est accentué pendant le Ramadan, où la programmation est spécifique et spécialement tardive, les enfants commencent alors leur "soirée télévisée" quand les parents dorment...

L'échange entre l'espace public et l'espace privé des Maghrébins, assuré par la parabole, se manifeste par la manière dont ceux-ci parlent des programmes dans le quartier, l'immeuble, au travail et à la mosquée. La discussion porte souvent sur une émission d'ordre général, qui pourrait concerner tous les Maghrébins (attentats, législatives,...), mais aussi parfois sur des émissions à caractère particulier, qui implique seulement une population bien déterminée (films d'humour, documentaires sur "le bled", etc.) : « Nous parlons souvent des programmes qui attirent notre attention, et surtout quand il s'agit de la mort de musulmans, là, on en parle souvent à la mosquée ».

En effet, la religion est le symbole de l'unité de cette population ; ainsi, tous les événements qui en découlent sont des sujets riches en discussion sur la scène publique.

*En conclusion*, la présence de la parabole comme élément de médiation dans l'espace des Maghrébins montre que cette sphère privée n'est pas seulement un espace conservateur de la culture d'origine, sous sa forme linguistique et religieuse. Elle est aussi perméable à la culture du pays d'accueil à travers la socialisation des enfants dans l'espace public (au sens politique, culturel et physique) dans lequel ils évoluent.

### 3.4. *Une chaîne arabophone en France ?*

Nous avons interrogé les immigrés maghrébins sur ce point dans la mesure où nous avons pressenti leur désir de médiatiser leur particularisme culturel, de voir leur présence se concrétiser sur l'espace public français à travers la médiation culturelle assurée par une chaîne arabophone.

Les points de vue diffèrent selon la catégorie d'âge ; les plus jeunes, ne parlant pas l'Arabe, manifestent une indifférence totale, comme l'affirme un jeune Marocain de 16 ans : « Pour moi, une chaîne arabophone, ça ne me dit rien, qu'est-ce que je vais comprendre ? C'est comme une chaîne étrangère, il n'y a rien qui pourrait m'intéresser ! ». Pour cette génération, une chaîne, quelle qu'elle soit, doit, primo, être accessible au niveau de la langue, et, secundo, tenir compte des diverses attentes de cette jeunesse dont l'exigence est une mode.

Pour la génération intermédiaire (les 20/30 ans), la présence de cette chaîne aurait une autre signification ; elle serait effectivement un signe de blocage de l'extrémisme montant, comme en témoigne une Tunisienne de 26 ans : « Une chaîne arabophone qui prendrait en compte la diversité culturelle est une bonne idée, car la diversité est une richesse, c'est aussi un moyen d'éduquer les gens sur les origines des uns et des autres... Et c'est cette éducation culturelle qui fera barrage à tout racisme, fanatisme et intégrisme ! Mais je crois que certaines personnes ne seraient pas contentes !? »

Cette chaîne serait, dans l'esprit des Maghrébins, une garantie de la légitimité de leur présence dans un espace où ils ont évolué.

La première génération partage aussi les mêmes espoirs et les mêmes craintes :

« Une chaîne est très importante pour la communauté maghrébine, à condition qu'elle n'occulte pas le vrai visage du monde arabe, des campagnes, des traditions, ses difficultés et ses aspirations », nous répond un Algérien de 56 ans.

Parfois, les individus questionnés trouvent cette question utopique, dans la mesure où une telle évolution dans l'espace public français leur paraît inimaginable, comme le précise ce Marocain de 44 ans : « *L'Arabe fait l'objet du rejet, comment pourrait-on tolérer une chaîne arabe ?* »

## ***CONCLUSION***

La relation des immigrés maghrébins à la parabole s'avère à la fois naturelle et complexe : elle abolit la distance avec la culture d'origine, et, dans le même temps, elle introduit de nouvelles formes de communication privée et publique.

Ce phénomène récent influe sur les mécanismes de socialisation de ces individus, et, par là même, contribue à modifier l'espace médiatique des immigrés maghrébins. La réception et l'accès à une grande variété de programmes recouvrent en réalité tout un ensemble de pratiques sociales et culturelles, et renforcent les logiques d'un espace communautaire replié sur lui-même, qui communique avec l'extérieur au travers d'images stéréotypées.

Cependant, la montée des jeunes générations est synonyme d'ouverture, car, bien que respectant la demande des parents, celles-ci accordent une importance plus relative à la parabole.

*Pourquoi donc cet engouement pour la parabole, essentiellement au sein de la première génération ?*

Cette communauté a été longtemps ignorée par les médias français - en tant que population digne d'intérêt -, dans la mesure où la politique d'intégration opère par un régime d'adaptation forcée, tant au niveau de la langue que des coutumes.

Les confrontations qui ont découlé de l'évolution des contacts avec le pays d'accueil ont engendré des événements médiatisés de façon défavorable à la cohabitation : ces représentations médiatiques sont symbolisées par des clichés, des stéréotypes et de l'exotisme.

Dans ce sens, la parabole constitue une sorte de délivrance pour les Maghrébins, et un rejet des images forgées par la presse et la télévision françaises.

Par ailleurs, le degré d'analphabétisation de cette génération étant très élevé, surtout parmi les femmes, les programmes de la parabole compensent ce manque de relation à l'écrit et favorisent une consommation passive. Mais la satisfaction est plutôt psychique que réelle, puisque cette population présente un pluralisme linguistique (dialecte majoritaire) qui l'éloigne aussi bien de l'Arabe classique moderne de la parabole que du Français. En réalité, la réception, dans de pareilles circonstances, est basée sur un ensemble d'éléments para-verbaux qui facilitent

l'accès à la signification (qui demeure personnelle) et tendent à rendre les programmes familiers.

Ces divers aspects, adjoints aux modes de réception, expriment en fait le désir de cette population de sauvegarder sa culture d'origine, voire même de la transmettre à la nouvelle génération pour lutter contre la "déculturation" et "l'identité prescrite" auxquelles les enfants sont exposés.

La religion est l'une des bases culturelles que les Maghrébins tentent de préserver et de raviver au fil du temps ; toutefois, les programmes de la parabole sont loin de constituer une propagande islamiste ou une base à un intégrisme quelconque. Le phénomène d'islamisme des banlieues touche plutôt la génération des jeunes (tentatives externes d'endoctrinement), qui, paradoxalement, ont moins de contacts avec la parabole en raison de la langue (Arabe classique non compris par eux).

Cependant, ces phénomènes de conservatisme de la population maghrébine autour de la parabole ont pour effet de réduire les contacts sociaux internes et externes de cette communauté, de limiter son périmètre d'action et d'évolution en créant des "ghettos" au niveau de l'espace, et encore plus de marginalisation sur le plan humain.

Cette étude ne saurait prétendre à l'exhaustivité dans la mesure où l'ensemble d'une telle population, prise comme public des médias, suppose une variété de comportements qui pourrait faire l'objet de travaux encore plus approfondis. Les caractéristiques géographiques et historiques nous amènent à fournir une perspective de travail plus large, intitulée : *"La parabole : enjeux médiatiques des deux rives de la Méditerranée, ou le paradoxe d'une réception parabolique croisée"*.



## BIBLIOGRAPHIE

- D'AUFIN Christian, *La télévision par satellite*, Paris, Eyrolles, 1994.
- BABIN Pierre, *Langage et culture des médias*, Paris, Editions Universitaires, 1991.
- BATTEGAY Alain, « La médiatisation de l'immigration dans les années 80 », in *Les annales de la recherche urbaine*, n°57-58, décembre 92-mars 93, pp.174-183.
- BAUTIER R., *De la rhétorique à la communication*, Presses Universitaires de Grenoble, 1994.
- BELKACEM Mostfaoui, *La télévision française au Maghreb*, Paris, L'Harmattan, 1995.
- BERTOIN Jacques, « Qui a peur de la chaîne arabe ? », in *Le Monde*, dim.31 Mars et lundi 1er Avril 1996.
- BIANCHI Jean et BOURGEOIS Henri, *Les médias côté public. Le jeu de la réception*, Paris, Ed. du Centurion, 1992.
- BOURDIEU Pierre, *Le sens pratique*, Paris, Minuit, 1980.
- BRETON Philippe et PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, Paris, La Découverte, 1989.
- BRISEBARRE A-M., « L'Islam des banlieues : le sacrifice de l'Aïd El Kébir », in *Le Journal des anthropologues*, n°49, 1992.
- CALOGIROU Claire, « L'espace du privé, l'espace du public : frontières et rencontres », in *Migrants Formation*, n°107, décembre 1996, pp.5-12.
- CHAËBAOUI Mohamed, « La communication médiatique des Maghrébins », in *Migrations Société* vol.1, n°4, août 1989, pp.23-40.
- CHARON Jean-Marie (sous la dir. de), *L'Etat des médias*, Paris, La Découverte, 1991.
- CORNER John, « Sens, genre et contexte : la problématique du savoir-public », in *Réseaux*, n°79, septembre-octobre 1996.

- DUBET F. et LAPEYRONNIE D., *Les quartiers d'exil*, Paris, Seuil, 1992.
- ESQUIROU Martine, « Quatre nouvelles chaînes sur le câble parisien », in *Libération*, 25 Janvier 1996.
- FRACHON Claire et VARGAFTIG Marion (sous la dir. de), *Télévisions d'Europe et Immigration*, Paris, La Documentation Française, 1993.
- HABERMAS J., *L'espace public*, traduction française, Paris, Payot, 1986.
- HARGREAVES Alec, « L'immigration au prisme de la télévision en France et en Grande-Bretagne », in *Migrations Société* vol.4, n°21, mai-juin 1992, pp.19-29.
- HOEFSTEDE Geert, *Vivre dans un monde multiculturel. Comprendre nos programmations mentales*, Paris, Ed. d'Organisation, 1994.
- HUMBLOT C., « Médias et immigration. Une étude sur Mosaïque », in *Presse et immigrés en France*, n°161, janvier 1988, pp.1-15.
- JAVEAU Claude, *L'enquête par questionnaire*, Paris, Ed. d'Organisation, 1985.
- JELÉN Christian, *Ils feront de bons Français, enquête sur l'assimilation des Maghrébins*, Paris, Robert Laffont, 1991.
- LADMIRAL John-René et LIPIANSKY Edmond-Marc, *La communication interculturelle*, Paris, Armand Colin, 1989.
- LAPEYRONNIE D., « Assimilation, mobilisation et action collective chez les jeunes de la seconde génération de l'immigration maghrébine », in *Revue française de sociologie* n°2, 1987.
- LEVER Maurice, *Canards Sanglants. Naissance du fait divers*, Paris, Fayard, 1993.
- LIEBES T. et KATZ E., « Six interprétations de la série Dallas », in *Hermès* n°11 et 12, 1993.
- LORCERIE Françoise, « L'école, lieu de médiation culturelle », in *Migrations Société* vol.8, n°46 et 47, juillet-octobre 1996, pp.29-41.
- MACE Eric, « La télévision du pauvre », in *Hermès* n°11 et 12, 1993.
- MALEWSKA H. et GACHON C., *Le travail social et les enfants des migrants*, Paris, CIEMI-L'Harmattan, 1988.

- MATTELART A. et M.**, *Penser les médias*, Paris, La Découverte, 1986.
- MATTELART A. et M.**, et **DEL COURT X.**, *La culture contre la démocratie ?*, Paris, La Découverte, 1983.
- MERNISSI Fatima**, *Sexe, idéologie et Islam*, Tiercé, 1983.
- MIEGE B.** (sous la dir. de), *Le Journal Télévisé, mise en scène de l'actualité à la télévision*, Paris, La Documentation Française, 1986.
- MOULLAUD Maurice et TETU Jean- François**, *Le Journal Quotidien*, Presses Universitaires de Lyon, 1989.
- NEUMANN Laurent**, « Une parabole ? "C'est comme si je hissais le drapeau national sur mon balcon" », in *L'événement du Jeudi*, 17-23 nov. 1994.
- PLENEL Edwy**, « La bombe humaine », in *Le Monde*, 16/17 mai 1993.
- PRENCIPE Lorenzo**, « L'imaginaire et la représentation de l'immigré », in *Migrations Société* vol.7, n°42, novembre-décembre 1995, pp.43-61.
- PEROTTI Antonio**, « Présence et représentation de l'immigration et des minorités ethniques à la télévision française », in *Migrations Société* vol. 3, n°18, novembre-décembre 1991, pp.43-69.
- « Les événements de Vaulx-en-Velin vus par des sociologues », in *Migrations Société* vol.2, n°12, novembre-décembre 1990, pp.91-104.
- ROUARD Danielle**, « Les paraboles de l'exil », in *Le Monde*, 29-30 déc. 1996.
- TANON Fabienne et VERMES Geneviève** (textes réunis par), *L'individu et ses cultures*, Paris, L'Harmattan, 1993 :
- *Cultures croisées : du contact à l'interaction*, Paris, L'Harmattan, 1993.
- *Ethnicisation des rapports*, Paris, L'Harmattan, 1993.
- TODOROV T.**, « Le cloisonnement des cultures », in *Communication*, n°43, p.16.
- TUDESQ André-Jean** (sous la dir. de), *La presse et l'événement*, Maison des Sciences de l'Homme de Bordeaux, 1973.
- VIALON Philippe**, *L'Analyse du discours de la télévision*, Paris, Presses Universitaires de France, 1996.

