



HAL
open science

Les médias comme "soft power". La part géopolitique dans les chaînes d'informations internationales : étude comparative entre le canal arabophone de France 24 et

Al Jazeera

Tahar Ouchiha

► **To cite this version:**

Tahar Ouchiha. Les médias comme "soft power". La part géopolitique dans les chaînes d'informations internationales : étude comparative entre le canal arabophone de France 24 et Al Jazeera. Sciences de l'information et de la communication. Université Paul Valéry - Montpellier III, 2016. Français. NNT : 2016MON30020 . tel-01469777

HAL Id: tel-01469777

<https://theses.hal.science/tel-01469777>

Submitted on 16 Feb 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE
Pour obtenir le grade de
Docteur

Délivré par l'université Paul Valéry
Montpellier III

Préparée au sein de l'école doctorale 60 :
Territoires, temps, sociétés et développement

Unité de recherche : COHRIS (EA7400)

Spécialité : information et communication

Présentée par : **Tahar OUCHIHA**

**Les médias comme « soft power » : la part
géopolitique dans les chaînes d'informations
internationales. Etude comparative entre le canal
arabophone de France 24 et Al Jazeera**

Soutenue le 15 novembre 2016

Devant le jury composé de

M. Stefan BRATOSIN,
Professeur des universités, Université Montpellier III (Directeur)

Mme Catherine GHOSN,
MCF HDR, Université Toulouse III (Codirectrice)

Mme Martine REGOURD,
Professeure des universités, Université Toulouse I (Rapporteur)

M. Philippe VIALON,
Professeur des universités, Université de Strasbourg (Rapporteur)



Remerciements

Je tiens à remercier Stefan Bratosin, et Catherine Ghosn, mon directeur et ma codirectrice de thèse pour leurs précieux conseils et leur aide, et aussi pour leur écoute et leur disponibilité durant toute la période de réalisation de ce travail, j'espère être à la hauteur de leurs attentes.

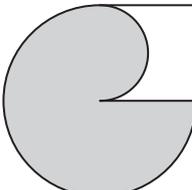
Je remercie les Professeurs Regourd et Viallon d'avoir accepté d'être les rapporteurs de ma thèse.

Merci à ma chère famille de m'avoir soutenu.

Merci à Thierry, à mes amis pour leur soutien.

Je remercie toutes les personnes ayant participées de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail.

À la mémoire de ma chère sœur Mina.



À la mémoire du professeur Jacques Barrat.

Résumé :

Notre sujet de thèse porte sur une étude des chaînes d'informations internationales. À travers une étude comparative entre la chaîne qatarie Al Jazeera et le canal arabophone de France 24. Nous essayons de traiter la problématique du rôle de ce genre d'acteurs dans le paysage médiatique international. Je pars de l'hypothèse que ce genre de chaînes peut avoir au-delà de leur rôle médiatique informatif d'autres missions, notamment géopolitiques et diplomatiques. Etant conscient que derrière ce genre de médias se cachent des instances des pays qui ont bien compris à l'air de l'information internationale, l'intérêt de se doter de ce genre d'arme que des spécialistes appellent « soft power ». Les cas de France 24 et d'Al Jazeera sont assez révélateurs des stratégies différentes mises en place pour intégrer l'arène des médias internationaux.

Ces deux cas que nous proposons de comparer sont intéressants de plusieurs points de vue. En premier, d'un point de vue chronologique, l'apparition de ces deux chaînes d'informations est séparée de presque dix ans, ce qui donne deux contextes complètement différents qui ont abouti à leurs créations. Deuxièmement en termes d'intérêt suscité par ces deux chaînes au sein de la communauté scientifique, là aussi une grande différence est constatée. En dernier le poids de ces deux chaînes dans leur espace public et en dehors de ce dernier, qui est aussi différent. Mais malgré ces différences des points communs résident entre ces deux dernières. Les similitudes commencent par le format et le genre des deux chaînes, puis l'espace public qu'elles ciblent et enfin le rôle qu'elles tendent à jouer.

Notre démarche comparative est motivée par notre volonté d'analyser ces différences et similitudes entre deux acteurs de l'information internationale qui immergent dans deux contextes différents, logique de « flux et contre flux » (Lochard 2008). Mais cette démarche est aussi motivée par notre besoin d'aller chercher le rôle réel que ces deux chaînes négocient au sein de leur zone d'influence. Une zone qui vit depuis la décolonisation des bouleversements à répétition et qui n'arrive pas à trouver un équilibre définitif. Ce terrain instable que constitue le monde arabe est devenu un terrain propice aux chaînes d'informations internationales notamment au début du siècle actuel. Cet engouement pour cette région ne résulte pas d'une logique purement commerciale, celle de combler un manque d'offres en télévisions satellitaires comme peuvent le prétendre certains. Mais plutôt par une logique géostratégique et diplomatique.

Mots clés : informations, internationalisation, soft power, diplomatie, Al Jazeera, le canal arabophone de France 24.

Abstract:

Our thesis deals with a study of international news channels. Through a comparative study between Al Jazeera and the Arabic-language channel France 24. We try to treat the problem of the role of such actors in the international media landscape. We are assuming that this kind of channels may have beyond their informative media role of other roles, including geopolitical and diplomatic. Being aware that behind this kind of media are hiding the bodies of the countries that understand the air of international information, interest to acquire this type of weapon that experts call "soft power." The case of France 24 and Al Jazeera are quite revealing different strategies in place to integrate the arena of international media.

These two cases we compare offers are interesting from several points of view. First, from a chronological point of view, the appearance of these two channels of information is separated from almost ten years, giving two completely different contexts that resulted in their creations. Second in terms of interest in these two channels within the scientific community, there is also a large difference is found. Finally the weight of these two channels in their public space and outside it, which is also different. But despite these differences commonalities reside between these two. The similarities begin with the size and type of the two channels, and the public space they target and the role they tend to play.

Our comparative approach is motivated by my desire to analyze the differences and similarities between two actors of international information that immerse in two different contexts, logic of "flow and flow against" (Lochard 2008). But this approach is also motivated by our need to go for the real role these two channels negotiate within their area of influence. An area that has lived for the decolonization of repeated upheavals and does not find a final balance. This unstable ground that is the Arab world has become a breeding ground for international news channels in particular at the beginning of this century. This enthusiasm for this region is not dictated by a commercial logic, that fill the lack of deals in satellite television as some may claim it. But rather by a diplomatic and geostrategic logic.

Keywords: informations, globalization, soft power, diplomacy, Al Jazeera, Arabic-language channel France 24.



SOMMAIRE

Introduction

I)- Présentation générale du projet

I.1)- Objet et objectifs de la recherche

I.1.1)- Objectifs méthodologiques et objectifs relatifs aux études sur les médias

I.1.2)- Objectifs relatifs aux sciences de l'information et de la communication

I.2)- Pertinence de la recherche dans une perspective communicationnelle

I.3)- Présentation du cadre méthodologique

I.3.1)- La méthode comparative

I.3.2)- Au niveau transnational

I.4)- La comparaison et la méthode comparative

I.4.1)- Les atouts de la comparaison et sa pertinence dans une recherche scientifique

I.5)- Le principe de comparabilité des cas

I.6)- Le choix des cas de comparaison : pourquoi comparer Al Jazeera et le canal arabophone de France 24 ?

II)- L'état de l'art dans les sciences de l'information et de la communication

II.1)- Les sciences de l'information et de la communication et les médias

II.2)- Internationalisation et globalisation

II.2.1)- L'internationalisation

II.2.2)- La globalisation

II.2.3)- Internationalisation et globalisation, deux concepts à différencier

II.2.4)- La globalisation et les SHS

II.3)- L'internationalisation des médias

II.3.1)- L'internationalisation des médias et l'hégémonie

II.4)- De l'hégémonie au soft power

II.4.1)- Les médias comme soft power

II.4.2)- L'internationalisation et la globalisation, faut-il choisir ? L'apport de notre sujet



III)- Le paysage médiatique international

III.1)- L'information dans les médias, enjeux et mutations

- III.1.1)- Flux, contre-flux : la nouvelle réalité de l'information internationale
- III.1.2)- L'information internationale, la migration vers de nouveaux supports
- III.1.3)- La société de l'information, mythe ou réalité ?

III.2)- Tour du monde des chaînes d'informations internationales

- III.2.1)- L'ambition transnationale, tendance ou stratégie ?
- III.2.2)- Médias transnationaux, quelle identité ?

IV)- Historique des chaînes d'informations internationales

IV.1)- La chaîne CNN, précurseur du «Global media»

- IV.1.1)- CNN, la chaîne qui bouscule les codes
- IV.1.2)- Les limites du pouvoir et de l'influence de CNN
- IV.1.3)- CNN, un média hégémonique ?

IV.2)- La chaîne Al Jazeera et l'émergence des médias du Sud

- IV.2.1)- Al Jazeera et le contexte géopolitique et médiatique du monde arabe
- IV.2.2)- Al Jazeera, les raisons du succès
- IV.2.3)- Al Jazeera, du succès à la diabolisation
- IV.2.4)- Al Jazeera et l'espace public arabe : les limites du consensus
- IV.2.5)- Al Jazeera à la croisée des identités du monde arabe, enjeux et mutations

V)- La réponse de l'Occident à la chaîne Al Jazeera

V.1)- L'effet Al Jazeera dans la création de France 24

- V.1.1)- L'historique et création de France 24
- V.1.2)- De la voix au regard de la France sur le monde, quelle évolution ?

V.2)- France 24, enjeux et rôle

- V.2.1)- La place occupée par la chaîne sur la scène médiatique mondiale
- V.2.2)- Les pays du Maghreb, région de prédilection ?

V.3)- Création du canal arabophone de France 24 et son évolution

- V.3.1)- La création
- V.3.2)- Le passage aux 24 heures
- V.3.3)- La synergie du canal arabophone de France 24 avec RMC Doualiya
- V.3.4)- Une diffusion privilégiant Internet

V.4)- Le contexte médiatique et géopolitique de France 24



V.4.1)- Médias et diplomatie : « le soft power » par l'image

V.4.2)- À la reconquête de l'espace public arabe sur les traces d'Al Jazeera

V.5)- Représenter l'autre : le monde arabe de France 24

V.5.1)- Sujets et objets au sein d'une représentation

V.5.2)- La représentation et sa pertinence communicationnelle

V.5.3)- Le stéréotype, une notion et plusieurs conceptions

V.5.4)- France 24 : plusieurs mondes arabes

VI)- L'analyse comparative

VI.1)- Présentation des typologies de comparaison

VI.2)- L'analyse de contenu, un outil incontournable

VI.3)- L'analyse des typologies de comparaison

VI.3.1)- L'analyse du contexte d'émergence d'Al Jazeera et du canal arabophone de France 24.

VI.3.2)- L'analyse de ligne éditoriale d'Al Jazeera et du canal arabophone de France 24.

VI.3.3)- L'analyse du rôle joué par les deux chaînes dans l'espace public arabe et international.

VI.3.4)- Synthèse et résultats de l'analyse des typologies comparatives.

Conclusion.

Introduction.

Plusieurs qualificatifs sont utilisés pour décrire la nouvelle réalité des relations mondiales, réalité qui va au-delà des arrangements nationaux qui ont longtemps constitué les fondements de la vie internationale. Société mondiale, interdépendance, tendances centralisatrices, système mondial, globalisme, universalisme, internationalisation, globalité- ces termes qualifient tous la même dimension de la condition humaine actuelle, dimension que Peter SOLTERDIJK (1999), a décrit comme le rapprochement du monde dans le monde, « the coming together of the world as a world ». Nous vivons ainsi à une époque où la territorialité a perdu un peu de son attrait et de son pouvoir légal.

Nous utiliserons le terme «internationalisation» afin de mettre en lumière le fait que cette nouvelle perspective, et les motifs qui la sous-tendent, sont le reflet d'un processus, d'un ensemble de mécanismes qui aboutissent à ce résultat. L'internationalisation se réfère à la nouvelle réalité qui a amené l'humanité au-delà des préoccupations territoriales et des arrangements traditionnels du système inter- étatique. Ce nouvel ordre est à son apogée depuis quelques décennies.

La période allant de la fin des années 80 à la fin des années 90 du siècle dernier, a connu une floraison en termes d'études et de recherches qui avaient comme sujet cette nouvelle réalité. Cette dernière est alors définie sous différentes appellations. On retrouve la notion de « l'impérialisme », qui a été considérée pendant un certain moment comme l'état des relations internationales, avec une connotation souvent négative (postcoloniale, nouvelle colonisation). Cette idée d'une certaine domination culturelle était souvent l'objet de recherches, s'appuyant sur les apports des différentes théories de la sociologie et par extension les théories de l'information autour des industries culturelles. Ces différentes théories peuvent être énumérées, à commencer de la théorie de l'économie politique, en passant par l'école critique. Ces théories et recherches tendent, assez souvent, à nous présenter une relation internationale déséquilibrée, un Nord envahissant un Sud, une nouvelle colonisation, économique, culturelle et médiatique.

Mais cette tendance commençait à s'effriter à la fin des années 90 du siècle dernier avec l'intégration de nouvelles notions, telles que la mondialisation, l'internationalisation, la transnationalisation ou encore la globalisation.



Ainsi ce changement de terminologie a entraîné avec lui un certain changement de regard vis-à-vis des relations internationales et des rapports de force, du moins dans le domaine des médias. Une autre perspective sera investie dans notre recherche, celle du paysage global, transnational, homogène, et concurrentiel des médias internationaux. Ainsi, de la fin des années 90 du siècle dernier, jusqu'à nos jours, des recherches et des études se sont multipliées autour de cette question. À partir de ces différentes notions, plusieurs études édifiantes ont marqué la dernière décennie. Il y a même un certain nombre de spécialistes qui évoque la post-globalisation, et d'autres qui parlent même du « tournant global des SHS », tels Dufoux CAILLÉ (2013).

C'est dans la perspective de cette nouvelle réalité de globalisation, d'internationalisation des médias comme processus qui caractérise le système d'informations internationale, que notre travail s'inscrit. Mais au-delà de cette perspective, c'est cette « relation de flux et contre-flux » pour reprendre les termes de Guy LOCHARD (2005, p.169), qui sera au centre de notre recherche. Il s'agit d'analyser l'interaction et la comparaison entre deux cas qui résultent de cette réalité d'internationalisation, ainsi que les effets que cela implique.

Les médias transnationaux et arabophones, très exactement les chaînes d'informations internationales, sont une tendance des années 2000, même si ce genre de médias existait déjà auparavant, à l'exemple de RMC (Monté Carlo internationale) en France, BBC en Grande Bretagne, Deutsche Welle en Allemagne et Voice of America aux USA. Ces stations de radios émettaient en arabe, mais n'étaient pas jusqu'ici complétées par des chaînes de télévision. L'année 1996 voit arriver un nouvel acteur dans le paysage international de la télévision, il s'agit de la chaîne Qatari Al Jazeera. Cet acteur, bien qu'il acquit vite un large succès à l'intérieur de l'espace public arabe, reste peu connu ailleurs. Mais cela ne va pas durer longtemps car d'autres chaînes de ce genre lui emboitent le pas profitant d'un contexte général favorable à l'épanouissement de ce nouveau genre de chaînes d'informations internationales.

Notre premier questionnement est donc de savoir quelles sont les causes qui ont précipité l'arrivée de ces nouvelles chaînes d'informations internationales arabophones ? Comment expliquer cet intérêt soudain que manifestent les grandes puissances mondiales vis-à-vis de l'espace public arabophone ?

Au lendemain des événements du 11 septembre et pendant l'offensive des Etats-Unis et de ses alliés en Afghanistan, puis en Iraq et suite au rôle médiatique fulgurant de la chaîne qatari Al



Jazeera, les grandes puissances mondiales commencent à réfléchir à une réelle stratégie pour contrer cette présence médiatique d'une chaîne du Sud, Al Jazeera. Cette réflexion se voit concrétiser aux USA dès l'année 2004 avec l'arrivée d'Al Hurra, une chaîne arabophone d'informations, financée et soutenue par le Congrès et le département d'Etat, une chaîne destinée à donner une nouvelle image, une image positive d'une certaine Amérique auprès du public du monde arabe. Sur le même modèle, vont suivre plusieurs chaînes d'informations, comme la BBC qui inaugure une antenne arabophone, ou la Deutsche Welle qui fait de même. L'Iran lance sa chaîne arabophone d'informations « Al Alam », et la Russie de son côté décline une offre arabophone sur son groupe privé Russia Today. La France ayant marqué un retard en la matière a finalement pu lancer sa chaîne internationale d'informations, France 24, dont une antenne arabophone qui a vu le jour dès 2007.

Pour chacune des puissances citées, « il s'agit non seulement d'affirmer sa présence auprès de l'opinion publique arabe mais aussi de marquer sa zone d'influence sur un terrain déjà occupé par d'autres Etats opérateurs ayant la même ambition ». (GAAYBESS et GONZALEZ, 2009, p.32). Ces opérateurs locaux sont notamment le Qatar avec Al Jazeera et l'Arabie Saoudite avec Al Arabyia, ou d'autres chaînes d'informations qui ont émergé un peu partout dans le monde arabe, jouissant de moyens techniques à la pointe des nouvelles technologies, avec de nouvelles pratiques journalistiques, et pour certaines, d'une liberté de ton jusque-là jamais connue dans la région arabe. Cette nouvelle donne constituait pour les grandes puissances occidentales un défi, même une urgence à laquelle il fallait répondre avec des solutions efficaces. Dans ce cas, créer de nouveaux médias était la bonne solution, mais encore mieux, des médias qui émettent en Arabe.

Les attentats du 11 septembre 2001, le tsunami en Asie du Sud-Est en 2004, la guerre en Iraq en 2003, la catastrophe de Fukushima en 2011 ou encore les révolutions arabes de 2010 à 2014, sont tous des événements qui nous ont donné une certaine impression d'être face à un même et seul écran à travers le monde. Ces exemples de grands événements internationaux sont une bonne occasion pour vérifier l'importance du phénomène de l'internationalisation des médias. L'homogénéisation des contenus est la tendance la plus importante des médias internationaux, essentiellement des chaînes d'informations. Mais cette homogénéisation ne signifie pas obligatoirement l'expression d'une même opinion et d'une même finalité du message diffusé.

Dans notre recherche, nous voulons nous engager dans cette optique pour illustrer à travers deux médias, cette homogénéité du contenu et cette différence d'interprétation et de représentation d'une même actualité. Cela passe par une étude comparative des processus d'internationalisation entre Al Jazeera et France 24. Cette approche nous permettra de mettre l'accent sur cette logique de flux et contre flux entre Nord et Sud. Nous comptons aussi, grâce à cette étude d'arriver à amorcer les processus qui rentrent dans la fabrication d'informations globales, les mécanismes mis en place par ces deux acteurs afin de donner une dimension internationale aux informations qu'ils traitent. Notre recherche s'interrogera également sur d'autres éléments de ces deux médias : comment se comportent-ils face aux mutations qui caractérisent le paysage global ? Comment réagissent-ils face à de nouvelles formules, à de nouvelles façons de faire du journalisme ? Et surtout comment intègrent-ils les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs pratiques quotidiennes d'artisans de l'information ? Mais notre objectif principal est de savoir comment ces deux chaînes composent avec leur identité internationale ? La subissent-elles ou au contraire se servent-elles de cette dimension pour jouer un autre rôle au-delà de celui d'informer ? Comment se mesure le poids des deux chaînes au vu du rôle qu'elles jouent, en passant de simples chaînes d'informations à un lieu de cristallisation d'idées et d'intérêts d'ordre géopolitique et diplomatique. Il s'agit notamment de définir la part du « soft power » dans ce genre de chaînes d'informations.

De nos questionnements, découlent des hypothèses que nous soumettons à notre analyse : Les chaînes d'informations internationales, Al Jazeera et France 24 arabophone exerceraient un rôle diplomatique sur la scène internationale. Ce rôle s'exprimerait de différentes manières: comme complément à la diplomatie officielle des pays à l'origine de la création de ces chaînes; comme substitut à la diplomatie officielle de ces derniers, une sorte de « soft power », qui tend à créer de nouveaux canaux diplomatiques en parallèle, par lesquels les Etats assumeraient des positions qu'ils n'osent pas assumer officiellement. Enfin le rôle de ces deux médias serait perçu comme étant naturel et légitime pour le canal arabophone de France 24, par contre, il est perçu comme un danger et comme une volonté expansionniste dans le cas d'Al Jazeera, mais aussi la perception d'Al Jazeera comme incompatible avec le système politique du pays à l'origine de cette chaîne.

Ce travail est l'aboutissement d'une longue réflexion qui s'est construite tout au long de notre parcours scientifique. L'idée de préparer une thèse s'est imposée à nous suite à deux travaux de recherche, menés durant notre parcours universitaire. Il s'agit essentiellement de notre



premier mémoire de maitrise puis le second. Les deux travaux s'inscrivent dans une continuité en termes de sujets traités. Ainsi ce travail de thèse est une analyse plus poussée concernant les thématiques de recherche auxquelles nous nous sommes intéressés. Notre travail s'intéresse aux médias d'une façon générale et plus particulièrement aux chaînes internationales d'informations. Notre mémoire de master que nous avons réalisé sous la direction du professeur Guy LOCHARD s'intéressait à une jeune chaîne d'informations à l'époque, il s'agit du canal arabophone de France 24. La perspective que nous avons alors décidé d'investir était la notion de la représentation, très exactement la représentation médiatique. Nous nous sommes interrogés alors sur la représentation du monde arabe par le canal arabophone de France 24. À travers cette question, nous avons pu comprendre comment la chaîne se positionnait au sein de l'espace public arabe et quel genre d'image elle véhiculait dans cette région du monde. Ce travail nous a permis d'explorer les outils méthodologiques dans l'analyse des représentations, nommant ceux développés par Serge MOSCOVICI (1991) et Denise JODELET (1989). Les résultats de cette première recherche nous ont poussés également à poursuivre le travail dans cette perspective. Le deuxième travail de recherche que nous avons mené sous la direction du professeur Jacques BARRAT reste toujours dans le même esprit, à savoir l'étude des médias. Dans cette recherche nous nous sommes intéressés à l'étude du canal arabophone de France 24. Pour cette recherche nous avons choisi une analyse de contenus médiatiques. L'objectif de cette recherche était double, d'une part déterminer l'orientation de la chaîne, sa ligne éditoriale, les opinions qu'elle véhicule, et d'autre part de déterminer le rôle de cette dernière et la part diplomatique dans sa mission. Cette recherche nous a permis d'aller plus loin dans ma réflexion sur les chaînes d'informations internationales et c'est à cette occasion que l'idée d'une étude comparative avec un autre acteur du même genre a fait son chemin dans notre esprit. En effet les résultats obtenus à partir de ces précédentes recherches nécessitaient d'être corrélés avec un autre exemple afin de savoir si nos constatations sont propres à cette chaîne ou si elles peuvent être communes à d'autres et être ainsi à généraliser.

Nous nous sommes intéressés à la chaîne France 24 et plus particulièrement à son canal arabophone car j'ai constaté l'absence d'études et de recherches majeures pouvant étudier cette dernière, contrairement à d'autres chaînes internationales d'informations à l'exemple de CNN, BBC ou encore d'Al Jazeera. Mon désir au départ était donc d'enrichir les recherches sur les médias avec un travail qui s'intéresse à un nouvel acteur des médias internationaux, sans avoir la prétention de viser à un statut de pionnier concernant l'étude de France 24. Notre

objectif principal était de construire un objet inédit de recherche et de nous investir sur un terrain neuf. L'apport de nos précédents travaux est donc considérable pour la construction de notre nouvelle recherche. Ces deux expériences nous ont permis de développer un regard critique sur les médias, passant du rôle de simple public, téléspectateur à celui d'analyste. Ces travaux nous ont également permis d'approfondir nos champs de recherche et de mobiliser différents outils et méthodes d'analyse des médias. La première recherche est fortement influencée par les théories de la psychologie sociale, relatives à la représentation, un concept que nous avons veillés à intégrer dans les médias, mais aussi par les outils développés par la théorie structuraliste comme l'analyse du discours. La deuxième recherche, quant à elle, s'inscrit dans la théorie critique développée par l'école de Francfort. Notre approche s'est aussi inspirée d'autres outils d'analyse quantitative et qualitative notamment l'analyse de contenu.

Pour ce travail nous sommes convaincus qu'une analyse comparative nous aiderait à mieux comprendre le fonctionnement et le rôle des chaînes d'informations internationales, en déterminant les points de convergence et de divergence avec un autre média du même genre. Nous pouvons alors nous prononcer sur ce qui est général et ce qui est particulier pour chaque cas.

Le choix de comparer le canal arabophone de France 24 avec la chaîne qatari Al Jazeera s'est imposé à nous suite à nos premières constatations lors de la recherche d'un cas comparatif. Cette chaîne a attiré notre attention, car elle représente à la fois des similitudes et des différences avec France 24. Leurs points communs résident essentiellement dans la langue utilisée, mais aussi le public ou l'espace public auquel elles sont destinées. Leurs différences, quant à elles, sont l'appartenance ou la provenance de chacune d'elles. Elles dépendent de deux pays différents qui évoluent dans deux contextes nationaux et régionaux différents, ce qui laisse penser à une différence entre la mission dont est chargée chacune d'elles.

Dans nos lectures préliminaires, nous avons constaté qu'un florilège d'études, de recherches et de publications ont accompagné le développement de la chaîne qatari Al Jazeera. Elle serait avec CNN la chaîne qui a suscité le plus d'intérêt auprès de la communauté scientifique. Nous avons constaté également un traitement qui prend souvent l'aspect d'une critique au sens négatif du terme à l'encontre de cette chaîne. Certains auteurs vont même jusqu'à la diabolisation de cette dernière en insinuant qu'elle serait à l'origine de tous les maux du monde arabe. nous avons constaté également que la stigmatisation d'Al Jazeera est née de la

13

nature même de cette chaîne, les spécialistes et observateurs n'arrivant pas à comprendre comment une chaîne internationale d'informations se revendiquant comme indépendante, pourrait voir le jour dans un pays non démocratique. Le prisme par lequel Al Jazeera a été appréhendé est celui de lier la liberté des médias au système démocratique occidental. C'est donc ce paradoxe de liberté sans démocratie qui a aiguisé la méfiance vis-à-vis d'Al Jazeera.

Ces constatations nous ont davantage convaincu qu'une étude comparative entre le canal arabophone de France 24 et Al Jazeera permettrait également de sortir de cette perspective normative qui tend à se méfier de tout ce qui émane d'ailleurs, des pays qui ne répondent pas aux normes occidentales. La confrontation de l'exemple d'Al Jazeera, ses orientations, son rôle dans l'espace public arabe avec un autre exemple va nous permettre de savoir si cette méfiance est légitime et si les chaînes d'informations internationales occidentales sont plus aptes que d'autres à exister sur la scène médiatique internationale. Nous espérons surtout savoir si cette méfiance vis-à-vis d'Al Jazeera est vraiment fondée ou si cette dernière n'est qu'un moyen, un désir de maintenir l'hégémonie des médias occidentaux.

C'est pour répondre à ces questionnements, que nous avons entrepris une recherche sous forme d'une étude comparative, entre le canal arabophone de France 24 et Al Jazeera, en nous donnant comme missions de construire un cadre théorique et méthodologique valide pour pouvoir analyser les deux chaînes et aboutir à des résultats exploitables et probants.

Nous proposons dans le cadre de notre recherche de traiter un cas très particulier de chaînes d'informations internationales. Il est question dans cette thèse de réaliser une étude comparative entre deux chaînes d'informations internationales et arabophones. Nous développons notre réflexion sur un plan constitué de six parties.

La première partie intitulée présentation générale du projet est une forme d'introduction générale à ce travail et du contexte dans lesquels l'idée d'aborder ce sujet s'est construite. Dans cette partie nous expliquons nos motivations pour le choix de notre sujet ainsi que les objectifs de ce dernier. Puis nous argumentons sur la pertinence de ce travail dans une perspective communicationnelle. Il s'agit dans cette partie d'annoncer les différentes parties qui constituent ce travail et leurs structures. Cette partie comporte aussi présentation du cadre méthodologique de notre recherche, à savoir la méthode comparative, ses modalités, contraintes et ses apports dans ce travail. Dans cette partie il est question également d'argumenter la pertinence méthodologique ainsi que l'intérêt porté aux cas de comparaison.

La deuxième partie intitulée « l'état de l'art dans les sciences de l'information et de la communication » est consacrée aux différents travaux sur lesquels nous nous sommes appuyés pour étayer notre réflexion. Cette partie se divise en trois chapitres : le premier concerne les sciences de l'information et de la communication et les médias où nous présentons une analyse critique des différents travaux antérieurs à cette recherche et qui traitent du même sujet ou des sujets périphériques présents dans ce travail. Il s'agit d'un chapitre consacré à une sélection non exhaustive de travaux académiques qui ont traité des médias d'une façon générale et des chaînes d'informations d'une façon plus particulière. Le deuxième chapitre traite quant à lui des références et travaux relatifs aux notions et mots clés utilisés dans cette recherche, à savoir internationalisation et mondialisation, hégémonie, soft power, dans une perspective médiatique. Il s'agit d'une sélection de travaux qui ont traité ces différents concepts. Enfin le troisième chapitre à la lumière de ce qui a été présenté comme références, présente les apports de cette recherche à son domaine d'étude et de recherche. Ici nous évoquons ce que nous pouvons appeler la valeur ajoutée de ce travail au domaine des sciences de l'information et de la communication, comment entendons-nous enrichir la recherche avec ce travail et quel est l'intérêt de l'approche proposée sur le plan méthodologique.

La troisième partie de ce travail s'intitule « la paysage médiatique international », s'intéresse aux contextes des chaînes d'informations internationales. Dans cette partie nous mettons en exergue les mutations qui ont mis les jalons des médias internationaux, spécialement les chaînes d'informations internationales. De l'émergence de ce genre médiatique à son essor au début de ce siècle jusqu'à son apogée, nous dressons ici l'état des lieux concernant notre sujet d'étude. Nous partons d'un premier chapitre qui porte sur un questionnement légitime concernant le développement des chaînes d'informations internationales entre tendance médiatique et stratégie débordant au-delà de l'aspect médiatique. Cette réflexion pourrait s'appuyer sur plusieurs ouvrages et théories qui se sont intéressés à l'émergence de ce nouveau genre de télévisions. Le deuxième chapitre, lui, s'articule autour de la relation entre les chaînes d'informations internationales et l'actualité internationale ou globale. Ici l'objectif est de s'interroger sur la manière dont ces chaînes internationales d'information sont un vecteur d'internationalisation de l'information dans le sens (informations comme bien répondant à une logique de marché global), et sur la façon, comment le monde s'informe sur le reste du monde. Le dernier chapitre de cette partie est une suite logique à celui qui le précède, car il évoque ici ce que nous pouvons appeler un sous-genre de chaînes d'informations internationales. Ce sous-genre, si on peut le définir ainsi, est celui des chaînes

d'informations internationales et arabophones. Nous nous intéressons ici à ce nouveau phénomène et au florilège de télévisions dédiées aux informations et qui sont destinées à un public arabophone avec en fond de toile un questionnement légitime sur l'objectif de cette nouvelle tendance : pourquoi ce genre de chaînes de télévisions s'est-il développé ? Dans cette partie il serait également question de traiter des mutations des informations à travers le temps d'un support à un autre et quels qualificatifs ont suivi cette évolution, par exemple la société de l'information, le contre flux d'informations.

La quatrième partie de ce travail s'intitule « historique des chaînes d'informations internationales », elle viendra détailler ce qui est évoqué dans la troisième. Après avoir évoqué la genèse des chaînes internationales d'information, nous proposons une présentation plus détaillée d'échantillons de chaque genre. L'organisation de cette partie se fait dans un ordre chronologique. Le premier chapitre de cette partie traite de CNN, précurseur en matière de chaînes d'informations internationales. Dans ce chapitre l'accent est mis sur la révolution CNN et s'interroge comment cette dernière a pu constituer une source d'inspiration aux chaînes qui vont lui succéder.

Puis nous traitons dans le deuxième chapitre d'un autre genre, celui d'une chaîne internationale d'informations et arabophone, il s'agit de la qatari Al Jazeera. Nous exposons ici la genèse de cette chaîne, son fonctionnement, son rôle et ses mutations vingt ans après sa création. Ce chapitre s'intéresse donc au premier cas de notre étude comparative, où nous avons dressé un état des lieux détaillé sur cette chaîne, depuis sa création, à son succès puis à sa diabolisation, ainsi que ses défis notamment avec les révolutions arabes. Cette partie est importante dans ce travail car elle structure ce dernier sur un plan chronologique permettant d'accéder au deuxième cas de notre étude d'une façon fluide.

La cinquième partie, s'intéresse particulièrement au cas du canal arabophone de France 24 comme exemple de ce genre de chaînes émettant à l'extérieur du monde arabe mais destinées au public de cette région. Le premier chapitre traite ce que nous appelons la réponse ou la riposte des pays occidentaux à Al Jazeera, où nous évoquons l'arrivée massive des chaînes d'informations internationales et arabophones suite au succès d'Al Jazeera.

Le deuxième chapitre, quant à lui, traite du rôle et des enjeux auxquels est confronté ce canal, à travers le traitement de sa stratégie éditoriale et de sa relation avec le monde arabe à l'heure actuelle. Le troisième chapitre est une perspective historique sur la création du canal

arabophone de France 24, depuis le projet jusqu'à l'aboutissement. Ce chapitre revient notamment sur les étapes les plus importantes dans le développement de ce canal.

Le dernier chapitre de cette partie s'intéresse au contexte médiatique et géopolitique du canal, il propose une analyse de la mission diplomatique de ce dernier à travers sa représentation du monde arabe. À ce propos, l'accent est mis sur la représentation médiatique comme étant un élément qui cristallise le point de vue défendu par le canal par rapport au monde arabe, un regard à la fois médiatique et diplomatique, qui place les enjeux de l'Etat opérateur et créateur de France 24 au cœur de ces représentations du monde arabe.

La sixième partie qui s'intitule « l'analyse comparative » est la dernière partie de ce travail, est consacrée à l'analyse méthodologique de deux cas comparatifs. Le premier chapitre est consacré à la construction du modèle comparatif et les éléments qui constituent cette démarche et qui permettent de prétendre à des résultats probants. Nous avons notamment évoqué dans ce chapitre, le choix des unités de comparaison, et les outils permettant une analyse qualitative et quantitative.

Le deuxième chapitre est consacré à la présentation du modèle comparatif et d'une grille comparative constituée à partir des unités comparatives. Il est consacré à la présentation et l'analyse d'un corpus à l'aide de l'analyse de contenus. Pour finir, le troisième chapitre présente les résultats finaux de ce travail. Il se termine par une synthèse générale des résultats obtenus à partir de l'analyse comparative et de l'analyse des contenus, c'est une partie cruciale dans ce travail qui se voit aussi ouverte sur les perspectives à développer à partir des résultats obtenus.

I)- Présentation générale du projet



I.1: Objet et objectifs de la recherche.

Après avoir argumenté le choix du sujet de recherche et présenté d'une manière détaillée les différentes parties et chapitres qui la composent. Nous évoquerons ici les objets et objectifs de ce travail. Nous entendons par objets, l'ensemble des éléments de réflexion développés, à savoir les sujets principaux et périphériques que nous avons traités dans cette recherche, mais surtout le thème principal de cette dernière. Quant aux objectifs de ce travail, nous les divisons en deux catégories, objectifs méthodologiques et objectifs disciplinaires relatifs aux sciences de l'information et de la communication.

L'objet principal de la recherche, est une étude comparative entre Al Jazeera et le canal arabophone de France 24. Cette thématique principale se situe dans le champ disciplinaire des sciences de l'information et de la communication. Les deux chaînes étudiées font partie de ce qu'on appelle les chaînes d'informations internationales. À travers une présentation des deux chaînes, de leurs émergences, leurs rôles et une comparaison entre leurs modèles éditoriales, modèles économiques, nous mobilisons des références théoriques antérieures à ce travail. C'est l'ensemble de ces références et concepts qui occupent une partie importante de ce denier que nous pouvons définir comme objet de cette recherche.

D'autres sujets périphériques sont rattachés à ce thème principal que nous avons évoqué, il s'agit notamment des notions de l'internationalisation, globalisation, de l'hégémonie et du « soft power ». À travers la présentation de l'ensemble des éléments qui constituent notre réflexion nous avons essayé d'être les plus exhaustifs dans notre approche en opérant un choix minutieux des concepts mobilisés dans cette recherche. L'objet de notre recherche est aussi de mener une approche comparative pour étudier les médias avec tout ce que cela implique en méthodes d'analyse engagées.

I.1.1: Objectifs méthodologiques et objectifs relatifs aux des études sur les médias.

Plusieurs objectifs sont attendus dans cette recherche, d'ordre méthodologique et relatifs à notre champ disciplinaire. Sur le plan méthodologique, nous souhaitons explorer la méthode comparative comme « média de scientificité des sciences sociales ». DURKHEIM (1895). Une démarche de qualité qui tend à se raréfier dans les recherches en sciences humaines et sociales et en sciences de l'information et de la communication au détriment d'autres approches méthodologiques. Nous souhaitons également développer une analyse comparative croisée, appliquée aux médias, une approche utilisée dans les sciences politiques, notamment dans la comparaison des systèmes politiques transnationaux.

Enfin nous souhaitons structurer mon analyse en combinant entre plusieurs outils d'analyse et de méthodologies, que nous avons jugées complémentaires, à savoir la méthode comparative et ce qu'elle implique comme outils d'analyse qualitatifs et quantitatifs, l'analyse de contenu et l'analyse des représentations.

Sur le plan disciplinaire, relatif aux sciences de l'information et de la communication, dans notre travail nous essayons de dédramatiser le traitement qu'a eu la chaîne qatari Al Jazeera, (Al Jazeera bashing), « la chaîne de Ben Laden », « Al Jazeera : la chaîne qui défie l'Occident », Hugh MILES (2006), « Mission Al-Jazeera: Build a Bridge, Seek the Truth, Change the World », Josh RUSHING (2007). Cette ambition de dé-diaboliser Al Jazeera serait possible en proposant de traiter cette dernière comme toute chaîne d'informations internationale avec une orientation et une ligne éditoriale qui répond aux conceptions et aux exigences idéologiques de ces propriétaires et de ceux qui la financent, sans pour autant être la seule à rentrer dans cette logique de médias influent et maléfique. Nous souhaitons également dédramatiser l'effet démentiel soit disant, qu'aurait cette chaîne sur le public arabe, (un public complètement passif qui se fait embrigader par cette dernière qu'on dit qu'elle est à l'origine même des printemps arabes).

Nous espérons également combler un manque important en termes de travaux et de recherches sur la chaîne française d'informations France 24 et notamment son canal arabophone. L'un des objectifs escomptés est de déterminer la limite du consensus entre ces chaînes d'informations et leur public, et aussi le rôle géopolitique régional et international qu'elles peuvent jouer en démontrant la part du « soft power » dans ces dernières. Nous cherchons ici à déterminer si vraiment cette notion reste opérante face aux défis auxquels font face ces dernières, notamment l'information numérique et les réseaux sociaux.

Pour finir Notre dernier objectif à travers cette recherche est de nous interroger sur l'avenir de ce genre de chaînes face aux changements des rapports de force au sein du paysage international des médias. (Rapports de force entre les supports médiatique et les orientations, entre les médias classiques et les nouveaux).

I.1.2: Objectifs relatifs aux sciences de l'information et de la communication.

Les apports de notre sujet sur le plan méthodologique est un élément important qui motive notre recherche, mais l'ancrage disciplinaire de ce dernier est aussi capital. Nous avons estimé qu'inscrire ce travail dans le domaine des sciences de l'information et de la communication répondrait à une logique d'interdisciplinarité permise par ce domaine de recherche. En effet les sciences de l'information et de la communication offrent une ouverture plus large en termes de concepts, de méthodes et d'outils d'analyse, comme étant une discipline née d'un foisonnement et de croisement de plusieurs domaines de recherche. Dans ce sens Yves JEANNERET soulève ce qu'il appelle « la question du voisinage ». (JEANNERET et OLLIVIER, 2004, p.86), dans son introduction du numéro de la revue Hermès intitulé : « les sciences de l'information et de la communication, savoirs et pouvoirs », l'auteur parle du voisinage entre les SIC et les autres disciplines scientifiques, ainsi que de leur relation.

Dans sa réflexion, l'auteur aborde ce que les sciences de l'information et de la communication apportent vis-à-vis des autres disciplines, qui la juxtaposent, au-delà de l'apport méthodologique et d'outils d'analyse empruntés par ces dernières à ces différentes disciplines et en quoi les sciences de l'information et de la communication apporteraient un regard nouveau sur des questions traitées par les autres domaines. C'est en exposant les différentes voisines des sciences de l'information et de la communication, que l'auteur arrive à formuler ce qui distingue ce champ disciplinaire, comme étant ouvert et pluridisciplinaire, mais aussi en termes de frontières disciplinaires, où se termine le domaine de compétences de l'une et où commence celui de l'autre. Cela le mène à conclure à demi-mot que les sciences de l'information et de la communication, serait le champ disciplinaire qui opère aux frontières de ces disciplines voisines, en insistant sur le caractère polyvalent qui habite les objets de recherche construit dans ce domaine d'étude. L'auteur cite Jean Bernard Perret qui note que : « les sciences de la communication ont souvent construit leurs objets aux marges de ce que les autres disciplines considéraient comme scientifiquement observable (la presse, la culture populaire, les médias de masse ...) ». (JEANNERET et OLLIVIER, 2004, p.88).

De son côté Éric DACHEUX, tente une définition des sciences de l'information et de la communication comme étant : « les SIC sont les sciences qui ont pour objet de comprendre non pas « les » outils de communications, mais « la » communication. Il s'agit donc, pour les SIC, de restituer toutes les dimensions (symboliques, politiques, économiques) d'une communication humaine qui opèrent au niveau des individus comme à celui de la société ». (DACHEUX, 2009, p.09). Sa définition insiste sur la multiplicité des objets de recherche qui s'inscrivent dans le domaine des SIC. Mais l'auteur évoque également les SIC comme une spécificité de « l'air francophone », car au-delà, une distinction est faite entre sciences de l'information, et sciences de la communication, notamment chez les anglo-saxons. Selon l'auteur, cette rupture épistémologique est perçue dans l'aire francophone comme contre-productive, car l'information et la communication sont indissociables et chacune d'elle est inhérente à l'autre.

De notre côté, nous nous sommes également interrogés sur l'intérêt d'inscrire ce travail dans la discipline des SIC, plutôt que dans une autre, par exemple la sociologie des médias. Mais très vite, nous nous sommes rendu compte que les SIC nous offrent plus de liberté en termes de combinaison de différentes méthodes et d'outils d'analyse et que ce champ disciplinaire offre également une polyvalence et une pluridisciplinarité dans l'approche. Contrairement aux autres champs disciplinaires, souvent héritiers de méthodes et doctrines rigides, avec un ancrage idéologique souvent fort, les SIC nous permettent de prendre une certaine distance par rapport aux sujets et conceptions théoriques imposées par d'autres disciplines. En effet « les SIC permettent de remettre en cause des idées toutes faites et de restituer, dans toute sa complexité, un objet » pour reprendre les termes de DACHEUX (2009, p.36).

Mais au-delà de la pluridisciplinarité permise par les SIC, c'est le choix même de notre sujet de recherche qui s'oriente naturellement vers ce champ disciplinaire. Notre sujet de recherche en effet, aborde différents aspects autour des deux chaînes d'informations internationales que nous traitons, une dimension socio-politique, économique et géopolitique. La restitution de ces différentes dimensions de notre sujet nécessite un champ disciplinaire plus ouvert et plus souple, c'est ainsi que les SIC nous semblent le domaine évident dans lequel inscrire notre recherche, et celui qui répond le mieux à nos questionnements.

I.2: Pertinence de la recherche dans une perspective communicationnelle.

L'actualité quotidienne nous rappelle toujours notre besoin d'informations. Il est vrai qu'avec l'abondance de ces dernières, c'est plutôt elles qui viennent à nous et non nous qui les cherchons. Les chaînes d'informations en continu qu'elles soient nationales ou internationales sont incontournables pour vivre au temps réel l'actualité mondiale. Le sujet que nous abordons dans notre recherche, concerne deux acteurs de cette actualité en continu et de la couverture médiatique d'évènements sur le vif. Mais ce genre d'acteur se trouve parfois lui aussi sujet et objet de cette actualité, donc il y a besoin d'intégrer dans ce travail cette dimension des médias comme acteurs.

Le cas de la chaîne qatari Al Jazeera est assez révélateur de l'intérêt que certains médias peuvent susciter. Cette dernière a été à plusieurs reprises au cœur de l'actualité, c'était notamment le cas lors de la guerre en Iraq en 2003 et de la période qui a suivi les attentats du 11 septembre et lors des révolutions arabes plus récemment.

Le choix de notre sujet de recherche n'est donc pas fruit du hasard, mais il fait suite à une réflexion de longue durée. D'abord, nous nous sommes intéressés à ce genre de chaînes de télévision comme public lambda, puis avec un positionnement académique comme jeune chercheur avec un vif intérêt porté sur ce genre de médias. Pour le cas de France 24 notre choix est un aboutissement logique, suite à un mémoire de Master consacré à cette chaîne d'informations internationales française qui venait tout juste d'être lancée. À travers ce travail dans lequel nous nous sommes interrogés sur la représentation du monde arabe par la chaîne France 24, nous avons pris conscience du double rôle (médiatique et géopolitique) que pourrait jouer ce genre de chaînes de télévision. Une mise en comparaison avec Al Jazeera s'est alors imposée dans notre recherche actuelle comme moyen de mettre en exergue et de nuancer ce double rôle, selon la différence du pays émetteur et des enjeux de chaque pays. L'approche comparative que nous avons retenue pour notre travail de recherche est aussi un choix méthodologique crucial qui n'était pas évident de prime abord. S'engager dans une étude comparative impliquerait une adaptation de ce sujet à cette méthode. Nous avons retenus cette approche comparative suite au constat que cette dernière est un peu délaissée dans les différentes recherches en sciences de l'information et de la communication au détriment d'autres approches plus plébiscitées par la communauté scientifique à l'exemple de l'analyse de contenus et des études de réception.

Nous pouvons prétendre que le sujet de notre recherche découle d'un enjeu actuel celui qui concerne les chaînes d'informations internationales et leurs rôles. L'aspect historique et chronologique n'est pas non plus à négliger dans cette recherche, car nous avons développé une partie consacrée à l'histoire et la genèse des chaînes d'informations internationales et leur développement.

Notre volonté d'apprendre davantage sur ce phénomène nous a conduits à isoler deux cas et à les comparer. Notre sujet répond également à une interrogation et à une rigueur d'ordre scientifique. Nous avons préalablement défini notre problématique, ainsi que nos hypothèses puis notre approche méthodologique, ce qui constitue un processus de raisonnement répondant à la rigueur de la recherche scientifique. En ce qui concerne la documentation scientifique relative à notre sujet, nous avons constaté que sur le plan méthodologique, un nombre de références s'offrent à nous, une documentation riche et accessible qui nous a permis d'étoffer notre parcours de lecture. Concernant la chaîne Al Jazeera nous avons également constaté une surabondance de références scientifiques (livres, articles, communications) consacrés à cette dernière, ce qui permet d'avoir un spectre assez large en termes de productions scientifiques relatives à ce sujet. En revanche dans le cas de la chaîne française France 24 nous nous sommes heurtés à une rareté intrigante en termes de références académiques consacrées à cette dernière. Cette situation nous a à la fois pénalisé pour pouvoir constituer une lecture plus complète du sujet, mais elle nous a aussi encouragé à inclure le sujet dans cette recherche dans une perspective d'apporter notre pierre à l'édifice et d'être pourquoi pas à l'origine d'une nouvelle référence scientifique consacrée à ce sujet. D'une façon générale, nous pouvons dire que dans le cadre de ce travail, nous disposons d'une documentation suffisante et variée mais aussi accessible pour mener à bien cette présente recherche.

L'ancrage disciplinaire de cette recherche est clairement situé dans les sciences de l'information et de la communication avec une approche pluridisciplinaire en vue de certains éléments déjà évoqués dans cette recherche. L'ancrage de notre travail dans les SIC pourrait être argumenté par le sujet proposé, celui d'étudier deux chaînes d'informations internationales, donc une forme médiatique de communication. Notre recherche s'inspire également des différentes théories qui se sont positionnées sur les effets des médias et de la télévision à travers l'évolution des différentes approches. Des références théoriques auxquelles nous avons consacré une partie de ce travail. L'approche pluridisciplinaire évoquée ici pourrait se retrouver nommant dans nos choix méthodologiques, à travers l'étude

comparative. En effet cette méthodologie a fait ses preuves essentiellement dans les sciences politiques mais elle a fait aussi l'objet d'usage dans les sciences humaines et sociales comme le souligne Cécile VIGOUR dans son ouvrage (2005).

Pour finir, un élément très important reste à évoquer celui du temps nécessaire à la réalisation de cette recherche. Car avant de nous lancer dans ce travail et en vue de l'approche que nous voulions développer, ainsi que les résultats escomptés, nous avons veillé à ce que le temps imparti à la réalisation d'une thèse soit adéquat avec celui qui est nécessaire pour mener à terme cette recherche. Cela nous est rendu possible notamment par un planning prévisionnel rigoureux, même si nous étions obligés à plusieurs reprises de modifier ce dernier.

I.3 : Présentation du cadre méthodologique

I.3.1 : La méthode comparative

Pour analyser les deux chaînes d'informations objet de notre sujet, nous avons choisi la méthode comparative à laquelle nous consacrons la partie qui va suivre pour illustrer l'adéquation de cette méthode avec le sujet de recherche.

La démarche comparative est un processus naturel qui reprend les catégories les plus ordinaires d'un raisonnement. Elle est aussi un média de scientificité des sciences sociales (Revue Européenne des sciences sociales, vol XXIV, no 72).

Cette démarche est présente d'une façon récurrente chez ARISTOTE dans sa comparaison des différentes formes de gouvernements. On la retrouve aussi chez Emile DURKHEIM, dont l'ambition était de mettre les sciences sociales au diapason des sciences dures en matière de rigueur. Il en faisait également un substitut à l'expérimentation directe, et affirmait que les sciences sociales sont implicitement comparatives dans la mesure où les phénomènes sociaux sont incontestablement uniques et représentatifs. La démarche comparative autorise à dégager des lois en dissociant un phénomène de son environnement. Elle était aussi très plébiscitée dans les sciences politiques Anglo-Saxonnes. Cette démarche s'est inscrite dans la réflexion des sciences politiques à partir du moment où les tenants de la discipline se sont souciés de l'évaluation des systèmes nationaux de gouvernance et de planification, notamment à l'heure de la Guerre Froide.

COT et MOUNIER soulignent que : « Malgré l'ancienneté de la démarche comparative, les auteurs ont une conception très différente des règles de la comparaison, notamment de la comparaison transnationale ». (COT et MOUNIER, 1974, p.53).

La principale difficulté à laquelle on fait face, dans le choix de la méthode comparative, réside d'abord dans l'absence de consensus sur les objectifs et la méthode de l'analyse comparative, un constat partagé par beaucoup de spécialistes. Elle réside ensuite dans la multiplication des typologies de niveaux de comparaison. Ainsi s'engager dans la méthode comparative nécessite des précautions méthodologiques particulières.

La démarche comparative répond à des préoccupations de nature épistémologique. Elle nous permet de classer les pays et les phénomènes à partir d'un certain nombre de variables pour donner ensuite les moyens de conclure à des constantes. À travers les travaux de Talcott PARSONS, Claude LEVIS-STRAUS et Karl DEUTSCH autour de la méthode comparative, on peut noter que l'un de leurs objectifs consistait à établir des différences entre sociétés ou encore entre phénomènes, afin d'être en mesure de procéder à une classification.

Dans son livre « La comparaison dans les sciences sociales, pratiques et méthodes », Cécile VIGOUR revient sur l'usage de cette méthode dans les Sciences Sociales. Elle souligne que : « la comparaison dans les Sciences Sociales peut être appréhendée comme une systématisation de cette approche en termes de catégories par l'explication des termes de la comparaison. Comparer ne relève en effet pas de l'évidence, mais doit faire l'objet d'une construction ». (VIGOUR, 2005, p.7.10).

Pour notre part, nous estimons que c'est cet aspect constructif qui donne à la méthode comparative une certaine flexibilité dans son usage, une certaine polyvalence quant à la façon de la mobiliser dans une recherche. Au-delà du fait que la comparaison est une méthodologie avec ses outils et différentes catégories et typologies, elle est une manière de voir un phénomène, de se confronter à un problème. C'est une sorte de raisonnement naturel que nous pouvons rencontrer dans la vie de tous les jours, comparer fait partie de nos usages quotidiens, comparer deux produits, comparer deux personnes, comparer deux plats...etc.

Mais la comparaison comme méthodologie de recherche répond à un certain nombre de critères, de règles pour en faire une démarche scientifique pouvant nous livrer une analyse d'une situation donnée et nous mener vers des résultats probants du point de vue scientifique. En réalité il existe plusieurs comparaisons, ces dernières se distinguent notamment par les

éléments qui rentrent dans le raisonnement comparatif, mais aussi dans le contexte et l'objectif de la comparaison.

I.3.2: Au niveau transnational.

Certains théoriciens comme Ian MASSER perçoivent la méthode comparative comme un outil incontournable d'un processus de transferts d'expériences et de savoir d'un pays à l'autre.

Partant du constat de l'importance de la mondialisation de l'économie, en relation avec le développement des technologies de l'information et de communication et de certains phénomènes sociaux, la recherche comparative s'impose dans la mesure où elle réussit à analyser, comprendre et expliquer l'ensemble du processus en dehors des limites nationales qu'elle transcende. Dans l'exemple des médias internationaux, la démarche comparative va permettre de mettre la lumière sur le processus d'internationalisation des médias à travers les deux exemples d'Al Jazeera et le canal arabophone de France24. Nous pouvons exploiter cette approche pour expliquer ce qui est commun et différent entre les deux objets de notre recherche.

Dans notre sujet, la démarche comparative se déploie au sein d'un phénomène transnational, elle devient un support important qui se donne pour objectif d'expliquer et d'accompagner les transformations dans les médias. Pour nous, la réflexion autour de la démarche comparative participe au renouveau de la méthodologie en sciences sociales, et particulièrement dans les sciences de l'information et de la communication, dans un contexte de communication médiatique transnationale.

Dans notre démarche, nous comptons essayer d'articuler notre réflexion autour de trois questions : Que comparer, pourquoi comparer, comment comparer ? Ces trois questions vont nous permettre de désamorcer l'ambiguïté et les difficultés posées par la méthode comparative.

I.4 : La comparaison et la méthode comparative.

Cécile VIGOUR distingue dans son livre précédemment cité entre quatre différents types de comparaisons :

A : La comparaison dans le temps : que nous pouvons, aussi qualifier de chronologique, qui revient sur la comparaison concernant un fait, un phénomène ou même une notion et son évolution dans le temps. L'auteure cite à titre d'exemple de comparaison dans le travail de Karl POLANYI (1983) qui propose une comparaison chronologique des rapports de l'économie avec l'ensemble du système social. C'est une comparaison qui s'attache à l'évolution d'une notion dans le temps comme point de départ de la comparaison.

B : La comparaison dans l'espace : qui pourrait être assimilée également à une comparaison des aires géographiques, elle intègre une comparaison transnationale ou internationale, et intra-nationale. C'est une comparaison qui s'inscrit dans une chronologie fixe, mais qui mobilise des cas comparatifs distincts sur le plan géographique. L'auteure fait référence dans ce genre de comparaison aux travaux de Max WEBER, qui selon elle mobilise une diversité de comparaisons géographiques. À ce titre cette comparaison prend l'espace comme objet comparatif, une comparaison territoriale qui mettrait en évidence deux espaces géographiques différents face à un même fait ou phénomène.

C : Les comparaisons des faits sociaux : cette catégorie de comparaisons est celle qui se réfère à l'analyse comparative des faits et phénomènes sociaux, c'est une approche que nous pouvons rencontrer dans les études en sociologie, qui s'intéressent à la comparaison des cultures et des sociétés. Dans cette approche, le chercheur se focalise sur un aspect de la vie sociale qu'il soumettra à une comparaison. Ce genre de comparaison serait à ce titre plus vaste encore que les deux précédemment cités, car à partir du moment où le fait social est le sujet d'une étude comparative, l'aspect chronologique et spatial peuvent être des sous-catégories au sein d'une construction comparative plus générale basée sur les faits et phénomènes sociaux. L'auteure relève que ce genre de comparaison est très fréquent dans les travaux de Pierre BOURDIEU qui s'intéressait aux classes sociales en comparant les usages, les similitudes et différences entre ces dernières face à un même fait social.

D : La comparaison multivariée : comme son nom l'indique, est le type de comparaison permettant de concentrer les autres types de comparaisons dans une même étude. C'est un genre comparatif hybride qui réunit des comparaisons à la fois chronologiques, spatiales et des faits sociaux. Ce modèle comparatif passe d'une comparaison à une autre en impliquant différents éléments comparatifs qui s'inscrivent dans différentes logiques.

Nous pouvons remarquer à travers la présentation des différentes typologies de comparaisons, que l'usage de cette méthode impliquerait une multitude de configurations possibles, ici

l'auteure s'est restreinte à une catégorisation suivant les paramètres logiques, spatio-chronologique, de causalité et d'hybridité. Malgré la qualité de cette typologie dressée par l'auteure, nous estimons pour notre part, que le fait même de définir une catégorie de comparaison comme multivariée serait suffisant pour laisser un libre usage à toute configuration comparative possible. C'est ce qui fait la singularité de la méthode comparative qui jouit de cette position à cheval entre modèle de réflexion basique et méthode de recherche.

Face à cette catégorisation des différents types de comparaisons, nous nous retrouvons dans notre recherche confrontés au choix du type de comparaison qui refléterait le mieux l'objectif de cette recherche, ainsi que notre démarche. Si le cas d'une comparaison chronologique serait à écarter, cette dernière pourrait en revanche s'inscrire dans l'une des trois autres catégories, d'une moindre importance dans la comparaison des faits sociaux, mais les deux catégories de comparaison spatiale et multivariée peuvent bien représenter notre démarche.

Nous avons choisi d'opter pour une comparaison de type multivariée, car notre démarche comparative entre le canal arabophone de France 24 et Al Jazeera, intègre plusieurs éléments. D'abord d'ordre spatial, s'agissant d'une comparaison impliquant deux aires géographiques différentes, mais aussi dans le phénomène étudié, à savoir la part géopolitique, diplomatique et médiatique des deux chaînes d'informations internationales, qui implique une interaction entre différents éléments qui intègrent les faits sociaux et au-delà. Ainsi nous considérons plus judicieux d'inscrire cette démarche dans une comparaison multivariée, nous donnant ainsi une ouverture plus importante en termes d'articulation entre plusieurs données et facteurs qui vont nous servir dans notre analyse.

Mais avant de définir les catégories comparatives de cette recherche et de l'approfondir, nous avons jugé important de nous nous interroger, sur ce qui peut distinguer l'aspect de la comparaison comme simple réflexion et comme méthode scientifique. Nous avons retrouvé la réponse à cette question chez Madeleine GRAWITZ, qui souligne que, la méthode comparative comme démarche dans les sciences sociales se caractérise par trois aspects : « elle ne dispose pas de procédure technique particulière et utilisée par toutes les sciences sociales, elle est employée à tous les stades de la recherche, elle trouve sa place à tous les niveaux de la recherche ». (GRAWITZ, 1996, p.380).

Ces spécificités donnent à la méthode comparative un aspect de polyvalence dans les recherches où elle est impliquée. Mais cela ne semble pas suffisant pour justifier la pertinence

de son usage dans une recherche scientifique. Il faudra donc déterminer d'autres éléments qui donneraient du crédit à l'usage de cette méthode dans notre recherche.

I.4.1 : Les atouts de la comparaison et sa pertinence dans une recherche scientifique.

Dans toute démarche de recherche scientifique, il est légitime, voire même obligatoire de s'interroger sur la pertinence de la méthode requise pour analyser son sujet. La pertinence du recours à cette méthodologie serait alors une condition sine qua non à la réussite de l'analyse d'un sujet et aussi aux résultats d'une recherche scientifique, au-delà de la cohérence de cette dernière avec l'objet de la recherche. Mais avant de s'interroger sur la pertinence de cette méthode dans le cas de notre travail, nous estimons important de revenir sur les enjeux de cette dernière. En précisant les enjeux impliquant une étude comparative, nous pourrions juger de sa pertinence à servir notre analyse.

Dans son livre consacré à la méthode comparative dans les sciences sociales, VIGOUR souligne l'intérêt de la méthode comparative comme « une approche très féconde, car elle nous aide à mieux comprendre le réel », elle revient également sur les enjeux de la démarche comparative, en les résumant en quatre éléments : « appréhender autrement, décrire, modéliser et expliquer », qu'elle évoque aussi sous une autre formule : « prendre de la distance par rapport à ce qui nous est familier, mieux connaître l'autre, classer et généraliser ». (VIGOUR, 2005, p.97).

En réalité ces différents éléments qui constituent les enjeux de la méthode comparative sont chacun liés à une logique ou à un domaine de réflexion particulier. Appréhender autrement, la prise de distance par rapport au sens commun, est un enjeu d'ordre épistémologique, mettant en place une posture du chercheur en rupture avec les aprioris et les opinions de ses congénères, de sa culture et des méthodes communes avec lesquelles un sujet de recherche est abordé. Selon DURKHEIM: « le chercheur doit s'affranchir de ses sentiments, des préjugés parfois bien ancrés et donc rompre avec le registre de l'opinion ». (DURKHEIM, 1986, p.31).

Décrire pour mieux connaître son sujet et le faire connaître, rentre dans une logique descriptive, car connaître son sujet c'est savoir le décrire. Cet enjeu de la méthode comparative impliquerait des outils d'analyse qui nous permettent de distinguer entre différentes catégories et concepts qui peuvent parfois revêtir un usage confus ou très général.

S'inscrire dans une démarche comparative implique une étape descriptive du phénomène étudié, cela permet de mieux cerner son sujet.

Modéliser ou classer en typologies, est une approche qui répond à une logique explicative. Dans la démarche comparative il est question de typologies de comparaison, de données quantitatives, de présentations de données statistiques, des quantités et de catégories, qui seront mobilisées dans cette démarche. La modélisation nous permet d'expliquer certaines données impliquées dans le phénomène étudié, sans toutefois nous donner une explication générale du phénomène. Elle opère en une sorte de projection, visant à expliquer ou à éluder certaines questions relatives à notre sujet. C'est la synthèse de cet ensemble d'éclairages qui permettra d'aborder la prochaine étape, le prochain enjeu de la comparaison à savoir la généralisation.

Généraliser, est à la fois une étape et une finalité de la méthode comparative. Elle répond à une logique théorique, commune à différentes méthodes de recherche. À partir des différents fragments issus des étapes et enjeux précédemment cités de la démarche comparative, le chercheur va tenter une synthèse des résultats de son analyse. Cette démarche implique un ancrage théorique important, car le chercheur doit puiser dans différentes références théoriques en relation avec son objet de recherche pour qu'il puisse avancer des résultats solides et probants.

L'ensemble de ces éléments et étapes cités, donnent à la méthode comparative son aspect de méthodologie de recherche qui justifie son usage dans le cadre d'une recherche scientifique. Pour notre part, le choix de la méthode comparative résulte d'une articulation entre les différents aspects et caractéristiques qu'offre cette démarche, à savoir, une prise de distance par rapport à ce qui est familier dans les recherches sur les médias, d'une façon générale, et par rapport à la chaîne d'informations qatari Al Jazeera, d'une façon particulière. Car comme nous l'avons souligné, cette dernière a fait l'objet de recherches et d'études souvent critiques, défavorables et négatives. Or dans le cadre de cette recherche nous avons évoqué une volonté de dédramatisation d'Al Jazeera comme un des objectifs de cette dernière.

En effet, cette chaîne d'informations, à laquelle nous nous intéressons, a fait l'objet d'études et d'analyses par le prisme des normes occidentales ; à titre d'exemple : lier les médias aux systèmes politiques, suggérer les effets négatifs supposés de cette chaîne d'informations, insister sur l'aspect « népotique » de ce genre de médias, pour reprendre les termes de TALON.

Les différentes recherches que nous avons précédemment citées, font état de constats marqués par les aprioris. La méthode comparative nous permettra de nous éloigner de ce genre d'analyse et de prendre une certaine distance par rapport à ces aprioris. En confrontant l'exemple d'Al Jazeera à un autre exemple de chaîne d'informations internationale, beaucoup plus conventionnelle dans les standards occidentaux, nous estimons pouvoir rapprocher un objet de recherche d'un terrain qui lui est souvent hostile. Cette démarche permet donc une certaine rupture épistémologique dans la façon de traiter notre sujet de recherche. Il est question ici de rompre avec « le registre de l'opinion » pour reprendre l'expression de DURKHEIM.

SCHULTHEIS, lui évoque la démarche comparative comme « moyen de rupture avec le ça-va-de-soi, des représentations sociales issues d'un contexte sociologique, culturel particulier ». (SCHULTHEIS, 1989, p.221). On pourrait dire, à ce titre, que ça va de soi qu'Al Jazeera n'est pas une chaîne indépendante, et qu'elle est néfaste, car elle émane d'un état non démocratique !

La démarche comparative nous permettra, au-delà d'une prise de distance avec l'objet étudié, d'éviter l'analyse ethnocentrique, une précaution à prendre dans toute étude comparative, notamment dans une comparaison internationale entre un modèle étranger et un modèle local auquel nous appartenons. À ce titre VIGOUR souligne que : « le comparatiste doit éviter au maximum de projeter ses attentes, de considérer comme point de référence les catégories de pensée propres à son éducation et à sa culture ». (VIGOUR, 2005, p.103). Le choix de la méthode comparative s'est alors imposé à nous afin d'éviter tous risques d'analyse ethnocentrique concernant nos deux cas de comparaison.

Cette approche transnationale, cette comparaison croisée, sont des éléments fondamentaux pour la compréhension de notre sujet en les situant dans une dynamique plus vaste que celle du national autocentré.

La démarche comparative nous apporte également un aspect explicatif dans une logique descriptive, qui nous servira à mieux connaître l'autre. Dans notre cas, l'analyse des deux chaînes d'informations nous livre des éléments qui dépassent nos deux objets de recherche en tant qu'entreprises ou acteurs médiatiques. En effet, le fait de situer les chaînes d'informations dans le contexte de leur émergence, les enjeux de leur création et le rôle qu'elles sont supposées jouer, nous permet d'englober un certain nombre d'informations relatives au deux pays dont elles émanent. Les informations sont notamment relatives à leur culture, à leur

façon de se positionner sur la scène mondiale des médias, mais aussi en termes géopolitiques.

Ces informations, constituent pour nous un savoir important, que nous pouvons mobiliser dans notre analyse, le fait d'expliquer la corrélation entre plusieurs éléments au sein d'un même phénomène permet de mieux connaître et de mieux cerner notre objet de recherche. Cet exercice passe par la description, à ce titre la démarche comparative est aussi descriptive.

Si la description est un atout permis par la démarche comparative, cette étape à elle seule ne suffit pas pour aboutir à une analyse pertinente, c'est pour cela qu'une autre démarche vient enrichir cette étude comparative. Il s'agit de la classification et l'ordonnement des données. La classification dans le cas de cette recherche passe par la désignation des catégories comparatives que nous pouvons aussi appeler unités de comparaison. En dégagant des catégories comparatives sur les deux cas de recherche, nous choisissons de focaliser notre analyse sur ces dernières. Dans ce sens, VIGOUR souligne que : « comparer, c'est aussi, étymologiquement, mettre ensemble des objets semblables. Plus ou moins explicitement, en distinguant le même du différent, la comparaison tend à opérer un classement des phénomènes observés ». (VIGOUR, 2005, p.107). De son côté SATORI estime que « classer, c'est ordonner un univers donné en classes qui sont mutuellement exclusives et collectivement exhaustives ». (SATORI, 1994, p.22). Cela permettra donc de désigner clairement ce que nous soumettons à la comparaison, les différentes catégories sur lesquelles l'analyse va s'étayer, cela passe également par la constitution de typologies.

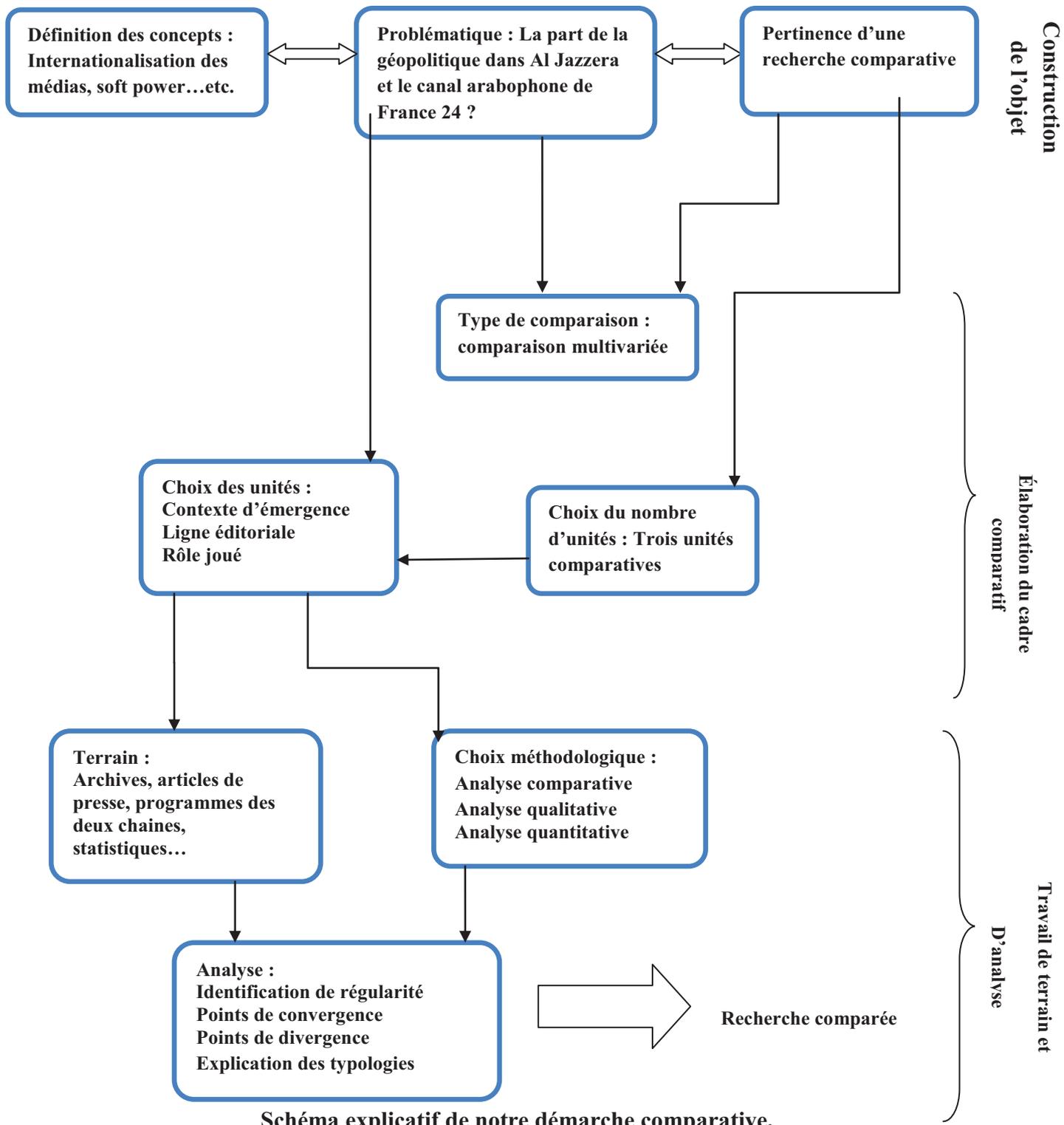
La constitution des typologies comparatives permet ici de mieux simplifier et de décomposer l'objet de cette recherche, elle nous permet également de mettre en exergue les principales tendances d'un cas à l'autre. Concrètement notre analyse comparative est une analyse croisée, qui s'articule autour de deux cas d'analyse, la chaîne d'informations Al Jazeera et le canal arabophone de France 24. Dans ces deux cas, se dégagent trois catégories de comparaison dites unités ou typologies de comparaison. Ces trois typologies comparatives sont : le contexte dans lequel les deux chaînes émergent, (contexte médiatique, géopolitique et technique), le modèle éditorial des deux chaînes d'informations, et le rôle de chacune d'elle dans l'espace public global et dans l'espace public arabe. Cette démarche nous permet de constituer une grille d'analyse, qui à notre sens, répondrait à l'ensemble de nos questionnements du départ. Nous reviendrons un peu plus loin sur ces typologies et sur leur analyse. Le dernier atout que porte la démarche comparative, est celui de la généralisation qui consiste, à travers la classification des catégories de comparaison, à arriver à une sorte de conclusion générale, d'une théorie concernant les deux cas comparés. À travers l'analyse des

typologies comparatives que nous avons préalablement dégagées, nous parviendrons à dire si une affirmation peut se généraliser sur l'un des deux cas comparés, voire sur les deux. Par exemple, dans cette recherche qui s'intéresse à deux chaînes d'informations internationales et à la part éventuelle géopolitique, diplomatique dans ces deux dernières, nous pouvons dire si oui ou non les chaînes d'informations internationales comparées, ont une visée géopolitique ou non. Dans le cas d'une réponse positive nous pourrions alors détailler dans quelle mesure cela est rendu possible, et à quel degré cet aspect s'intègre dans les deux cas étudiés.

Cette démarche permet alors de vérifier la validité ou non de nos hypothèses. À ce propos PRZEWORSKI cité par VIGOUR, souligne : « qu'il y a un consensus sur le fait que la recherche comparative ne consiste pas à comparer mais à expliquer, l'objectif de la recherche transnationale est de comprendre ». Comprendre, ici, veut dire aboutir à un résultat, à une généralisation de « mettre en évidence des régularités afin de développer une théorie plus générale », selon VIGOUR, (p.123). En ayant recours à la comparaison, notre objectif est de tester la pertinence de nos hypothèses et leur véracité. C'est cette spécificité qui donne à cette démarche un aspect de substitut à l'expérimentation de l'avis de certains spécialistes notamment DURKHEIM et SATORI. Après avoir formulé des hypothèses et les avoir testé, nous allons pouvoir conclure à des généralisations. Pour TEUNE, « la recherche en sciences sociales, y compris l'enquête comparative, doit et peut conduire à des énoncés généraux ». (VIGOUR, p.129).

Après avoir exposé les apports de la démarche comparative et sa pertinence dans cette recherche, nous pouvons nous consacrer à l'analyse des typologies comparatives que nous avons dégagées. Cette étape permettra de déterminer ce qui est commun et ce qui différencie les deux cas soumis à la comparaison et de conclure à des résultats probants concernant notre recherche. Le schéma qui va suivre permet de récapituler l'ensemble de cette démarche comparative en établissant le lien entre ces différentes étapes qui la compose, ce schéma est réalisé à partir des éléments constituant les étapes de la démarche comparative telles que rapportées par VIGOUR. Le schéma se décompose en trois étapes : la première est la constitution de l'objet de recherche qui comporte trois éléments, la définition des concepts, la présentation de la problématique et enfin la pertinence d'une comparaison. La deuxième étape est l'élaboration du cadre comparatif qui comporte trois éléments : la définition du type de la comparaison choisie, le choix du nombre d'unités de comparaison et la définition de ces unités. La dernière étape est celle du travail d'analyse, qui est constitué de trois éléments, le

terrain d'analyse et ses constituants, le choix des méthodologies d'analyse et enfin la présentation des résultats de l'analyse. Le schéma explique la relation entre ces différentes étapes, à noter que certaines d'elles sont interdépendantes, dans le mesure où elles découlent de celles qui les précèdent et influencent sur celles qui les suivent.



I.5 : Le principe de comparabilité des cas.

Dans le cadre de notre démarche comparative, nous devons répondre à un élément important dans toute démarche comparative, à savoir le principe de comparabilité des cas. Il s'agit ici d'éviter ce que Giovanni SATORI appelle : « d'éviter la démarche du chat-chien ». (SATORI, p.19), qui consiste à établir une comparaison entre deux objets incomparables de tous points de vue. Nous notons également que la démarche inverse, celle de comparer des objets identiques, pose à peu près le même problème, à savoir qu'elle serait sans intérêt. Nous suivrons donc la proposition de SATORI et MORLINO (1991), qui considèrent que « l'important est de retenir que comparer, c'est à la fois assimiler et différencier par rapport à un critère ». Nous constatons que le choix des critères de comparaison est lié à la variable dépendante, c'est-à-dire au phénomène que nous proposons d'expliquer. Dans le cas de cette recherche il s'agit de la part de la géopolitique et de la diplomatie dans les deux chaînes d'informations internationales, qui est lié aux critères de comparaison entre Al Jazeera et le canal arabophone de France 24 et la question est de savoir ce que l'on va comparer. Nous pourrions dégager dans cette interrogation, ce qu'on peut appeler les indicateurs quantitatifs et qualitatifs relatifs à nos typologies comparatives.

Faut-il alors opter pour des indicateurs quantitatifs ou qualitatifs ? Comment mesurer de manière comparable le poids et le rôle des deux chaînes d'informations dans le contexte international ? Faut-il se contenter par exemple des mesures d'audience, et du nombre de téléspectateurs potentiels de chacune des chaînes et de leur budget ? Peut-on se limiter à des données statistiques ou doit-on s'intéresser aux données qualitatives, à savoir la nature du public des deux chaînes et ses appartenances socioculturelles, l'historique des deux chaînes et leur organisation au sein du paysage médiatique régional et international, leurs contenus et orientations éditoriales ?

L'ensemble de ces questions démontrent combien la construction d'une grille de lecture commune entre Al Jazeera et le canal Arabophone de France 24 suppose au préalable un bon choix commun d'indicateurs et de critères de comparaison.

À ce titre SATORI insiste sur la propriété ou la caractéristique sur laquelle on se base pour notre comparaison, dans laquelle on doit relever dans un premier temps les points communs et les différences en fonction d'un critère de comparaison défini au préalable et qui va orienter notre analyse. Il ajoute que « la manque de rigueur dans l'utilisation des concepts est

responsable de la fabrication des chats-chiens, des catégories de pensée non scientifiques ». (SATORI, p.19), ainsi l'auteur définit certaines règles à respecter pour éviter cela, ces éléments sont notamment abordés par Cécile VIGOUR.

Dans son livre VIGOUR reprend les éléments, qui selon SATORI peuvent nous induire en erreur face à la démarche comparative, à savoir : « le localisme, la mauvaise classification, le gradualisme et l'élasticité conceptuelle ». (VIGOUR, p.142).

Nous allons donc reprendre ces éléments de mise en garde et les confronter à notre cas de recherche afin de savoir si ce dernier ne risque pas de tomber dans une impasse comparative.

Le localisme évoqué par SATORI, s'apparente à une multiplication des concepts utilisés ou même des sens donnés à un même concept, car un même concept pourrait avoir plusieurs acceptations en fonction des pays, des chercheurs et des points de vue exprimés. Cela revient à éviter les amalgames entre des concepts et notions qui peuvent être confondus ou utilisés indifféremment sans se référer à leur étymologie, mais aussi à la façon dont on les utilise pour qualifier un tel ou tel phénomène. À titre d'exemple, dans cette recherche sont évoqués deux concepts auxquels nous nous sommes intéressés, à savoir la globalisation et l'internationalisation des médias, où nous avons relevé les nuances quant à leurs utilisations, pour enfin statuer sur l'usage du terme internationalisation, car selon nous c'est celui qui répond le mieux à l'état des médias et des chaînes d'informations internationales.

De la même façon, nous étions confronté à d'autres concepts qui peuvent qualifier un même phénomène, mais qui diffèrent au grès des cultures et des positionnements. Sont notamment évoqué en ce sens les termes de « soft power », hégémonie, contre-hégémonie et impérialisme, dont l'usage peut être confondu. Par exemple le « soft power » comme alternative au « hard power » ou comme complémentaire à ce dernier, l'hégémonie médiatique dans le cas Etasunien, la contre-hégémonie des pays du Sud et Arabes, l'impérialisme, terme très plébiscité dans les années 90 du siècle dernier pour qualifier en réalité une sorte d'hégémonie occidentale sur le système mondiale d'informations. Ces différents concepts sont en effet parfois utilisés indifféremment pour qualifier un même système, un même phénomène, mais l'angle de vue et la finalité de chaque chercheur sont les éléments qui expliquent les choix opérés.

C'est pour cela, que dans notre approche comparative, nous avons attaché une grande importance au choix de ces concepts, à leur différenciation afin d'éviter le piège du localisme à l'origine d'erreur de jugement quant à la comparabilité de deux cas sur un même critère.

La mauvaise classification quant à elle, est un autre élément à éviter dans une démarche comparative, car elle compromet le principe de comparabilité des cas étudiés. Elle se rapproche un peu du principe de localisme, sauf que cette dernière ne concerne pas les concepts qui rentrent dans la démarche, mais plutôt les classes et les catégories ou la catégorie de base sur laquelle nous construisons notre comparaison. C'est le choix du critère de base qui relie les deux cas de la comparaison dont il est question ici. Ce critère pourrait être impertinent dans la mesure où l'un des cas étudiés ne rentre pas dans cette classe ou catégorie.

Dans le cas de cette recherche, il est question de chaînes d'informations internationales et arabophones, nous avons donc pris soin d'élaborer la classification la plus précise de la catégorie à laquelle appartiennent nos cas de comparaison. Nous avons certes évoqué l'internationalisation des médias et son effet sur la création des chaînes d'informations internationales à travers le monde, mais nous avons surtout insisté sur le critère linguistique qui rapproche les cas des chaînes étudiées, car cette précision permet plus tard de développer des unités de comparaison qui sont cohérentes avec ce choix. Il s'agit plus précisément de l'unité de comparaison relative au rôle des deux chaînes d'informations dans l'espace public arabe, le critère linguistique ici juge de la pertinence du choix et en conséquence de la démarche, car sans ce critère nous pourrions pas intégrer les deux chaînes dans la même catégorie.

Le gradualisme est un autre piège dans la fabrication de « chat-chien » expliqué par SATORI, comme étant la tendance du chercheur à traiter et de penser un phénomène ou un sujet comme un continuum, quelque chose d'évolutif qui passe d'un état à l'autre, une sorte de mutation continue et non un traitement dichotomique du phénomène. Cela ne permet pas selon lui d'isoler le cas, ou les cas comparés, la logique du continuum entraverait ici un traitement ciblé et précis d'un problème dans un contexte donné.

Nous estimons que cet élément s'apparente à une sorte de rupture épistémologique, que nous évoquerons plus loin lors du traitement des enjeux de la démarche comparative. Cependant ce que SATORI définit ici comme un piège compromettant la fiabilité de la comparabilité des cas, peut au contraire s'avérer dans certaines études un atout, voire même une obligation pour pouvoir cerner un sujet, un phénomène est son évolution dans le temps surtout dans le cas d'une comparaison chronologique. Il se peut que cette logique chronologique ait pu échapper à l'auteur qui s'est focalisé d'avantage dans son analyse sur le gradualisme des concepts.

Pour ce qui concerne notre sujet de comparaison, l'exemple de l'internationalisation des médias qui est l'élément de jonction entre les deux cas de comparaison, nous avons pris le soin d'éviter un gradualisme conceptuel. Notamment en veillant à dissocier ce concept d'autres formes évolutives de ce dernier, qui pourraient constituer un certain continuum et une évolution du concept en fonction des analyses et des interprétations qui s'y attachent. Mais dans l'explication du cheminement et de la mutation des médias et des chaînes d'informations internationales vers l'internationalisation, ce gradualisme est présent dans l'analyse permettant ainsi d'insister sur la logique de la mutation vers l'internationalisation observée dans l'évolution des médias, surtout des chaînes internationales d'informations.

Le dernier piège qui pourrait remettre en cause la comparabilité des deux cas, réside dans ce que SATORI définit comme « l'élasticité conceptuelle », cette dernière serait une sorte de souplesse dans la définition d'un concept, ou même dans le choix de ce dernier. À ce titre certains concepts présentent par définition une forme d'élasticité qui rend leur usage très général leurs donnant un sens dilué qui pourrait convenir à plusieurs cas et phénomènes.

Par exemple, le concept de globalisation que nous avons précédemment traité, revêt selon nous cette forme d'élasticité conceptuelle, car il comprend différentes acceptations et son usage profane et même parfois savant reste relativement approximatif. C'est pour cela que dans cette recherche nous lui avons préféré le concept d'internationalisation, qui selon nous est plus apte à qualifier la situation et le contexte des deux chaînes d'informations objet de notre recherche, mais aussi car ce dernier est moins élastique. Cependant le point de vue de SATORI sur la question de l'élasticité des concepts ne fait pas l'unanimité, car certains spécialistes à l'exemple de PRZEWORSKI et TEUNE plaident pour « des énoncés généraux ». (VIGOUR, p.146), permettant une certaine souplesse en opposition à l'impossibilité de dissocier un concept de son contexte défendu par SATORI.

I.6: Le choix des cas de la comparaison : pourquoi comparer Al Jazeera et le canal arabophone de France 24 ?

Avant de nous projeter dans l'analyse des typologies de comparaison que nous avons choisies en fonction de notre problématique de départ, ainsi que de nos hypothèses. Nous devons argumenter notre choix comparatif, à savoir le choix de nos unités de comparaison et les raisons qui nous ont poussées à cette démarche.

Richard ROSE (1991), cité par VIGOUR revient sur cette étape importante dans une démarche comparative, il souligne, que : « en entreprenant une analyse comparative systématique, un chercheur doit faire deux choix, l'un concernant les pays devant être analysés et l'autre portant sur les concepts à comparer ». (VIGOUR, p.135). Le terme de pays ici évoqué par l'auteur, peut renvoyer soit au terrain de la recherche, mais aussi aux cas concernés par cette dernière, quant aux concepts c'est les typologies de comparaison, les éléments en commun sur lesquels va se baser notre analyse.

Au-delà de la justification du choix des deux cas de notre comparaison, il s'agit ici de répondre à un impératif méthodologique concernant la pertinence de ce choix. Dans son livre consacré à la comparaison, VIGOUR s'interroge comment sélectionner précisément les unités à comparer ? À cette question elle répond par souligner deux critères qui selon elle, régissent ce choix à la base, il s'agit du « choix intuitif et pragmatique » ou bien « un choix reposant sur une stratégie comparative ». Elle ajoute que « le choix des cas à comparer se fait souvent de manière intuitive et pragmatique tout en restant pertinent au regard notamment de la problématique de recherche ». (VIGOUR, p.157).

Ces deux éléments, ici présentés par l'auteure constituent en réalité deux procédures complémentaires différentes qui ne sont pas forcément combinables au sein d'une même étude. Même le choix intuitif et pragmatique peut être considéré comme deux procédures différentes. En effet le choix intuitif et pragmatique exposé par VIGOUR comme étant un même et seul, s'apparentent à un choix par affinité, notamment dans le choix de l'aire géographique concernée par la recherche, par exemple la connaissance d'une langue dans le cas d'une recherche impliquant un corpus linguistique particulier, ou encore orienté son choix en fonction des impératifs relatifs à son environnement de travail, équipe de recherche ou politique de recherche. Mais en réalité les deux aspects pragmatique et intuitif peuvent être dissociés, car ce qui est un choix intuitif pour un chercheur n'est pas forcément pragmatique, ou vis-vers-ça. Le choix intuitif serait à ce titre d'avantage plus personnel et subjectif que le

choix pragmatique qui lui mesure les avantages du choix d'un sujet par rapport à une norme donnée, par rapport à un système beaucoup plus important qui dépasse le soi.

Le deuxième élément d'orientation pour le choix des cas de la comparaison présenté par VIGOUR repose sur un choix comparatif stratégique, l'auteure nous expose deux cas de figure concernant cet élément. Il passerait soit par une comparaison dite de systèmes très similaires ou de systèmes très différents. Dans les deux cas de figure, la mission du chercheur sera différente, dans le cas de deux systèmes très similaires, nous étudions deux cas assez proches, mais qui divergent quant à un facteur sur lequel nous allons focaliser notre analyse. Cette démarche permet de faire abstraction sur les points communs pourtant nombreux pour amplifier un point de divergence de façons à le rendre comme une variable explicative autour de laquelle se construit la démarche comparative. Dans le deuxième système par contre, c'est l'inverse, il s'agit de faire abstraction sur les nombreuses différences entre les deux cas pourtant évidentes, pour se focaliser sur un point commun qui serait le levier principal de l'analyse comparative.

Dans notre cas de recherche, où nous avons choisi de comparer entre deux chaînes d'informations internationales et arabophones, si nous nous référons aux arguments exposés par VIGOUR, notre choix de ces deux cas de comparaison pourrait avoir un aspect intuitif, car il implique une certaine connaissance du terrain notamment de l'espace public arabe. Au niveau linguistique, notre choix pourrait aussi être qualifié d'intuitif même si ce n'est pas un élément décisif dans ce dernier.

Sur le plan pragmatique, nous nous sommes orienté vers ce choix, car nous avons -et notamment par le passé- consacré un travail de recherche à l'un des cas de ma comparaison, il s'agit du canal arabophone de France 24, c'est surtout suite à ce travail que l'idée d'une comparaison avec un autre acteur médiatique du même genre a germé dans notre esprit.

Cependant, notre choix pragmatique ici n'est pas synonyme de facilité, du fait que dans nos précédents travaux nous avons consacré une recherche à l'étude de la représentation du monde arabe par le canal arabophone de France 24, puis une autre consacrés à la part de la géopolitique dans ce même canal. Notre choix de comparaison avec Al Jazeera résulte alors d'un processus logique et scientifique qui permet d'explorer et d'exploiter d'avantage nos précédents résultats en confrontant un cas déjà étudié à un autre.

Pour ce qui est du dénominateur commun entre nos deux cas de comparaison, nous pouvons évoquer deux points essentiels : en premier celui de l'appartenance des deux chaînes

d'informations à ce que nous avons précédemment désigné comme chaînes d'informations internationales et arabophones, une catégorie précise donc dans le paysage médiatique mondial. Le deuxième point est l'espace public arabe, ou l'espace médiatique arabe, comme étant une zone géographiquement et linguistiquement déterminée et qui nous sert de terrain sur lequel les enjeux des deux chaînes s'expriment.

Contrairement à ce qui a été avancé par VIGOUR, sur une possibilité de complémentarité entre un choix intuitif pragmatique et un choix reposant sur une stratégie comparative, qu'elle a argumenté en citant le travail de David LAITIN. Dans cette recherche, une combinaison entre les deux stratégies ne serait pas pertinente, car dans notre démarche, l'objectif n'est pas d'amplifier un point commun entre deux cas comparatifs très différents, ni d'amplifier une différence entre deux cas de comparaison très similaires. En effet notre objectif ici est de déterminer tous les points de convergence et de divergence entre les deux cas comparés, afin de vérifier la présence d'une part géopolitique et diplomatique dans les deux chaînes d'informations étudiées.

Pour cela nous nous basons sur trois éléments importants qui seront nos trois typologies de comparaison, que nous allons développer dans la dernière partie de ce travail, consacré à l'analyse des typologies comparatives. Ces trois typologies dont il sera question sont: le contexte d'émergence de chaque chaîne, la ligne éditoriale des deux chaînes, est le rôle de chacune d'elles au sein de l'espace public arabe. Trois typologies qui vont nous permettre d'analyser la part de la géopolitique dans les deux cas étudiés et conduire à résultats escomptés par cette étude. C'est ainsi que s'achève cette partie consacrée à la justification des choix méthodologiques que nous avons opérés pour cette recherche. Dans cette partie nous sommes revenus sur les apports de la démarche comparative dans ce travail et sur les forces de cette dernière, nous avons également exposé différents points de vue des spécialistes qui se sont penchés sur la méthode comparative dans la recherche scientifique.

Avant d'arriver à la partie analytique de ce travail, un retour sur les principales ressources dans la littérature scientifique en relation avec notre sujet est obligatoire, ainsi la partie qui va suivre est consacrée à l'état de l'art concernant le sujet de notre recherche, dans la discipline des SIC dans laquelle s'inscrit cette dernière.

II : L'état de l'art dans les sciences de l'information et de la communication.

II.1 : Les sciences de l'information et de la communication et les médias.

Les études et les recherches sur les médias d'une façon générale et sur la télévision en particulier ne peuvent être dissociées des sciences de l'information et de la communication. Les premières théories qui ont posé les jalons de ce qui deviendra par la suite une discipline scientifique à part entière, se sont intéressées de près à la télévision. D'abord cette dernière était pensée comme un phénomène social suscitant l'engouement populaire, la télévision comme invention intrigante et magique, puis comme média de masse, source de divertissement. Ensuite vient l'aire de la télévision comme entreprise à part entière, une entreprise de production de contenus divers, (informations, divertissement, support publicitaire...etc.). Enfin, pour finir vient la conception de la télévision comme une ouverture sur le monde à l'ère du village global et l'usage de cette dernière comme une sorte de « soft power », un moyen d'influence hégémonique comme les chaînes d'informations internationales. C'est cette dimension qui nous intéresse le plus dans notre travail.

L'intérêt porté à la télévision a évolué en fonction des évolutions socioculturelles et techniques, mais aussi au grès des mutations du paysage médiatique global. Dans le domaine des recherches en sciences sociales nous retrouvons toujours dans les principales théories sociologiques dont découlent les théories sur les médias (media studies), un volet consacré à la télévision. L'intérêt et l'analyse de la télévision a évolué au fil du temps, d'abord, elle fut appréhendée comme objet mystique exerçant une influence forte sur le public, qui lui reste passif devant les contenus et les effets de la télévision (théorie des effets directs) « piqûre hypodermique » (Harold LASSWELL 1927). Puis la télévision a été perçue comme médium (intermédiaire), un lieu de cristallisation des opinions qui se transmettent des acteurs politiques aux leaders d'opinions et de ces derniers au reste de la population (two-step flow theory) (LAZARFELD et KATZ 1955) ou la communication à doubles étages. Ensuite vient la conception de la télévision comme objet de consommation, face à un consommateur sélectif, qui utiliserait la télévision comme produit de consommation, et qui sélectionne parmi un choix de programmes et de contenus ce qui comblerait ses besoins (théorie des usages et gratifications) ou dite de l'audience active (BLUMER et BROWN 1972). Dans ce même volet s'intéressant aux effets de la télévision, on trouve également la théorie de « l'agenda setting » (Mc COMBS et SHAW 1977).

Ce postulat perçoit certains programmes et contenus de la télévision comme organisateurs d'agenda. En choisissant les informations, les idées dans un ordre de priorité et d'importance donnée, à certains événements et à certains sujets, cette même hiérarchisation se mettra par extension en place dans l'esprit du public. La télévision aura donc joué un rôle d'organisateur d'agenda et de priorités en termes d'informations auprès du public.

Ensuite s'enchaînent d'autres études qui viennent enrichir le domaine scientifique avec de nouvelles notions relatives aux médias et à la télévision. Nous passons des effets de la télévision à d'autres thématiques, à l'exemple du fonctionnement de la machine médiatique et télévisuelle, en s'intéressant de plus près à des genres spécifiques de la télévision comme le journal télévisé, le divertissement ou encore plus récemment la télé-réalité.

La théorie du « gate keeper », développée par (Kurt LEWIN, 1943), s'intéresse beaucoup plus au système de gestion, de contrôle et du pouvoir au sein des entreprises de télévisions. Elle s'intéresse notamment aux personnes qui joueraient ce rôle de contrôleurs, de censeurs, de gardien de la porte et du temple, celui qui décide ce qui pourrait être dit ou non, ce qui pourrait être considéré comme information ou non.

Ces évolutions ont abouti plus tard à des cloisonnements disciplinaires bien marqués autant sur le plan théorique que sur le plan méthodologique (études de réception, analyse du discours, analyse de contenus, analyse des représentations médiatiques, ...etc.).

Cet enchevêtrement entre médias et sciences sociales ne cesse de croître et l'avènement des sciences de l'information et de la communication comme discipline, à cheval entre la sociologie et les sciences du langage, a permis de donner aux études relatives aux médias un champ disciplinaire consacré. C'est à partir de ce moment qu'on commence à concevoir les études sur les médias comme appartenant aux champs des SIC, auparavant assimilées aux sciences sociales beaucoup plus à la sociologie.

Cet ensemble de théories que nous venons de citer est un échantillon assez représentatif de l'évolution des recherches scientifiques consacrées aux médias d'une façon générale et à la télévision d'une façon particulière. Ce cumul de savoir et ces références constituent le socle commun à toutes les recherches et études consacrées aux médias et à la télévision.

Notre travail en conséquence ne peut être dissocié des sciences de l'information et de communication, de par le sujet qu'il propose de traiter mais aussi de la méthodologie que nous suggérons de suivre et les références théoriques sur lesquelles nous nous appuyons.

II.2 : Internationalisation et globalisation.

Selon Tristan MATTELART, pendant les années 80 et 90 du siècle dernier les chercheurs ont opposé la globalisation à la régionalisation (localisation). Ce point de vue repose sur deux phénomènes, l'avènement de nouveaux supports de diffusion et d'autres dispositifs techniques qui accélèrent les logiques d'internationalisation. Il évoque un autre élément, le phénomène des « méga fusion » entre groupes de médias et de communication. Ces deux phénomènes ont instauré une nouvelle logique d'internationalisation qui s'apparente plus au système managérial définissant le monde comme un grand marché unique, face au régional (local). Dans ce sens, ce serait donc la dynamique économique qui s'étend aux médias pour imposer un nouveau modèle, celui de l'internationalisation.

II.2.1 : L'internationalisation.

Le dictionnaire de la langue française définit l'internationalisation comme « Fait de rendre quelque chose internationale, dans une situation où plusieurs pays différents sont engagés » (Dictionnaire Hachette, 2004, p.829).

Sur le site de l'encyclopédie en ligne toupie.org l'internationalisation est définie comme « venant étymologiquement du latin inter, entre, parmi, avec un sens de réciprocité et de nation, naissance, extraction, dérivant de natus, né »¹.

L'internationalisation est l'action d'internationaliser ainsi que le résultat de cette action. Le verbe "internationaliser" signifie rendre international, faire en sorte que plusieurs nations ou toutes les nations soient concernées, on peut citer à titre d'exemple l'internationalisation d'un conflit.

L'internationalisation peut s'appliquer aux échanges de diverses natures entre les nations, économiques, politiques, culturels. Les relations qui en résultent peuvent prendre différentes formes : pacifiques, conflictuelles, de complémentarité ou de concurrence. L'internationalisation désigne aussi le régime d'administration d'un territoire par une autorité

¹ En ligne : http://www.toupie.org/Divers/recherche_resultat.php?mot=internationalisation, consulté le 10/05/2015.



internationale. Ce fut le cas, par exemple, de Dantzig (Gdansk) en Pologne placée directement sous le contrôle de la Société des Nations entre 1920 et 1939.

En économie, l'internationalisation est une stratégie de développement d'une entreprise au-delà de son marché national d'origine. Elle peut se manifester par l'implantation d'unités de production dans d'autres pays ou la conquête de plusieurs marchés nationaux.

II.2.2 : La globalisation.

Selon le dictionnaire de la langue française la globalisation vient de l'anglais « globalization » est issu du latin « globus », globe, sphère, boule. Globaliser signifie réunir plusieurs éléments distincts en un tout homogène ou les présenter de manière globale. Selon l'encyclopédie collaborative en ligne « Wikipédia » : La globalisation est le fait de globaliser, c'est-à-dire de percevoir, de concevoir quelque chose comme un tout. Au sens économique, la globalisation est le processus d'internationalisation des transactions industrielles, commerciales, financières. Il est lié à la libéralisation des échanges et à leur intensification. Phénomène d'intégration économique, la globalisation contribue à rendre les pays interdépendants, notamment à cause de la libre circulation des biens et des services, des capitaux, des hommes, des idées et de la technologie. La globalisation économique se traduit par un effacement progressif des frontières nationales et par un accroissement :

- des échanges de biens et de services.
- des mouvements de capitaux.
- du rôle des entreprises multinationales.
- des migrations internationales.

La globalisation industrielle est la tendance qu'ont les entreprises multinationales à élaborer leurs stratégies à l'échelle du monde. La globalisation commerciale est le développement des échanges commerciaux au sein d'un marché mondial. La globalisation financière se manifeste par la mise en place d'un marché unifié de l'argent au niveau de la planète et une augmentation des mouvements de capitaux. La globalisation peut concerner d'autres domaines que l'économie, comme l'environnement, la politique, la culture, les questions sociales. Le terme de globalisation a un sens proche de celui de "mondialisation" sans toutefois avoir la nuance de supranationalité qu'à ce dernier. Leur sens varie cependant selon le point de vue des auteurs.

Certains voient dans le terme globalisation la simple transposition du terme anglais en français, globalisation étant synonyme de mondialisation. D'autres voient une différence de nature entre les deux termes et considèrent la globalisation comme une étape après la mondialisation, qui la dépasserait et consisterait en une dissolution des identités nationales et l'abolition des frontières au sein des réseaux d'échange mondiaux.

II.2.3 : Internationalisation, globalisation deux concepts à différencier.

Nous avons jugé judicieux de lever la nuance entre les deux notions de globalisation et d'internationalisation. En effet ces deux concepts sont souvent utilisés indifféremment, parfois pour désigner la même chose et pour qualifier un même phénomène. Nous abordons ici cette approche de différenciation entre les deux notions au début d'un point de vue économique. En effet l'économiste française Jacques MISTRAL (2008), considère dans un article intitulé : « De l'internationalisation à la globalisation : quels succès, quels défis ? », que la globalisation est une sorte de post-internationalisation. Il définit l'internationalisation comme le développement accéléré du commerce et des investissements directs, principalement entre pays industrialisés, sous l'impulsion des firmes multinationales. Il souligne ensuite que : « ce n'est que dans la décennie des années 80 que l'on a retrouvé un degré (d'internationalisation) aussi élevé qu'au début du siècle. Autant dire que cela remonte à la nuit des temps, car nous sommes depuis entrés dans l'ère de la globalisation ». (MISTRAL, 2008, p.06, 07).

Dans la même perspective de lever toute suspicion quant à l'usage des deux concepts de globalisation et d'internationalisation, l'économiste américain Herman DALY oppose les deux notions dans un article intitulé « globalization versus internationalization ». DALY, 1999, p.31). Il nous explique que les deux concepts divergent dans leur mode de fonctionnement. L'internationalisation, selon lui, fait référence à la croissance importante des échanges internationaux, en matière de commerce, des traités et des alliances sur tous les plans entre les différents pays. La globalisation, quant à elle, fait référence à l'économie d'intégration, la conception d'un modèle commun et unique à vocation globale, qui se base sur le libre-échange et la libre circulation des capitaux et des hommes. Ces définitions nous laissent clairement déduire que l'internationalisation serait une sorte d'interaction, d'échange et de coexistence de différentes économies alors que la globalisation serait une sorte de

pensée unique qui contraint les différentes économies à converger vers un seul et unique modèle. Ce qui s'apparente au modèle du « one best way » de Friedrich TAYLOR (1880).

Mais c'est dans une autre définition des deux concepts que nous avons trouvé ce qui nous permettrait d'intégrer une de ces deux notions dans cette recherche et qui nous a inspiré pour faire un choix entre les deux. En effet dans son article intitulé « globalisation, internationalisation, mondialisation, des concepts à clarifier », Gérard-François DUMONT, nous expose la différence entre ces concepts. Il souligne que la globalisation est le fruit de décisions politiques. Elle résulte d'un ensemble de décisions prises à l'échelon mondial, mais aussi aux niveaux régionaux, nationaux et locaux. L'internationalisation, quant à elle, est : « l'utilisation d'un ensemble de techniques et de procédés réduisant l'espace-temps, des échanges de ressources, de biens et des services entre les territoires de la planète ». (DUMONT, 2001). Nous remarquons que dans cette définition l'auteur intègre un élément important qui est celui de l'espace-temps.

Si nous quittons le champ de l'économie pour aller vers celui des SIC et des médias, nous serons en légitimité de nous nous questionner sur l'intégration des notions de globalisation et d'internationalisation dans les médias. Alors pourrions-nous parler de globalisation des médias ou plutôt d'internationalisation des médias ? Est-ce que l'intégration de l'un de ces deux concepts serait légitime ? À la suite des différentes définitions évoquées, nous avons clairement choisi d'utiliser dans cette recherche la notion « d'internationalisation des médias » plutôt que celle de « globalisation des médias ». Notre choix est justifié et surtout conforté par la réflexion de G.F DUMONT, car quand on parle des chaînes d'informations internationales, on est face à un système qui s'apparente beaucoup plus à l'interaction, à l'échange dans la diversité, plutôt qu'à la pensée unique et à l'homogénéité. Il s'agit certes d'un traitement d'une même actualité internationale mais avec des choix éditoriaux différents et des positionnements divers. Cependant un aspect de globalisation pourrait être attribué aux chaînes d'informations internationales, celui du modèle technique et économique.

II.2.4 : La globalisation et les SHS.

Dans un ouvrage collectif, intitulé « le tournant global des sciences sociales », Alain CAILLÉ et Stéphane DUFOIX soulignent que les termes « globalisation et mondialisation, sont devenus depuis une vingtaine d'années des éléments clés du lexique politique, économique, ainsi que du vocabulaire des sciences humaines et sociales ». CAILLÉ et DUFOIX, 2013, p.15). À partir de ce passage nous constatons également que les sciences de l'information et de la communication ne sont pas en reste de ce tournant global. Selon DUFOIX, c'est la période de l'après Seconde Guerre mondiale qui a porté ce nouvel intérêt au monde dans le sens de la mondialisation, puis au cours des années 80, le terme anglais « globalization » se diffuse massivement à partir du monde de la finance.

Si la globalisation a connu une évolution au fil du temps, son usage et le contexte dans lequel on l'évoque reste vaste. Les auteurs soulignent que l'usage de l'adjectif « global » ou du substantif « globalité », notamment par les historiens, a le sens de « total ». Ils s'appuient sur l'exemple des travaux de BRAUDEL. Ce constat serait aussi partagé par Michel FOUCAULT lorsqu'il oppose, dans « l'Archéologie du savoir » (1969, p. 18-19), le projet d'une histoire globale qui entend « restituer la forme d'ensemble d'une civilisation » en postulant une histoire identique pour tous les domaines de la réalité, à celui d'une histoire nouvelle, générale, qui prend en charge les relations. Les auteurs évoquent aussi les travaux de Jan AART SCHOLTE (2005), mais dans le cas de ce dernier, il s'agit d'une lecture isolée de ses travaux qui est exposée dans cet ouvrage, ce que nous allons traiter plus tard.

Dans cet ouvrage les auteurs tentent de mettre en place une sorte de théorie de globalisation. Ils partent d'un constat, celui de l'usage très fréquent de la notion de globalisation dans le lexique des recherches en sciences humaines et sociales. L'interrogation sur un modèle méthodologique dédié à la globalisation fait son chemin au fil des contributions qui constituent cet ouvrage. Les deux co-auteurs tablent sur ce qu'ils appellent « une reconfiguration du paysage académique et la recherche de nouvelles sciences de manière analogue », une sorte de nouveau paradigme.

Dans notre recherche nous avons eu à notre tour cette interrogation sur l'utilité d'un nouveau paradigme méthodologique qui aurait la globalisation comme à la fois sujet et méthode de recherche. Une autre dimension est aussi évoquée par cet ouvrage, il s'agit de la globalisation des SHS elles-mêmes, en tant que discipline. La globalisation est alors ici présentée comme une sorte d'homogénéisation des sujets, des procédés et des méthodologies de recherches.

Les auteurs et notamment A.CAILLÉ et S.DUFOIX notent aussi que la France est un peu en retrait par rapport à cette réflexion en évoquant « le non débat français ». Cette réflexion sur le tournant global des sciences humaines et sociales vient conforter l'intérêt porté par les chercheurs à cette notion et à son usage. C'est une contribution très intéressante qui nous propose de concevoir la globalisation comme concept actif, sur lequel les SHS travaillent, mais aussi sans se rendre compte, se trouvent le subir. Mais de là, à évoquer un nouveau paradigme méthodologique et parler des sciences humaines et sociales globales, cela revient à nier les spécificités des différentes approches et études. À partir du moment où l'on admet que les sciences humaines et sociales sont globales, cela impliquerait une homogénéisation des approches et des méthodes qui seraient la norme. Le débat serait alors de déterminer quel sera le modèle dominant sur lequel ce nouveau paradigme sera construit. De plus la notion même de globalisation serait en contradiction avec la nature de la recherche scientifique qui se retrouverait amputée de l'aspect diversifié des sujets et des approches. Nous avons pu également vérifier cette difficulté et cette confusion que pourrait revêtir l'usage de la notion de globalisation à travers un article de Jean AART SCHOLTE (2002), qui s'intitule « what is globalization ? The definitional issue again ». L'auteur souligne que chaque étude qui évoque la notion de globalisation doit prendre une précaution face aux pièges qu'impliquerait cette notion, car un usage ou une compréhension inappropriée de cette dernière pourrait compromettre notre recherche. Il propose dans son papier, de traiter cette notion sous quatre points essentiels. Il commence par l'émergence de cette notion dans le vocabulaire général et scientifique, dans la pensée académique. En deuxième partie, il évoque la nature étymologique et le rôle de cette notion. Dans son troisième point, il développe ce qu'il appelle l'analyse des « cul de sacs » générés par l'usage de cette notion. Une confusion entre cette dernière et d'autres notions serait à l'origine de ces impasses. Il cite à titre d'exemple l'internationalisation, la libéralisation, l'universalisation. Pour finir l'auteur nous propose une conceptualisation de la globalisation comme propagation trans-planétaire spécifique aux relations sociales supra territoriales.

En conclusion à son article, l'auteur souligne que la notion de globalisation utilisée dans un contexte spatial et géographique particulier, pourrait être un outil supplémentaire de la compréhension des relations sociales. Mais il nous met en garde que cette notion pourrait être attractive du point de vue du vocabulaire nouveau. Mais il faut prendre en considération que cette notion a un sens distinctif des autres notions avec lesquelles elle pourrait être confondue. À ce sujet il souligne que la connexion trans-territoriale de la globalisation est différente de la

connexion interterritoriale de l'internationalisation. Autrement dit, la subtilité qui subsiste entre les deux concepts est relative, notamment à la subordination de la globalisation à la mondialisation et sa possible restriction à une relation bilatérale, par exemple, contrairement à l'internationalisation qui serait plus large et engloberait plus de domaines et de pays impliqués dans un processus.

II.3 : L'internationalisation des médias.

Il est incontestable que le premier à avoir évoqué cet aspect international des médias est Marshall Mc LUHAN. En effet, le professeur canadien dans ses œuvres « galaxie Gutenberg », (1962), « pour comprendre les médias 1964 », été le premier à poser les bases de ce qui deviendra par la suite ce que nous avons déjà évoqué « globalisation, internationalisation des médias » avec la notion du « village global ». Mc LUHAN a su résumer en une seule phrase l'état de ce que les nouvelles technologies allaient faire de la communication et de l'information. Mais cette mutation des médias, sous l'influence et l'impulsion des nouvelles technologies, serait à tempérer et à nuancer de nos temps. Il faut souligner le contexte dans lequel Mc LUHAN a développé ses recherches et ses théories. Il s'agit d'une période d'euphorie et d'effervescence en termes des projections futures de l'homme de l'an 2000 et de ses développements. D'ailleurs Armand MATTELART, cité par LOCHARD souligne, à juste titre, cette idée selon laquelle l'œuvre « Macluhanienne » est caractérisée par ce contexte de la « révolution des communications ». (LOCHARD, 2005, p.169), comme substitut à tout autre type de révolution, comme une sorte de fin des idéologies. L'auteur note également que cette même pensée tend au fur et à mesure vers une sorte de déterminisme technologique. Tout compte fait, en donnant plus d'importance au médium donc au support, Mc LUHAN serait l'instigateur de cette pensée internationaliste de la communication et des médias par extension. Car l'internationalisation des médias est permise par l'avancée technologique. C'est cette révolution technologique qui engendrera le développement de ce genre de médias qui repose sur des techniques d'émission et de réception modernes.

À ce titre, la notion de l'internationalisation de l'information est parmi les mots clés de notre sujet, car la création des chaînes d'informations internationales est le résultat de cette internationalisation des flux informationnels, une façon de promouvoir la nouvelle (au sens news) par différents points de vue.

Internationaliser l'information est « lui donner une dimension plus vaste, plus universelle ». Selon Guy LOCHARD, ce phénomène a été renforcé ces dernières années, grâce notamment à « la banalisation de la technique de diffusion satellitaire » car elle « a favorisé un mouvement parallèle et réciproque ». L'exemple des deux chaînes que nous étudions est éloquent en termes de capacités techniques dont elles disposent.

Comme le souligne Guy LOCHARD, dans son livre « l'information télévisée », la « banalisation de la technique de diffusion a favorisé un mouvement parallèle et réciproque : l'internationalisation des réseaux de diffusion de programmes de télévision ». C'est encore cette importance du rôle de la technique qui est mise en valeur. Si cet aspect technique, qui a permis l'évolution des médias et leurs internationalisation, n'est pas à négliger, une interrogation s'impose sur ce qui fait la différence entre ces médias plus au moins homogène en tous cas sur le plan des technique d'émission et de réception et l'usage de la technologie satellitaire. À ce stade nous avons jugé légitime d'évoquer la question des orientations, des objectifs de ces chaînes internationales d'informations. Dans ce sens, LOCHARD parle de ces chaînes d'informations internationales comme des acteurs qui « interrogent diversement sur les attendus, les présupposés et les effets des discours informatifs qu'ils proposent à des populations plus au moins ciblées socialement, plus au moins homogènes culturellement et plus au moins dispersées géographiquement ». Ce passage résume à peu près notre interrogation de base sur les deux chaînes d'informations internationales dont nous traitons ici. En effet l'auteur évoque ici plusieurs éléments qui nous intéressent dans notre analyse.

En premier, les effets des discours informatifs proposés par les chaînes d'informations internationales constituent l'orientation de ces chaînes, et le rôle qu'elles tendent à jouer. Les populations sont le, ou les publics de ces chaînes. L'auteur évoque trois aspects de ces publics : ciblés socialement, homogènes culturellement et dispersés géographiquement. Concrètement cela peut renvoyer à un seul et unique public celui des chaînes internationales d'information, mais ce que l'auteur ne souligne pas ou qu'il veut laisser apparaître d'une manière implicite, est que ces trois aspects peuvent être assimilés à différentes vocations ou objectifs des chaînes internationales d'informations, voire même à différents types de chaînes de télévision, du moins concernant deux aspects évoqués. Le public homogène culturellement ferait selon nous référence à la télévision communautaire, celui du public dispersé géographiquement serait le cas de la télévision diasporique. Il reste la première catégorie, celle du public ciblé socialement, qui lui, pourrait renvoyer à la télévision thématique, mais qui serait aussi un aspect commun à différents types de télévisions.

Dans le cas de notre recherche et s'agissant des deux chaînes d'informations que nous étudions, les trois aspects soulignés par l'auteur sont d'une certaine manière opérant, c'est ce que nous allons développer ultérieurement. Mais cette réflexion qui consiste à s'interroger sur le rôle et les orientations des chaînes internationales d'informations et leurs interactions avec leurs publics nous mène à la question de la représentation et son implication dans l'internationalisation d'informations et de la télévision.

II.3.1 : L'internationalisation des médias et l'hégémonie.

Nous ne pouvons pas évoquer l'internationalisation des médias sans aborder un élément important que nous avons rencontré dans plusieurs références, comme étant lié à l'internationalisation, il s'agit de l'hégémonie. Nous avons souligné précédemment que l'internationalisation des médias serait une conséquence d'une conjoncture technique et d'une orientation économique concevant les médias comme des entreprises lucratives. Le développement des nouvelles technologies de communication et particulièrement les techniques d'émission et de réception ont constitué un point de départ pour l'internationalisation du système d'information. C'est justement à ce niveau technique que nous pourrions évoquer une situation d'hégémonie. Si la technique a joué un rôle prépondérant dans l'internationalisation des médias, personne ne peut ignorer l'inégalité des pays face à cette dernière. Donc, l'hégémonie technologique s'est reportée sur les médias et plus particulièrement sur les chaînes internationales d'informations on peut constater un déséquilibre entre pays développés et pays émergents, entre le Nord et le Sud, avec une domination américaine évidente. Cette situation marquera les débuts des chaînes internationales d'informations, puis elle a fini par s'amoinrir en laissant place à un paysage médiatique plutôt équilibré.

Le concept de l'hégémonie, particulièrement de l'hégémonie culturelle, commence à germer dans la pensée sociologique et politique, dès les années 30 du siècle dernier. Dans son article intitulé « la presse comme moyen d'hégémonie selon GRAMSCI » André TOSEL (2005) souligne que ce concept, qui a été porté par le philosophe Italien, remonte à la pensée marxiste et aux théories critiques des médias et de la communication, en passant par l'Ecole de Francfort. L'auteur nous présente GRAMSCI comme le théoricien de l'hégémonie. Cependant, comme il apparaît dans cet article, la notion de l'hégémonie, telle qu'elle est

développée par GRAMSCI, est : « relative à l'organisation du parti communiste Italien et de sa presse ». (TOSEL, 2005, p.55).

Néanmoins et d'une façon générale, cette notion aborde les différences de priorités entre les différentes instances. Elle s'interroge de savoir comment celui qui détient les moyens peut détenir le pouvoir et imposer ainsi son point de vue. C'est donc la définition la plus basique de cette notion d'hégémonie qu'on peut trouver dans les écrits de GRAMSCI.

TOSEL revient sur la conception de l'hégémonie chez GRAMSCI, il la présente comme une sorte de « conscience politique élargie et active » il précise que la presse favorise cette forme de vie hégémonique conforme à la pensée et aux orientations intellectuelles et morales de ceux qui décident. Par ailleurs, GRAMSCI a défini trois moments clés qui seraient à l'origine de la formation de l'hégémonie. Il s'agit d'un processus en trois phases, tout d'abord, le moment économique (économico-corporatif), (TOSEL, p.60), c'est le processus d'unité construit par un groupe qui partage les mêmes intérêts. Le moment économique-politique, est le moment où on cherche un modèle cohérent autour de son projet, encadré par des lois, des règlements, un cadre normé qui assurera la reproduction du même système. Ensuite il y a le moment politique au sens strict. C'est l'étape de l'élargissement de ce système au reste de la société, il s'agit de porter un projet politique et sociétal plus global, plus élargi. Cette conception de l'hégémonie, comme nous venons de l'exposer, s'apprête à un schéma de pensée calqué sur le modèle de la lutte des classes. Il s'agit d'une conception propre à un contexte particulier et à une époque donnée. Nous constatons alors que cette dernière serait ici inhérente à l'hégémonie, à l'intérieur des frontières nationales, ce qui est évident pour cette période de l'histoire. Mais ce que nous voulons dans le cadre de notre recherche, est de mobiliser la notion d'hégémonie dans un cadre plus élargi, plus global. Cette vision d'un monde en tant qu'ensemble homogène n'était pas vraiment au centre des préoccupations des penseurs de l'époque. Mais nous pouvons tout de même constater que cet aspect marxiste qui est relatif à la notion de l'hégémonie est présent même chez les plus antimarxistes, c'est une conception qui persiste.

Dans un article de Michael BURAWOY (2012), intitulé « la domination culturelle, quand GRAMSCI rencontre BOURDIEU », l'auteur nous expose cette définition de l'hégémonie caractérisée par la logique de lutte des classes. Même si ce dernier souligne la différence entre les deux auteurs sur plusieurs points, allant jusqu'à affirmer que BOURDIEU aurait déclaré n'avoir jamais lu GRAMSCI, il relève un certain nombre de similitudes dans leurs analyses

respectives. Ce que GRAMSCI définit comme hégémonie, est chez BOURDIEU une « domination symbolique » ou « violence symbolique ». Selon lui, l'analyse des deux penseurs, serait ancrée dans la logique de la lutte des classes, même si les qualificatifs utilisés ne sont pas vraiment les mêmes. L'hégémonie ou la domination, chez les deux auteurs, serait liée à l'instauration des valeurs de la classe dominante et la perpétuité de ces dernières. BURAWOY cite BOURDIEU afin d'attester ce rapprochement avec GRAMSCI, il souligne : « Il serait facile d'énumérer les traits du style de vie des classes dominées qui enferment, à travers le sentiment de l'incompétence, de l'échec ou de l'indignité culturelle, une forme de reconnaissance des valeurs dominantes. C'est GRAMSCI qui disait quelque part, que l'ouvrier a tendance à transporter dans tous les domaines ses dispositions d'exécutant » (BURAWOY Michael, 2012, en ligne). Selon l'auteur, c'est BOURDIEU, lui-même, qui atteste son rapprochement avec GRAMSCI, en faisant de la logique de la lutte des classes, un élément fondamental de la disposition à la domination de certaines classes et donc à subir l'hégémonie. Toutefois, il souligne plus loin que BOURDIEU tenait aussi à se distinguer de la vision de GRAMSCI, à qui il reproche de vouloir enfermer l'intellectuel dans le rôle de compagnon de route du prolétariat, empêchant par la même occasion ces derniers, d'employer leurs propres moyens de lutte pour des causes plus universelles. Donc, BOURDIEU tenait à intégrer cette dimension de lutte pour des causes universelles qu'on ne retrouve pas chez GRAMSCI. Malgré les différences de conception et des processus de construction dont l'hégémonie a fait l'objet, nous pouvons dire que le contexte dans lequel cette dernière est conçue influence l'analyse dont elle fait l'objet. Autrement dit, nous estimons qu'on ne peut pas parler de l'hégémonie mais des hégémonies au pluriel, une notion qui se redéfinit en fonction du contexte dans lequel elle intervient et opère. Plus récemment, cette notion s'est adaptée au contexte moderne de l'internationalisation. On sort alors de cette conception de l'hégémonie comme notion opérante au sein de classes ou de groupes dominés et dominants à une échelle plus importante, mondiale et universelle. On commence alors à parler d'hégémonie de pays « l'hégémonie américaine » ou de groupes de pays « l'hégémonie occidentale ». Dès lors, cette notion s'apparente et s'assimile à de nouvelles conceptions comme « l'impérialisme, le monopole...etc. ».

À travers les différentes conceptions de l'hégémonie nous estimons que dans le cadre de notre recherche, nous devons souligner un élément important. Il s'agit de la compréhension même de la notion de l'hégémonie et de son application aux médias. Nous avons pu constater en effet, qu'il y a une nuance entre l'hégémonie sur les médias, qui s'apparente dans ce cas à une

sorte de monopole et de mainmise d'un pays par exemple sur le système médiatique international. Mais nous pourrions aussi envisager cette notion d'une manière différente, celle de l'utilisation des médias comme « appareil d'hégémonie » pour reprendre les termes de GRAMSCI et de TOSEL. Dans ce cas-là, nous ne pourrions plus parler de l'hégémonie comme une sorte de monopole, mais plutôt comme une stratégie globale qui utiliserait les médias- particulièrement les chaînes internationales d'informations dans le cas de notre recherche- comme moyen et appareil pour asseoir une hégémonie sur le reste du monde. Dans ce cas de figure, l'hégémonie médiatique serait une partie de l'hégémonie globale, d'un projet de domination plus important qui s'appuierait en partie sur le contrôle d'informations et des médias, ce qui serait une sorte d'impérialisme.

Dans notre recherche, la notion de l'hégémonie ou de l'hégémonie médiatique se rapporte à une période de domination des Etats-Unis d'Amérique sur le monde médiatique. En effet comme nous l'avons déjà souligné, la technologie est un vecteur essentiel de l'internationalisation des médias. Par conséquent toute avance ou déséquilibre en termes d'accès aux nouvelles technologies de communication serait un facteur d'hégémonie sur le système médiatique international. Cet aspect hégémonique a caractérisé les débuts de l'internationalisation des médias s'étalant sur les deux dernières décennies du siècle dernier. Cette période était aussi celle de l'ouverture du monde sur le monde en terme médiatique, mais surtout celle de la domination des USA sur le système médiatique mondial, imposant les normes, les formats et les contenus. Cette avance technologique et ce rôle influant que les USA ont joués, peuvent être argumentés par plusieurs exemples. En commençant des images du premier homme sur la lune, en passant par la propagande par les images durant la guerre froide à la Première Guerre du Golfe, en arrivant à la guerre contre le terrorisme international, les USA ont utilisé et usé du statut hégémonique que leur profère le progrès technologique, mais aussi des médias comme un outil qui s'avère de plus en plus fiable pour asseoir leur pouvoir sur la scène internationale.

Mais cette hégémonie (sur le plan médiatique) a commencé à s'effriter à la fin des années 90 du siècle dernier, où d'autres pays s'engageaient eux aussi sur cette voie de l'internationalisation des médias surclassant pour un certain nombre d'entre eux le modèle américain. L'émergence de nouvelles puissances économiques qui accèdent aux dernières innovations technologiques, en dehors du cercle fermé des pays du Nord alliés des Etats-Unis, devient un fait incontestable. Autant sur le plan médiatique que sur d'autres plans, l'hégémonie et le leadership étasunien commencent à se réduire, ce qui a valu une critique et



des inquiétudes internes aux USA qui mettent en garde contre l'affaiblissement de l'hégémonie américaine. C'est dans ce contexte que des penseurs américains, en réponse à ces critiques vont réfléchir à un nouveau concept qui viendrait remplacer celui de l'hégémonie, il s'agit du « soft power » (la puissance douce).

II.4: De l'hégémonie au « soft power ».

Plusieurs sources s'accordent à dire que le concept de « soft power » serait proposé la première fois par le spécialiste des relations internationales, l'américain Joseph NEY. Dans un article intitulé « soft power, sens et usage d'un concept incertain », Jean LECA (2013), souligne que le concept de « soft power » fut introduit par NEY. À la fin de la guerre froide, des interrogations sur l'avenir de l'hégémonie américaine ont été sérieusement formulées, pour y remédier, NEY (1991), propose le concept de soft power comme la nouvelle forme et norme de l'hégémonie américaine.

Dans son ouvrage « Bound to lead : The changing nature of American power », ce dernier nie que la puissance américaine et son hégémonie soient menacées, mais qu'une nouvelle manière de les exercer serait à penser. Cette nouvelle manière d'exercer l'hégémonie, NEY l'appelle la capacité de séduire et de convaincre les autres que ses choix sont meilleurs et plus pertinents. Nous pouvons dire ici que la conception de NEY reste très généraliste, elle englobe l'ensemble des facteurs et d'éléments sur lesquels ou grâce auxquels ce soft power serait opérant. Cela englobe en effet l'image générale de l'état, son prestige, son statut au sein de la communauté internationale, qui sont garantis par la situation économique, politique, militaire et même par le potentiel communicationnel de ce pays. La théorie du soft power de NEY prend son sens dans le contexte des relations internationales et serait une sorte de reconfiguration de la façon dont un état pourrait exercer son hégémonie, sans que cela ne soit perçu d'une manière négative. Il s'agit donc d'un changement de forme et non de fond. Mais néanmoins cette version édulcorée d'exercer l'hégémonie est un élément révolutionnaire dans les relations internationales, offrant par la même occasion un modèle pour d'autres pays en quête d'une présence et d'un poids dans le paysage international. C'est cette notion de soft power qui a permis l'émergence d'autres acteurs sur la scène internationale, qui au nom du soft power -mobilisant tous les aspects possibles- qui leur permettent de cultiver une certaine image et d'avoir un certain statut au niveau mondial. La fin de l'hégémonie américaine, bien qu'amortie par la mutation vers le concept de soft power, n'est plus la même et ne s'exerce

plus de la même façon. L'émergence de nouveaux acteurs oblige les Etats unis à trouver un système de cohabitation permettant de garantir les intérêts de chacune des forces internationales. Mais ce que nous pourrions relever ici, c'est l'incertitude quant au mode opératoire de ce soft power. Comment ce dernier s'exerce-t-il, par quels moyens et quels sont ses vecteurs ?

À ces questions, nous répondons que la notion du soft power n'est pas suffisante à elle seule, elle doit être liée à d'autres formes de pouvoirs, de puissances pour pouvoir être suffisamment persuasive et donc exerçable. En d'autres termes, le soft power est une notion liée à plusieurs facteurs qui donnent à un Etat le pouvoir de l'exercer. L'ensemble des facteurs : économiques, militaires et diplomatiques façonnent cette image qu'un Etat doit avoir pour prétendre au soft power. La notion du soft power serait donc inhérente à un autre type de force, que certains spécialistes appellent le « hard power ». Cela veut dire que la limite du soft power serait le début d'un autre genre de force, la force militaire (opérations militaires) par exemple, ou économique (sanctions économiques, embargo). C'est à partir du moment où un Etat est conscient de disposer d'autres atouts, d'autres types de forces qu'il pourrait prôner le soft power comme une sorte de manière pacifique de faire valoir ses intérêts. Cela nous mène à dire que ce soft power comme image de prestige, de poids que pourrait avoir un pays sur le plan international s'exerce en combinant plusieurs facteurs et qu'il faudrait plusieurs moyens pour l'exercer. La force économique dans différents secteurs, la puissance militaire mais aussi un leadership dans d'autres secteurs qui peuvent être mis en avance et sur lesquels on peut s'appuyer pour parler de soft power.

Les industries culturelles, les arts, la communication et bien sûr les médias feraient également partie de ces facteurs et éléments pouvant constituer un soft power. Dans un article intitulé : « soft power : sens et usages d'un concept incertain », Jean LECA revient sur les différents paradigmes qui permettent d'analyser ce concept comme opérant dans les relations internationales. Ce paradigme d'analyse serait selon l'auteur relatif au contexte dans lequel les deux concepts de « soft » et « hard » power pourraient s'exercer. Il stipule que le soft power relèverait du « constructivisme social » et que le hard power serait relatif au « réalisme », et conclut que « l'internationalisme libéral » se situerait quelque part entre les deux. Selon lui il y a un juste milieu entre le caractère réaliste et offensif du « hard power » et celui irréaliste et presque utopiste du « soft power » qui ferait que cet ensemble soit opérant dans les relations internationales. Il souligne que « le soft power n'est intéressant que s'il résulte d'un choix suspendant le possible usage du hard power, choix opéré selon certains de ses promoteurs par un leadership...En réalité, le soft power peut être plus élégamment conceptualisé non comme

un concept dichotomique mais comme un degré sur un continuum allant jusqu'au hard power ». (LECA Jean, 2013, en ligne). Ces propos nous permettent donc de conclure qu'une complémentarité entre soft power et hard power serait la condition qui permettrait au premier de s'exprimer suffisamment et de rapporter ces effets.

II.4.1 : Les médias comme soft power ?

Comme nous l'avons déjà souligné, la notion de « soft power » ne pourrait être opérante à elle seule, elle se manifeste par différentes manières et prend appuie sur plusieurs facteurs et éléments. Parmi les leviers et les moyens du soft power nous avons cité les médias. Frédéric MARTEL souligne dans un article publié sur le blog de France culture, intitulé « Le soft power à l'âge du tout médiatique », que : le soft power initialement destiné aux dirigeants américains et d'autres grandes puissances pour adapter leurs politiques internationales aux nouvelles réalités, n'est plus l'apanage des Etats. Les dernières années ont vues de nouveaux acteurs user du soft power pour différentes causes, l'auteur cite les exemples des firmes internationales, les agences de publicité, les ONG et bien sûr les médias. À la différence des Etats, l'enjeu pour ces nouveaux acteurs est non de conserver un certain prestige ou revendiquer un leadership, mais surtout selon l'auteur est de mettre de leurs côtés l'opinion publique, chose qui permet d'exercer son influence et son soft power. L'auteur conclut par ces propos : « Finalement, l'âge de l'information, notre temps, est bien l'époque la plus propice aux jeux d'influence ». (MARTEL Frédéric, 2012, en ligne).

Ce constat que nous partageons également est incontestable, mais ce que l'auteur n'a pas relevé, c'est que parmi ces nouveaux acteurs prétendants au soft power -et qui seraient plus légitimes dans leurs usages de ce dernier- certains d'entre eux sont intimement liés à une stratégie générale d'un Etat. Ces nouveaux acteurs se retrouveraient en conséquence subordonnés à ces derniers.

À l'exemple des médias et des chaînes d'informations internationales, qui sont un moyen d'influence douce, un « soft power » à la disposition des états pour défendre leurs intérêts et faire valoir leur influence sur la scène internationale. Les médias et l'information comme moyen d'exercer un soft power a été aussi constaté par Stéphanie HEN (2015), dans son article intitulé : « Interroger le soft power dans les réseaux de production et de diffusion d'informations d'actualité sur les pays émergents ». L'auteur souligne que « La maîtrise des flux d'informations au niveau international est importante en termes d'image pour les pays, et également en termes de positionnement sur la scène internationale et de fait, d'influence ».

(HENG Stéphanie M.-L, 2015, en ligne). Il est stipulé concrètement dans ce passage, l'usage des médias comme moyen d'exercer le soft power. Sur ce point l'auteur rejoint NEY, sur le fait que les médias sont un outil essentiel dans la conception d'une stratégie de soft power. Mais au-delà de cette conception des médias comme architectes de stratégie de soft power, l'auteur reste lucide sur les limites de cette conception en prenant en considération les critiques dont a fait l'objet la théorie de NEY.

Pour notre part, nous constatons qu'il est inenvisageable d'ignorer que les médias peuvent être un moyen très efficace d'exercer le soft power. Cependant nous constatons également que tous les médias ne sont pas égaux par rapport au rôle qu'ils peuvent jouer. Nous avons souligné auparavant que les médias à eux seuls ne peuvent pas être à l'origine du soft power, mais ces derniers se conjuguent avec d'autres éléments qui donnent à un Etat le pouvoir d'exercer son soft power. À ce niveau, force est de constater que le pouvoir médiatique à lui seul n'est pas suffisant pour parler de soft power, néanmoins l'exercice du soft power à travers les médias est incontestable, même si le degré d'efficacité de ces derniers est lié encore une fois au poids du pays exerçant son pouvoir. Le rôle des médias donc dans le soft power est une chose concrète, réelle mais qui opère à des niveaux différents et à une importance différente, allant du poids et de l'influence supra nationale à régionale à internationale. C'est notamment le cas des chaînes d'informations internationales comme vecteur et moyen d'exercer le « soft power ».

II.4.2 : Internationalisation et globalisation, faut-il choisir ? L'apport de notre sujet.

Nous avons essayé dans ce chapitre de traiter les fondements théoriques relatifs à l'internationalisation des médias. Nous avons d'abord commencé par évoquer les notions de la globalisation et de l'internationalisation et les différences qu'implique l'usage de l'une ou de l'autre. Nous avons pu constater à travers cette analyse que le débat autour des usages des deux notions n'est pas tout à fait tranché au sein de la communauté scientifique. Mais pour ce qui est de notre travail, nous avons revendiqué clairement le parti pris pour la notion de l'internationalisation que nous avons jugé plus acceptable et plus proche de la réalité des chaînes d'informations internationales de nos jours.

La notion de l'internationalisation dans notre recherche a une portée moins large que celle de la globalisation et un contenu plus spécifique, elle ne se réfère ni aux valeurs ni aux structures complexes des entreprises de médias, mais à des processus et à des usages qui se déroulent dans le processus qui touche à la conception des contenus d'informations internationales. Elle ne concernerait donc pas l'aspect économique des médias mais plutôt l'aspect symbolique de ces derniers, leur orientation et positionnement sur la scène internationale.

Les processus d'internationalisation se distinguent par le fait qu'ils ne sont pas entravés ou contrecarrés par des barrières territoriales. Ces processus traversent en effet les frontières nationales et peuvent atteindre n'importe quelle communauté, n'importe où dans le monde. Il s'agit ici du public des chaînes d'informations mais aussi de « l'économie de la libre circulation des biens symboliques » pour reprendre le lexique de BOURDEU.

Dans notre recherche, tout enchaînement de processus et toutes interactions qui ont le potentiel d'une propagation illimitée seront considérés comme un processus d'internationalisation, ce qui est le cas notamment des informations conçues et diffusées par les médias internationaux et les chaînes d'informations internationales, sujet de notre étude.

Si les médias eux-mêmes sont considérés comme un élément important qui caractérise les processus d'internationalisation en général, on retrouve dans leurs fonctionnements une série de processus d'internationalisation à échelle réduite. Nous pouvons citer à titre d'exemple : la mondialisation des causes à travers les médias, le choix des sujets plus au moins à portée internationale pour l'investigation journalistique, la hiérarchisation des informations de l'international au local. Il y a aussi le choix des invités et des intervenants selon leurs profils et leurs postures internationales, comme les représentants d'organisations mondiales.

Ces exemples illustrent un enchaînement de dispositifs ou de processus d'internationalisation qui intervient au niveau du fonctionnement de ces chaînes internationales d'informations. Mais cela ne nous empêche pas de concevoir les chaînes d'informations internationales comme entreprises, voire même comme des multinationales d'informations, à ce titre l'information serait elle-même un produit commercial. C'est pour cela que j'ai décidé d'articuler également notre analyse des processus d'internationalisation des médias autour de trois axes : l'analyse du contexte d'émergence de ces chaînes, le modèle éditorial des chaînes d'informations que nous étudions, puis leurs rôles dans le paysage international des médias, nous reviendrons d'une manière plus détaillée sur l'analyse de ces trois modèles, notamment dans la partie d'analyse des typologies comparatives.

Après avoir différencié la globalisation et l'internationalisation comme deux concepts recouvrant un sens différent et opérant dans des contextes différents, où nous nous sommes appuyés sur de nombreuses approches développées par les théoriciens, nous évoquerons les éléments qui en découlent comme conséquences de l'internationalisation des médias. Nous avons notamment mobilisé d'autres concepts tels que l'hégémonie ou le soft power et nous avons insisté surtout sur le fait que ces concepts seraient inhérents au phénomène d'internationalisation et nous avons aussi souligné que le concept du soft power serait une continuité résultant d'une mutation de l'hégémonie et d'autres concepts comme l'impérialisme. Ce raisonnement aurait donné naissance à cette nouvelle notion qui régit les relations internationales à notre époque et par la même occasion, caractérise les processus d'internationalisation d'une manière générale et celle des médias d'une manière particulière.

Nous avons jugé que l'évocation de ces concepts est une démarche obligatoire dans le cadre de notre travail, car ils sont intimement liés à notre sujet de recherche. Ces concepts mobilisés dans cette partie, sont nécessaires pour la compréhension du phénomène que nous voulons étudier. Ce sont des éléments clés pour notre analyse, on les retrouve tout au long de cette étude. Nous avons aussi pris le temps dans cette partie, d'analyser l'implication de la notion de soft power dans les relations internationales en exposant différentes définitions de cette dernière, mais également ses limites. Cette démarche nous a amené à conclure que cette notion est relative à d'autres éléments et que son usage impliquerait une certaine complémentarité avec d'autres genres de pouvoirs et d'autres formes de forces.

Enfin, nous avons essayé d'évoquer l'interaction entre la notion de « soft power » et les médias, où j'ai pu démontrer que ces derniers pourraient être vecteurs et moyens d'exercer le

« soft power ». Mais cela n'exclut pas que les médias pourraient être considérés à part entière comme une sorte de « soft power », pour faire référence au qualificatif du « quatrième pouvoir » qui a été historiquement attribué à la presse, et par extension, aux médias. Tout cela nous mène au bout de ce chapitre, à nous projeter dans l'analyse du paysage médiatique international. Il s'agit d'évoquer l'état actuel de ce paysage médiatique mais également sa mutation et les changements que ce dernier a subis au fil du temps. Cette démarche serait importante dans le cadre de notre travail car elle nous permettrait de mobiliser les différents concepts évoqués dans la partie précédente. Elle nous donnera aussi plus d'éléments probants qui concernent les enjeux des médias internationaux et le poids de l'information dans un monde de plus en plus ouvert sur lui-même, au paroxysme de l'internationalisation.

III : Le paysage médiatique international

III.1 : L'information dans les médias, enjeux et mutations

Dans le domaine médiatique, l'information télévisée a pris une grande importance au fil des années. Au moment où la télévision s'imposait comme média de masse, son potentiel d'apporter au récit informatif l'image fait d'elle aussitôt le moyen incontournable pour suivre les actualités. Cette réalité de la mutation de l'information d'un support à l'autre est confortée par le rôle considérable que jouent les médias, celui du quatrième pouvoir, d'où la place de plus en plus importante qui est accordée aux informations. C'est dans ce sens, que les médias ont connu une grande mutation à l'aube du XXIème siècle, avec la montée en force des chaînes d'information en continu, qui se veulent comme abolisseurs de frontières. Ces médias transnationaux ont pour but de mettre en scène une nouvelle valeur aux informations, celle d'informations qui transcendent, cassent les barrières, qui font disparaître les frontières, les informations internationales. C'est justement cette mutation et ses objectifs qui vont occuper une grande place de cette partie. Deux cas nous intéressent plus précisément, celui du canal arabophone de la chaîne France 24 et celui d'Al Jazeera. Ces deux derniers arrivent avec cette nouvelle logique, ils font partie de ces nouveaux médias. Une approche de ses nouveaux médias par ce prisme de la mutation est exposée par Guy LOCHARD (2005), qui nous parle de l'ambition transnationale des médias du XXIème siècle, « du national à l'international », relatant ainsi le processus qui a permis l'émergence de cette nouvelle orientation médiatique. En se basant sur les expériences transnationales de la télévision européenne, notamment celle d'Euronews, l'auteur nous expose les principales causes de ce bouleversement. Il pointe notamment du doigt le phénomène de concentration, de création de grosses structures médiatiques, dans un contexte marqué par les avancées technologiques au niveau des techniques d'émission et de réception. Il souligne qu'il en résulte de cette nouvelle donne « une offre considérablement enrichie sur le plan mondial, induisant une situation mondiale radicalement nouvelle ». (LOCHARD, 2005, p.169). L'auteur justifie son raisonnement par le biais de deux types différents de contenus. Il souligne que dans le cas du divertissement, cette nouvelle configuration a permis de pallier à la rareté des programmations locales, souvent caractérisées par le repli culturel. Sur le plan de l'information, il estime que cette nouvelle logique a permis au public de découvrir une autre actualité que celle centrée sur les espaces nationaux permettant ainsi « une déterritorialisation des imaginaires ». Si l'auteur a bien

illustré son propos à travers deux types de programmes et de contenus des médias, il n'en demeure que cette vision serait un peu naïve de la réalité de l'internationalisation des médias. L'auteur semble ici assez engagé sur l'effet potentiellement positif de cette nouvelle donne qui est l'internationalisation des médias, car il ne s'est pas vraiment interrogé sur la question des équilibres et celle de l'hégémonie que nous avons précédemment évoquée. Il ne s'est pas non plus posé la question de savoir à qui pourrait profiter cette nouvelle configuration du champs médiatique international et si tous les pays sont sur le même pied d'égalité.

Ce traitement que nous pouvons qualifier d'enthousiaste concernant la mutation du paysage médiatique international pourrait résulter du terrain sur lequel l'auteur analyse la question. Il s'agit là de l'espace européen, des expériences transfrontalières des télévisions européennes, un cas qui n'est donc pas très représentatif de la situation mondiale.

Toujours selon LOCHARD, les chaînes d'informations en continu seraient à l'origine d'un modèle de trans-nationalisation d'informations, un modèle élargi au globe. L'auteur souligne que ces nouvelles chaînes ont émergé au début des années 80 du siècle dernier, notamment avec CNN qui serait vecteur de globalisation du système informatif. L'auteur remarque qu'au début, ces nouveaux acteurs sont étasuniens, puis d'autres acteurs européens leur ont ensuite emboité le pas. Il citera les exemples de Fox News, NBC aux USA, BBC, Sky News ainsi que LCI et I Télé en Europe. Il ajoute que d'autres acteurs seraient Moyens Orientaux. Il stipule également que tous ces acteurs font appel à un principe identique dans le traitement de d'informations, ce qui donnerait à cette dernière son aspect global.

Comme nous l'avons souligné précédemment, le terme de globalisation ici utilisé par l'auteur, ne serait pas vraiment convenable pour qualifier la situation du système international d'informations. Si cette dernière a connu incontestablement une globalisation dans son processus technique de production et de diffusion, il ne va pas de même pour le reste, à savoir l'opinion véhiculée et l'interprétation de l'actualité par les médias. Dans son exposé, l'auteur met aussi au même niveau, des acteurs de l'information qui ne sont pas dans la même catégorie. Si des chaînes d'informations en continu à l'exemple de CNN, BBC, Sky News sont des acteurs internationaux, le cas des chaînes d'informations en continu françaises, comme LCI et I Télé, n'est pas à retenir dans cette catégorie, car ces dernières sont destinées à un public plutôt local. Au-delà de la barrière linguistique qui caractérise ces chaînes d'informations (francophones), les sujets traités par ces dernières, ainsi que leur vocation de base, exclut toute dimension internationale. Ce serait donc une sorte d'amalgame de mettre toutes les chaînes d'informations en continu dans la même catégorie.

Dans la même perspective de s'interroger sur les mutations dans l'information internationale, Tristan MATTELART (2014), souligne, dans son article intitulé : « les enjeux de la circulation internationale de l'information », que « Jamais les nouvelles n'ont semblé pouvoir s'affranchir aussi facilement des frontières qu'à l'heure du satellite ». (MATTELART Tristan. 2014, en ligne). Insistant ainsi sur l'importance de l'avancée technologique dans ce processus, l'auteur n'entend pas négliger l'importance des relations internationales, de la géopolitique dans le modelage de cette mutation. Il étaye son analyse sur le rôle diplomatique dans l'internationalisation d'informations à travers une période importante de l'histoire, qui, selon lui, a donné naissance à cette libération d'informations sans frontières. Il s'agit, d'après l'auteur, de la période de la guerre froide avec la position américaine favorisant la libre circulation d'informations comme stratégie de promotion du modèle libéral. En s'appuyant sur les travaux d'Herbert SCHILLER, l'auteur évoque le principe du « free flow of information », prôné par les étatsuniens, qui serait la clé de voute de leur diplomatie en termes de communication internationale. Cette période décisive, selon l'auteur, a vu émerger ce qui serait une nouvelle stratégie étasunienne sur le plan politique et diplomatique. Cette stratégie se déploie sur deux étapes : d'abord avec la promotion du principe de la libre circulation de l'information sans considération de frontières comme étant un droit garanti par les textes internationaux, puis ensuite l'usage de ce droit afin de déstabiliser le camp adverse. Cette stratégie a enfin une portée économique, selon MATTELART, car elle permettrait aux organes et entreprises des médias américains, une large diffusion de leurs produits à l'échelle mondiale, mais aussi aux agences de presse américaines de tenter de briser le monopole européen en termes d'informations que détenaient les agences européennes AFP et Reuters.

L'auteur note également la complexité de l'implication de la diplomatie dans la circulation internationale d'informations. Il souligne que cette complexité ne résulte pas seulement du conflit Est-Ouest, mais également du conflit Nord-Sud. Autrement dit, les jeunes états du Sud, notamment les pays non-alignés, ont réclamé aussi leur part dans ce modèle, en dénonçant un système médiatique mondial déséquilibré, marqué par l'impérialisme du Nord. Ce nouveau conflit Nord-Sud est un postulat fondé sur deux idées. La première concerne le manque de représentativité des états émergents du Sud dans l'actualité internationale diffusée par les agences de presse des pays du Nord. La deuxième serait la domination des médias du Nord en tant que fournisseurs d'informations, ne laissant pas la place aux médias du Sud à rendre compte de l'actualité internationale, même quand celle-ci les concerne. C'est cet état des lieux



que l'auteur dresse et qui marque le point de mutation du paysage médiatique international, qui tend de plus en plus vers l'internationalisation.

III.1.1 : Flux, contre flux, la nouvelle réalité de l'information internationale.

C'est à partir de ce constat de déséquilibre Nord-Sud en termes de poids et du rôle médiatique sur le plan international, qu'un certain nombre de tentatives de rééquilibrer la situation ont été opérées. Comme nous l'avons déjà souligné, l'ouverture du champ médiatique international et de la libre circulation d'informations s'est opéré dans un contexte flagrant de monopole occidental et notamment étasunien. Parmi ces tentatives, nous pouvons citer l'appel des pays du Sud, essentiellement des non-alignés à un nouvel ordre d'informations international « NOII ». Cette initiative dénonce alors le déséquilibre entre le Nord et le Sud et propose de réorienter les objectifs de ce système d'informations d'une façon à donner plus de place aux agences de presse et aux médias des pays en voie de développement.

À ce sujet Olivier BOYD-BARETTE (1992), cité par MATTELART (2014), note que les acteurs de l'information des pays du Sud n'ont pas réussi à effacer les « inégalités structurelles du système d'informations internationale » et cela pour des raisons politiques et économiques. Donc, le déséquilibre de la circulation internationale d'informations persiste et s'accroît même, au début des années 90 du siècle dernier avec l'arrivée de nouveaux acteurs occidentaux dans le paysage d'informations à l'exemple de CNN et d'Euronews. Mais Tristan MATTELART note que, si le début des années 90 a été marqué par la suprématie des chaînes internationales occidentales d'informations, la situation connaît dès la moitié de cette décennie un changement. Il souligne : « à partir de la deuxième moitié des années 1990, se sont créées des chaînes en provenance des pays du Sud qui seront bientôt en mesure de concurrencer efficacement les entreprises occidentales, d'abord sur leurs marchés régionaux de prédilection, puis, pour certaines, à une échelle internationale ». MATTELART (2014). Il citera notamment l'exemple de la chaîne qatari, Al Jazeera, qui selon lui, illustre bien cette mutation vers un « contre flux » en matière d'informations internationales. Il estime que le comble de cette tentative de rééquilibrer les flux d'informations internationales par Al Jazeera, serait le lancement en 2006 d'une antenne anglophone de la chaîne. C'est pour lui une preuve tangible de cette volonté de mettre une nouvelle logique de « contre flux Sud-Nord » au cœur de l'information internationale ». Ce constat est partagé par Pierre VANRIE

(2002), qui lui, parle d'Al Jazeera comme « le symbole de l'inversion d'un flux qui semblait circuler définitivement du Sud au Nord ».

Si l'avènement de ce nouveau genre d'acteurs sur la scène médiatique internationale est incontestablement une preuve d'une volonté de rééquilibrer les flux d'informations, nous ne pourrions nous empêcher de nous interroger, si ce genre d'initiative que nous pouvons qualifier d'isolée, pourrait vraiment inverser la tendance du flux d'informations internationales. Ce serait donner une ampleur très importante à cette chaîne d'informations, que d'admettre qu'à elle seule, elle a pu contrer l'hégémonie occidentale sur le système d'informations internationale. Néanmoins elle demeure un début, une porte d'ouverture vers une information internationale variée et plurielle, impliquant de nouveaux acteurs des pays émergents.

MATTELART relève également un avis qui ne tranche pas vraiment avec celui de VANRIE, celui de Chris PATTERSON, qui écrit en 1998, que l'avènement des nouveaux acteurs du Sud en matière d'informations internationales, n'a pas vraiment résolu le problème du déséquilibre du système médiatique mondial. La situation serait même plus défavorable aux pays du Sud qu'au début de la décennie 90 du siècle dernier.

Il souligne en parlant des pays du Sud que : « ces pays sont aujourd'hui plus exclus que jamais, dans l'impossibilité qu'ils sont de contribuer aux flux globaux d'informations télévisées ». (MATTELART Tristan, 2014). Ce constat de déséquilibre persistant entre Nord et Sud, concernant l'information internationale, est expliqué par deux facteurs. Le premier est le modèle économique sophistiqué des chaînes internationales occidentales d'informations, qui sont producteurs et vendeurs d'images, d'actualités internationales. L'évolution de la technique et du modèle économique a engendré par la même occasion, une certaine dépendance du reste du monde par rapport à leurs contenus. C'est donc le perpétuel facteur technique qui serait pointé du doigt, celui de l'impossibilité de rattraper l'écart qui sépare le Nord et le Sud en termes de compétences techniques. Le deuxième facteur, serait lui, par contre, d'ordre politique et géopolitique. Selon MATTELART, il s'agit de la réticence des pays du Sud à une idée d'ouverture sur le marché international d'informations. Il souligne que certains pays prônaient le principe de la « circulation libre et équilibrée » à la place de la « libre circulation de l'information ». Ce nouveau principe impliquerait une circulation respectueuse de la souveraineté et de l'intégrité territoriale des États, un principe, selon lui, qui serait suspect aux yeux des pays occidentaux, car il cacherait implicitement un certain droit de contrôle et de censure d'informations. S'agit-il de la réalité ou d'une diversion des

pays occidentaux pour ignorer l'illégitimité d'un système international d'informations déséquilibré ? L'auteur se prononce en faveur de la deuxième hypothèse. Cela nous prouve la complexité, à tous points de vue, de vérifier l'état des lieux et la réalité du déséquilibre entre Nord et Sud et d'évaluer ses vraies causes. En effet la complexité du système international d'informations vient du fait que ce dernier impliquerait d'autres facteurs que l'aspect technique ou économique et qui accentuent son déséquilibre. L'avènement de nouveaux acteurs du Sud ne suffirait pas vraiment pour évoquer d'une façon tranchée un contre flux important et massif en termes d'informations internationales circulant depuis le Sud. Quant au cas de la chaîne d'informations qatari Al Jazeera, si son rôle de contre flux est incontestablement novateur, il n'en demeure pas moins que ce rôle -comme on va le voir plus loin- n'était que momentané et inhérent à une situation et un contexte donné. Ce serait donc selon nous, un contre flux sporadique et non permanent, relatif à des événements définis et à une actualité particulière limitée dans le temps.

III.1.2 : L'information internationale, la migration vers de nouveaux supports.

En abordant la mutation du système d'informations internationales à travers les différents bouleversements, il ne nous a pas échappé, qu'indépendamment des informations elles-mêmes, des éléments impliqués dans le processus de leurs diffusion ont eux aussi connu des mutations. Il s'agit notamment des supports par lesquelles les informations sont véhiculées. Nous entendons ici par supports, ce que les spécialistes de la communication, à l'exemple de Mac LUHAN, appellent le canal ou le médium. Un canal ou un support est l'élément technique qui sert de support pour véhiculer une information, un message. Nous pouvons donc distinguer entre les supports écrits, à l'exemple des journaux, le papier étant le canal, du support sonore se basant sur la technologie pouvant transmettre et diffuser des messages audio, à l'exemple de la radio, et enfin des supports visuels, parmi lesquels nous pouvons distinguer les visuels animés des inanimés, donc visuels et audio-visuels. Il s'agit de l'image, la photographie, la vidéo et bien sûr de la télévision comme technique combinant l'image et le son. La diffusion d'informations n'a donc jamais cessé de muter d'un support à l'autre et de coexister sur plusieurs supports en même temps. Mais dans le cas d'informations internationales, nous constatons que ces dernières ne sont plus l'apanage de certains supports plus que d'autres, en tous cas, en termes de quantité de messages informatifs véhiculés et du rôle joué par certains médias sur la scène internationale.



Comme nous l'avons déjà souligné, l'internationalisation du système d'informations survient dans un contexte d'internationalisation générale, que certains appellent la globalisation. Fortes d'un arsenal technologique de plus en plus important et sophistiqué, la diffusion d'informations internationales a connu trois phases importantes dans son processus d'évolution. Ces trois phases constituent un processus de mutation continu et non dichotomique. Malgré la préférence accordée plus à un support qu'aux autres pour son efficacité, les informations internationales ont toujours coexistées dans les trois supports que nous allons évoquer. Au début des soubresauts du système international d'informations et de son rôle grandissant dans les relations internationales, notamment pendant et après la Seconde Guerre Mondiale, les agences de presse internationales avaient une place de choix auprès des gouvernements des pays. Elles étaient au départ utilisées comme outils de propagande, ces agences de presse tendent avec le temps à devenir de vrais moyens pour concocter et diffuser les informations à l'échelle planétaire à travers des brèves et des dépêches qui transmettent l'essentiel des informations. Elles demeurent malgré l'évolution technique et la mutation médiatique, un moyen de diffusion et de transmission d'informations internationales, et cela pour une raison simple, celle que le travail des agences de presse a su s'adapter aux différents canaux et supports de diffusion qui existent.

Du courrier au télégramme, en passant par le fax et le téléphone puis internet, les dépêches des agences de presse ont survécu à l'évolution technique et restent donc -malgré un rôle de plus en plus restreint par rapport à leur début- un support important pour les informations internationales. Les réseaux toujours forts de l'AFP, Reuters et AP sont des preuves que le système des agences de presse continue à alimenter les informations internationales.

Le deuxième support que nous allons aborder est la radio. Bien qu'il existe comme média depuis les années 20 du siècle dernier, son exploitation dans la diffusion d'informations internationales remonte à l'entre-deux-guerres. Les premières radios à vocation internationale sont RFI (France dès 1931), BBC (Royaume Unis dès 1932) VOA (Etats Unis depuis 1942), DW (Allemagne depuis 1953), puis d'autres radios internationales ont vu le jour. Tristan MATTELART remarque, à juste titre, que la radio comme moyen de diffusion d'informations internationales, n'a pas beaucoup capté l'intérêt de ceux qui revendiquent un nouvel ordre d'informations internationales. Il souligne que « les radios internationales pourtant jouent un rôle central, et fort ancien, dans la circulation sans frontières des nouvelles ». (MATTELART Tristan, 2014). Il ajoute que, contrairement aux agences de presse où le déséquilibre entre le Nord et le Sud est flagrant, dans le cas des radios, un bon nombre de pays du Sud est investi

depuis des années dans la diffusion régionale et internationale. La radio est dès lors perçue du point de vue technique, comme un support médiatique abolisseur des frontières naturelles et étatiques, car le contrôle des ondes émises depuis les territoires étrangers n'est pas une chose facile. C'est ainsi que la radio s'avère dans plusieurs contextes comme un média qui a joué un rôle très important dans la circulation d'informations internationales. Elle est considérée comme une alternative et un moyen de contourner la censure dans l'exemple des régimes autoritaires comme le souligne MATTELART. Nous pouvons également ajouter que cette dernière a joué dans certains conflits et guerres un rôle prépondérant et a été un outil efficace. Nous citerons, à titre d'exemple, le rôle de la BBC pour la résistance française pendant la Seconde Guerre mondiale, ainsi que celui de la Radio du Caire qui a été, pour les révolutionnaires algériens, l'équivalent de la BBC. Malgré ce rôle important de la radio, MATTELART relève une certaine résistance envers ce média qui est considéré, pour reprendre ses mots, comme « vecteur d'activités pernicieuses ». Pour notre part, Nous estimons, que le rôle d'outil de propagande longtemps assigné à la radio a laissé des traces, ce qui explique la suspicion dans laquelle est placé ce média. Il reste un dernier détail qui n'a pas échappé à l'auteur, celui de la difficulté à mesurer la portance et la dimension internationale d'une radio. À l'exception des grandes radios internationales qui revendiquent leur statut, pour les autres radios émises un peu partout dans le monde, nous ne sommes pas toujours en mesure de savoir si ces dernières sont écoutées et si la puissance de leur émission est suffisante pour être considérées partie prenante de la circulation internationale d'informations. Nous pouvons ainsi conclure, concernant la radio, que cette dernière a été à un certain moment, un relais de choix pour la circulation d'informations internationales et quelle a joué un rôle important dans la mutation et la migration de ces informations d'un support à l'autre.

Le dernier support que nous aborderons est la télévision. Le cas de la télévision est important à évoquer. La première raison de cette importance réside dans le sujet que nous traitons dans ce travail où ce média occupe une place importante. L'autre intérêt d'évoquer la télévision, concernant la mutation du modèle d'informations, est qu'elle a connu la migration des informations d'un support à l'autre, mais aussi à l'intérieur même de ce support qui est la télévision. À ses débuts, la télévision est conçue comme un moyen de divertissement, un objet curieux et magique. Les informations ont fait progressivement leur entrée à la télévision. C'est une migration lente et marquée par l'évolution technique en termes de production et de diffusion d'informations. Les nouvelles se sont développées peu à peu et les plages horaires consacrées à ces dernières deviennent plus importantes. L'évolution des contenus informatifs

dans la télévision et son cheminement sont détaillés dans un ouvrage de Guy LOCHARD intitulé : « l'information télévisée : mutation professionnelles et enjeux citoyen » (2005). L'auteur nous présente une chronologie assez complète de l'évolution des informations à travers la télévision, des formats aux différents genres en passant par les différents stades de l'évolution de l'information télévisée. L'auteur met, non seulement l'accent sur la mutation des supports, mais aussi sur cette mutation dans l'espace physique, géographique. C'est notamment pendant la période de la guerre froide que les pays, surtout les Etats Unis d'Amérique, ont réalisé le poids des images dans l'influence que pourrait exercer la télévision sur son public. On passe alors des nouvelles, au récit de nouvelles où les informations subissent désormais un traitement particulier. On ne se contente pas juste de rapporter l'événement, les images, mais aussi de les commenter, de les orchestrer, de les monter pour faire des informations un récit véhiculant une certaine analyse et une interprétation de la réalité. Les images du premier homme sur la lune est un exemple intéressant à évoquer ici sur l'importance des images dans le récit informatif, pour témoigner et attester de la véracité d'une information. La vocation internationale des informations télévisées a elle aussi, connu un regain d'intérêt, à l'instar de la radio, la télévision commence elle aussi, à entrer dans l'ère de l'internationalisation. En témoigne l'intérêt grandissant accordé à l'actualité internationale qu'on peut observer, qui constitue une rubrique à part dans les bulletins d'informations des chaînes généralistes. Que ce soit en Europe ou aux Etats Unis, l'intégration de l'actualité internationale dans les journaux télévisés des chaînes locales est généralisée. Ainsi par exemple, des événements comme la chute du mur de Berlin en 1989, les grandes manifestations sportives internationales, ont été suivies par des millions de téléspectateurs à travers le monde via les télévisions nationales.

Mais cette configuration commence à changer depuis le début des années 90 du siècle dernier. À en croire Tristan MATTELART, la nouvelle migration que connaissent les informations internationales, des télévisions généralistes vers les nouvelles chaînes d'informations internationales, n'est pas seulement le fruit des progrès techniques en termes d'utilisation du satellite. D'autres considérations ont accéléré cette mutation, Tristan MATTELART s'appuie sur l'analyse de Daya K. THUSSU (2007), qui constate que : « les nouvelles consacrées à l'actualité internationale se raréfiaient à l'antenne des journaux télévisés des grandes chaînes généralistes occidentales sous l'effet combiné d'une compétition accrue pour l'audience en temps de déréglementation et de la baisse des budgets consacrés à l'actualité internationale ». Ce sont donc aussi des raisons économiques et budgétaires qui seraient à l'origine de cette



rareté des contenus informatifs internationaux dans les chaînes généralistes. Même si cela répond en partie à notre interrogation sur les causes de la migration d'informations internationales vers de nouveaux supports, nous ne pouvons pas nous empêcher de nous interroger encore sur ce désamour entre les chaînes de télévision généralistes et l'actualité internationale. C'est ainsi qu'une autre référence viendra répondre à nos interrogations.

En effet Dominique MARCHETTI (cité par MATTELART 2014), expose de son côté une autre cause de cette mutation, qui serait, bien sûr, en corrélation avec ce qui a été avancé par THUSSU. Il s'agit ici de la question de la réception, car l'auteur estime que le recul des contenus informatifs internationaux au sein des chaînes de télévision généralistes s'est fait « au bénéfice d'une information intérieure, davantage susceptible de satisfaire les attentes supposées du grand public ». (MARCHETTI, 2005, p.49-78). C'est donc les choix du public de ces chaînes généralistes -qui serait plus intéressé par une information locale et nationale- qui sont à l'origine des choix éditoriaux des chaînes généralistes, de réduire les contenus internationaux, choix qui mèneront vers la migration d'informations internationales vers de nouveaux supports, en l'occurrence vers les chaînes d'informations internationales.

III.1.3 : La société de l'information, mythe ou réalité ?

Nous avons précédemment la mutation subite par les informations, ainsi que la migration de ces dernières d'un support vers l'autre. Dans ce processus complexe nous avons souligné l'importance du facteur technique, même si ce dernier à lui seul, ne peut pas constituer l'élément clé de la compréhension et de l'analyse de la mutation d'informations. À travers plusieurs lectures relatives à ce sujet, une notion revient souvent comme étant complexe, fourre-tout et surtout controversée au sein de la communauté scientifique. Il s'agit du concept ou de la théorie de la société de l'information. Le concept matérialise cette convergence rendue possible par la technique, entre plusieurs secteurs se partageant l'information comme terrain commun, qui serait à l'origine de cette nouvelle conceptualisation.

Dans son rapport sur la communication datant de 1997, l'Unesco définit la société de l'information comme : « une société en voie de formation engendrée par les nouvelles technologies de l'information et de la communication et leur convergence »². Cette définition est reprise également en substance dans un rapport présenté à la CAE³ en 2003, qui avait pour objectif d'orienter les politiques gouvernementales en France, relatives aux enjeux des TIC sur le plan sociétal, économique et dans la gestion des différentes structures de l'Etat. Les auteurs de ce rapport évoquent, en parlant de la société de l'information, un constat d'une révolution de l'information.

Selon Armand MATTELART, il est incontestable que l'ancêtre du concept de la société de l'information n'est nul autre que celui de la société post-industrielle. Il estime que « l'idée est fille d'une histoire inscrite dans la longue durée du développement du capitalisme ». (A.MATTELART, 2009, p.03-04). Il ajoute que ce concept a commencé à faire son chemin avec la guerre froide et dans le sillage du progrès technologique, qui serait perçu par certains pays industrialisés comme un moyen de sortir d'une crise de civilisation. Cette notion serait donc, selon MATTELART, une sorte d'échappatoire et une résiliation, face à la technologie qui façonnerait les contours d'une nouvelle société de l'information techno-centrée, élargie à l'échelle globale, car à partir des années 90 du siècle dernier, on commence à parler de « société globale de l'information ». Si l'auteur affiche clairement son scepticisme par rapport

² UNESCO. Rapport mondial sur la communication. Les médias face aux défis des nouvelles technologies, p.33.

³ CAE (Conseil d'Analyse Economiques), N. CURIENC, P.A. MUET, Rapport sur la société de l'information, p.9, 10.

à cette nouvelle théorie, d'autres par contre l'ont plébiscitée et soutenue à l'exemple du sociologue américain Daniel BELL, considéré comme le père fondateur de cette pensée. Ce dernier souligne déjà en 1976 que « si la société industrielle est une société de production des biens, la société postindustrielle est une société de l'information ». MATTELART comme Gérard BERTHOUD (2000), s'accordent à dire que les origines de ce nouveau concept remontent plus loin dans l'histoire, à commencer par la réflexion et les développements technoscientifiques, ce que MATTELART désigne comme « le culte du nombre ». Cette pensée s'est développée sous l'impulsion de la théorie mathématique de la communication de Claude SHANON (1949), fondée sur le calcul de la quantité d'informations. Ce serait donc cette approche quantitative d'informations soumise au chiffrage et à un traitement automatisé qui serait à l'origine de la société de l'information. À partir de cette réflexion, en arrivant à celle de Manuel CASTELS qui considère que « l'ère de l'information n'est rien que le mode de développement dans lequel nous entrons, du fait de la révolution des nouvelles technologies de l'information ». (CASTELS, 1999, p.29). La société de l'information s'avère alors comme une théorie « promue paradigme dominant du changement social », pour reprendre les termes de MATTELART. Cette notion a été en effet érigée au statut à la fois d'utopie et de mythe, notamment par les défenseurs de la théorie techno-centrée.

Dans un article du groupe de recherche « Technologie Modernité », paru en 2002 dans la revue européenne des sciences sociales⁴, les auteurs reviennent sur l'euphorie utopiste avec laquelle certaines sphères économique-politiques et même médiatiques et académiques évoquent le passage à la société de l'information comme : « une entrée dans un temps radicalement neuf, comme l'imminente transition vers une société qui permet une relation des uns aux autres, pacifiée et dénuée des conflits qui ont agité le temps industriel ». (BERTHOUD et CERQUI, 2002, p. 09).

De son côté Philippe BRETON (2002), dans son article intitulé : « la société de l'information de l'utopie au désenchantement », nous présente le postulat de base des défenseurs de la société de l'information. Il souligne d'abord que ce postulat reposerait sur un raisonnement en trois étapes : La première est celle d'attester qu'une révolution a eu lieu dans le domaine de l'information, dans son traitement, sa conservation et son transport. La deuxième, est d'admettre que cette révolution a apporté des changements en profondeur dans les structures

⁴ Actes du XVIIIème colloque du groupe d'étude « Pratiques Sociales et Théories », La société de l'information.

de nos sociétés et même de nos civilisations. La troisième pour finir, serait de reconnaître le caractère positif de ce changement, qui donnerait naissance à une nouvelle société « plus égalitaire, plus démocratique et plus prospère »⁵. Cette dimension utopiste de la société de l'information est également relevée par MATTELART, qui évoque une société de l'information perçue par ses défenseurs comme une « caution d'un monde plus solidaire, transparent, libre, égalitaire ». C'est une perception à laquelle il s'oppose clairement en remettant en cause cette vision idéaliste. Il estime que ce postulat « ne délivre son sens que dans une configuration géopolitique ». Il estime également que cette notion de société de l'information a pu acquérir un « caractère d'évidence » sans que les citoyens aient le droit de participer à un vrai débat autour de la question. Cela donnerait un caractère illégitime à cette théorie d'une nouvelle société, qui serait imposée par les fondateurs de la pensée technocentrée. Néanmoins l'auteur se réjouit que la donne commence à changer concernant le débat autour de la réglementation et de de l'aménagement du cyber espace au sein des institutions internationales, donnant plus d'espace d'expression à la société civile.

La controverse, au sujet de la société de l'information, a marqué les débats académiques au sein de la communauté scientifique. BERTHOUE (2002), dans l'introduction des actes du XVIIIème colloque du groupe d'étude, pratiques sociales et théories, intitulé « la société de l'information, états des lieux »⁶, revient sur l'aspect ambivalent et flou que peut revêtir le concept de la société de l'information. Le flou et l'ambiguïté autour de cette notion commencent même dès sa définition. Il souligne : « à la question de savoir ce qu'est la SI, nous nous trouvons confrontés à une pluralité de réponses, et apparaît en conséquences que la SI s'insère dans une sorte de nébuleuse sémantique : tour à tour qualifiée de fiction, d'idéologie, d'utopie, ou de mythe voire de culte...elle est pour d'autres une réalité tangible ». À cette vision controversée de la société de l'information, l'auteur préconise de faire une différence entre le traitement de ce concept comme pur discours et son traitement comme phénomène et réalité objectivable. Il est important pour lui de sortir du débat existentiel sur la nature de la société de l'information, pour permettre d'apporter d'autres éléments sur les aspects qui composeraient cette dernière. Il conclut en soulignant, que la plupart des études et des recherches en sciences sociales francophones portent plus sur le côté rhétorique et discours autour de la société de l'information que sur le côté de la réalité considérée comme

⁵ Ibid., Actes du XVIIIème colloque du groupe d'étude « Pratiques Sociales et Théories », p. 35.

⁶ Id. p.5.

objective. Ces recherches auraient en commun l'objectif de déconstruire le discours sur la société de l'information.

Dans un entretien accordé à son homologue argentin Martin BECERA, Bernard MIEGE (2003), confirme son opposition au concept de société de l'information qu'il considère comme « un coup de force théorique » imposé par les publicistes et leurs réseaux. Selon lui, ce qualificatif ne permet pas clairement d'identifier et de rendre compte des changements et des mutations en cours. Il propose volontiers de remplacer cette notion par celle d'«ordre de l'information ». Il argumente son choix en soulignant que : « dans cette expression, ce sont les changements, relatifs à l'information, qui sont considérés comme premiers. Cet aspect est essentiel, car trop d'approches esquivent ce qui est en jeu, en se focalisant sur les changements affectant les supports ou les instances de médiations, alors que l'essentiel concerne la circulation de l'information ». (MIEGE Bernard, 2003, en ligne).

L'auteur souligne ici à juste titre, ce que nous considérons comme l'essentiel et pourtant le grand absent dans les débats autour de la société de l'information. Nous avons pu remarquer, à travers les différentes références citées, que la plus part des auteurs se sont focalisés sur des aspects techniques, matériels ainsi que sur des positions idéologiques, en traitant la notion de la société de l'information et cela au détriment de l'information, très exactement de la circulation d'informations au niveau international qui serait à reconsidérer dans ce débat sur la société de l'information. À la question si la société de l'information est-elle un mythe ou une réalité, nous répondrons qu'elle serait concrètement une mutation en cours, si nous prenons en considération l'aspect technique et technologique de cette dernière et son rôle dans la production, la diffusion et le stockage d'informations utilisées dans divers domaines. Par contre, si on se réfère aux contenus, aux usages dont font l'objet les informations, les orientations des différentes institutions et pays en la matière, on peut estimer que cet aspect homogène et global prôné par la théorie de la société de l'information serait, à certains égards, une utopie ou un mythe qui ne reflète pas la réalité des choses.

Les partisans de la société de l'information pourraient bien se réjouir de l'égalité que pourrait offrir la technique entre les citoyens du monde. Mais cette égalité dans l'accès à la technique ne se généralise pas aux autres domaines de la vie. À titre d'exemple, nous pouvons citer le cas d'un citoyen d'un pays de l'Afrique subsaharienne qui, grâce aux multinationales des télécommunications, pourrait au même titre qu'un citoyen européen, accéder aux services de la téléphonie mobile en 3G voire en 4G. Mais est-ce pour autant, cette facilitée technique pourrait assurer une égalité entre les deux ? La situation réelle témoigne en défaveur de cette

égalité, car d'autres aspects matériels et immatériels de la vie nous rappellent à cette réalité de l'inégalité persistante entre les différentes régions du monde. Donc l'aspect égalitaire prôné par la société de l'information n'est qu'une chimère. Il est des inégalités, des retards que la technologie à elle seule ne peut combler. Même si l'accès et l'échange d'informations reste un vecteur qui pourrait apporter des changements, garantir une ouverture des pays sur le monde, et ainsi assurer un certain transfert de savoirs et de compétences, d'autres enjeux d'ordre économiques, géopolitiques veilleront toujours à pérenniser une certaine hégémonie, un certain contrôle dans la gestion des nouveaux espaces engendrés par le développement technologique à l'exemple d'Internet, des réseaux mondiaux d'échange d'informations et des médias internationaux.

III.2 : Tours du monde des chaînes internationales d'informations.

Tout d'abord, il est question ici de médias transnationaux, une classification sous laquelle peuvent être répertoriées différentes catégories de chaînes d'informations, qui se sont investies à vocation planétaire. Cette nouvelle tendance qui tend vers l'international a bien des répercussions sur l'information, car elle se trouve elle aussi dans une logique de mutation, pour être au diapason de ces nouveaux supports. Les cas de France 24 arabophone et d'Al Jazeera, à ce titre, sont en contraste avec cette catégorie de médias.

Nous avons estimé dans notre recherche qu'un tour du monde des chaînes d'informations internationales, telles qu'elles existent aujourd'hui, est incontournable pour mieux comprendre la logique de ces dernières à travers leur répartition géographique. Il s'agit donc ici d'une brève géopolitique des chaînes internationales d'informations.

Nous commençons d'abord cette brève géopolitique des chaînes d'informations internationales par le continent asiatique, c'est le plus vaste continent et celui qui se caractérise par une grande diversité culturelle et linguistique, donc par une diversité médiatique.

Longtemps en retrait au niveau des médias et des chaînes internationales d'informations, plusieurs pays de ce continent se sont investis dans cette nouvelle tendance à commencer par un minuscule Etat du Golfe Arabo-Persique. Le Qatar a été le premier pays asiatique à investir dans une chaîne internationale d'informations. Ainsi, Al Jazeera voit le jour en novembre 1996 dans un paysage médiatique mondial jusqu'ici dominé par les Etats-Unis et



un paysage médiatique régional dominé par le voisin saoudien. L'arrivée d'Al Jazeera sur le marché de l'audiovisuel s'est faite dans un contexte particulier et suite à une conjoncture complexe que nous aurons l'occasion d'évoquer un peu plus loin dans ce travail. L'essentiel à retenir est qu'avec cette nouvelle chaîne d'informations internationale et arabophone, le Qatar veut faire entendre sa voix sur le plan médiatique mais aussi géopolitique dans la région du monde arabe, mais aussi dans le reste du monde. Une version anglophone d'Al Jazeera voit le jour en 2006, confirmant cette ambition internationale du Qatar. L'autre acteur régional des médias, se résout lui aussi à se munir de sa chaîne d'informations internationale. L'Arabie Saoudite lance Al Arabiya, inaugurée en mars 2003. Le pays est déjà très présent en termes d'audiovisuel dans la région, entend par cette nouvelle chaîne, marquer son leadership dans la région, mais aussi sa volonté d'investir le domaine de l'information. Avec Al Arabiya, c'est surtout pour l'Arabie Saoudite, une question de positionnement géostratégique lui permettant de défendre des positions idéologiques différentes du voisin qatari qui est à l'origine de cette chaîne.

Pas loin, le frère ennemi iranien emboîte le pas avec l'arrivée de sa chaîne d'informations internationale Al Alam en 2003. Avec cette chaîne, l'enjeu pour l'Iran est de marquer sa présence dans la région Arabe, notamment sur le plan dogmatique, en s'adressant aux populations chiites de cette région. L'Iran a connu aussi une histoire mouvementée dans ses relations internationales, notamment avec les USA et ses alliés. Le pays cherche donc à s'ouvrir d'avantage sur la région et sur le monde en se positionnant dans l'actualité internationale par le biais de sa chaîne d'informations internationale.

Toujours dans cette région du Proche Orient, un autre acteur régional s'est engagé dans la guerre médiatique afin de défendre ses intérêts dans la région et légitimer son statut d'état, malgré l'hostilité de certains de ses voisins. Israël inaugure en 2013 une chaîne d'informations internationale trilingue (anglais, arabe, français), I24 news, qui vient s'ajouter à la liste des chaînes internationales d'informations dans cette région. Cette chaîne entièrement privée, ne se situe donc pas dans la vocation de propagande au régime, mais elle entend tout de même montrer un autre visage d'Israël que celui véhiculé par ses concurrentes arabes.

En dehors de cette région Arabo-Persique, trois autres pays se sont aussi distingués en inaugurant des chaînes internationales d'informations. D'abord la Russie, avec son groupe RT Russia Today a lancé en décembre 2005, avec une antenne arabophone dès mai 2007, la

chaîne « Roussia Al Yaoum ». Contrairement aux autres pays déjà cités, la Russie jouit déjà d'une place prépondérante au sein des relations internationales, en étant notamment membre permanent du conseil de sécurité de l'ONU. Malgré cela le pays s'est muni d'une arme médiatique il renoue avec son passé marqué par une activité notoire en termes d'information et de désinformation pour des fins de propagande durant la guerre froide. Mais l'audiovisuel est une nouveauté qui vient enrichir l'arsenal russe en matière d'influence sur les relations internationales.

Le géant chinois, qui depuis la fin de la guerre froide semble en retrait par rapport à son rôle dans les relations internationales, en préférant déplacer cette influence sur le plan économique, semble découvrir une nouvelle vocation pour l'audiovisuel. Le pays comprend vite que l'audiovisuel pourrait booster son image de géant économique. Il inaugure la chaîne CCTV en 2000, chaîne d'informations internationale anglophone, puis une antenne arabophone voie le jour dès 2009.

La Turquie n'est pas en reste dans cette course, pays à cheval entre l'Europe et l'Asie, héritière de l'Empire Ottoman dont le poids géopolitique été considérable dans la région du monde Arabe, le pays après avoir passé une période de retrait dans les relations internationales sous le régime Kémaliste, renoue ces dernières années avec la diplomatie internationale. Le nouveau régime en place entend rendre à la Turquie sa place dans la région Eurasiennne et celle du Proche Orient. Le pays lance sa chaîne d'information internationale TRT Türk en 2009.

Sur le continent américain, le paysage médiatique longtemps dominé par les USA reste à peu près pareil. Le pays fort de son statut de leader mondial, instaure dès la fin de la guerre froide un système de monopole sur l'audiovisuel et devient un pionnier en termes des chaînes internationales d'informations. La chaîne CNN dès 1980 qui se dote d'une inclinaison internationale « CCN International » dès 1985, serait la source d'inspiration à toutes les autres chaînes internationales d'informations à travers le monde. Cette chaîne initialement anglophone a connu au fil du temps de nouvelles versions en différentes langues. Elle resta longtemps leader mondial de l'information internationale. CNN connaît une concurrence rude à l'intérieur du pays avec l'arrivée de Fox News en 1996, qui malgré son statut de chaîne d'informations locale, consacre une couverture importante à l'actualité internationale. Mais le coup le plus important que voulait marquer le pays dans le paysage médiatique mondial est arrivé en 2004, avec l'inauguration d'Al Hurra, une chaîne d'informations internationale

arabophone créée par le département d'Etat American et le Congrès. Arrivée dans des circonstances post 11 septembre 2001 et en pleine guerre contre le terrorisme international, la chaîne entend défendre les idées étasuniennes et influencer le public du Monde Arabe. Elle voulait être un contrepoids face aux chaînes arabes d'informations, notamment Al Jazeera, mais ses couvertures qui flirtaient souvent avec la propagande ne lui ont pas permis le succès attendu.

Hormis l'audiovisuel étatsunien très présent et actif sur la scène internationale, le reste des pays du continent américain restent en retrait. Il est à noter une expérience timide du Brésil avec Globo News 1996 et Record News en 2007.

L'Europe, comme nous l'avons évoqué, a intégré l'information internationale dans sa stratégie médiatique relativement tôt, notamment grâce à la radiodiffusion, le continent a connu une multitude d'acteurs. Au niveau de l'audiovisuel le cas européen est très intéressant à évoquer. En effet le statut de l'Europe sur le plan géopolitique, jouit de cette double représentation, à la fois par le biais de l'Europe comme un ensemble, puis par celui des initiatives des différents pays en dehors de cette union. Il y a deux différentes expériences en termes de chaînes internationales d'informations, d'un côté l'initiative de la communauté européenne puis celle des états séparément. En termes d'initiatives communautaires, Euronews reste l'offensive la plus importante de l'Europe dans l'audiovisuel international. Elle est conçue comme une chaîne paneuropéenne destinée à positionner l'Europe au sein de l'information internationale et des enjeux diplomatiques, mais aussi à accompagner la construction européenne. Fondée en 1993, elle comptait parmi les pays fondateurs, les chaînes du service public d'un certain nombre de pays européens. Par la suite l'actionnariat s'est élargi à des pays de la rive sud de la Méditerranée. La chaîne émet en 14 langues différentes ce qui fait d'elle une des plus diversifiées de ce côté. Au niveau des initiatives des pays, l'exemple de la britannique BBC reste le plus important. Le groupe lance une chaîne d'informations internationale dès 1995 la BBC World qui reste fidèle à l'esprit du service public britannique. La chaîne est diffusée dans 200 pays à travers le monde et jouit d'une réputation plutôt positive. Le groupe lance une version arabophone en 2008 destiné au public du Monde Arabe. Après l'échec d'une tentative antérieure, la chaîne a finalement vu le jour. La deuxième chaîne d'information britannique à vocation internationale est venue du groupe Sky, avec Sky News à partir de 1989, puis une chaîne d'informations internationale arabophone Sky News Arabic en 2012 basée à Abu Dhabi aux Emirats Arabes Unis.



L'Allemagne, pourtant discrète sur la scène internationale en termes de diplomatie et d'audiovisuel, cela malgré une expérience concluante dans la radio diffusion, finit par se reconverter dans l'audiovisuel international avec la chaîne DW (Deutsch Welle). Bien que la chaîne ait existé déjà, sa dimension internationale commence à être renforcée à partir de 1995 avec une diffusion en continu intégrant plusieurs langues étrangères.

La France, pays de tradition diplomatique et relativement présente sur la scène internationale n'a pas la même philosophie en termes de médias internationaux. Le pays a longtemps misé sur l'aspect culturel et linguistique. La priorité du pays est alors donnée au rayonnement culturel de la France et à la diffusion de la langue française, notamment dans les anciennes colonies et pays francophones. La chaîne TV5 MONDE est restée longtemps le principal acteur de l'audiovisuel extérieur français. Cette vision différente explique en partie l'arrivée tardive de la première chaîne d'informations internationale française. France 24 est inaugurée en 2006 avec dans la foulée deux déclinaisons en Anglais et en Arabe.

Avec France 24 la France semble prendre en considération l'importance d'une chaîne d'informations qui véhiculerait autre chose que la langue et la culture française vers l'international. France 24 dès lors est pensée comme une sorte de complément diplomatique.

Le dernier continent à évoquer dans ce tour du monde des chaînes internationales d'informations est l'Afrique. En l'absence d'une grande puissance africaine sur la scène internationale, l'audiovisuel reste relativement précaire avec quelques initiatives notamment des pays du Maghreb. L'ouverture ces dernières années du champ médiatique dans ces pays a vu la création de chaînes d'informations en continu beaucoup plus destinées à un public local, à l'exemple de Anahar TV et El Chourouk TV en Algérie. Une initiative de chaîne d'informations internationale africaine a vu le jour en 2009, fondée par un homme d'affaire Camerounais. La chaîne Africa24 siège en France, et a comme actionnaires certains pays africains. Elle se veut être un relais d'informations internationales qui se baserait essentiellement sur le continent africain, mais serait aussi ouvert sur le reste du monde.

III.2.1 : L'ambition transnationale, tendance ou stratégie ?

Certains chercheurs prétendent, à l'exemple de Guy LOCHARD (2005), que la transnationalisation de l'information, « œuvre au même titre que le tourisme », en matière d'exportation d'images, d'idées et de « marketing » dans tous ses sens. C'est en tout cas le point de vue de Guy LOCHARD au sujet des chaînes transnationales. Si le cas d'Al Jazeera paraît en phase avec cette définition, néanmoins et contrairement à cette vision limitée du phénomène, France 24 arabophone se situe dans une logique plus différente, car elle ne reflète pas vraiment l'image de la France, même si elle tend à valoriser sa diplomatie à l'attention de certaines régions du monde. C'est d'autant vrai, qu'elle se veut comme un miroir du monde arabe, notre intérêt à travers ce travail est de décortiquer et d'analyser ce reflet et sa nature. Est-ce un reflet qui se réduit à une logique médiatique, informationnelle, ou s'agit-il d'un reflet modelé selon des stéréotypes ou archétypes conçus spécialement, à l'égard du monde arabe ? Comme le soulignait déjà l'auteur, cette dimension médiatique des chaînes d'informations internationales peut s'avérer « très complexe », car les chaînes transnationales « s'interrogent diversement sur les attendus, les présupposés et les effets des discours informatifs qu'elles proposent à des populations plus au moins ciblées socialement, plus ou moins homogènes culturellement et plus ou moins dispersées géographiquement ». Cette interrogation est parfaitement incarnée par les médias transnationaux que constituent France 24 arabophone et Al Jazeera, qui ciblent la population du monde arabe, en leur qualité de médias « orientés », dans le sens géographique vers cette région, mais aussi idéologique par rapport aux idées et opinions qu'elles véhiculent sur et vers cette région. Cette orientation serait un enjeu très complexe mais très important pour occuper une place dans le paysage médiatique mondial. Quant au choix de la population ciblée, il résulte de la nouvelle tendance médiatique satellitaire, qui valorise l'aspect géostratégique du monde arabe, qu'a imposé la chaîne qatarie Al Jazeera.

Une question vient enrichir notre sujet à travers l'ouvrage de LOCHARD, celle du questionnement sur l'articulation entre une théorie politique, une théorie anthropologique, et économique, qui forment la base des médias du genre de France 24 arabophone et Al Jazeera. Dans le cas de notre sujet, l'identité des deux chaînes est constituée de ces trois éléments, mais l'objectif est de déterminer la variante la plus dominante parmi les trois. Il s'agit de savoir si ces deux chaînes aboutissent à une logique plus au moins économique, orientant

leurs programmations et assurant leurs existences respectives. Et dans ce cas-là, c'est la logique du marché qui fait vivre ces chaînes, notamment le rapport entre l'argent investi et les recettes attendues. Cette logique instaure un modèle économique qui tend à l'internationalisation des médias et qui concevrait ces derniers comme toute entreprise.

Dans le deuxième cas de figure, ces chaînes répondraient davantage à une logique politique, voire géopolitique, celle des pouvoirs et contre-pouvoirs et du positionnement par rapport aux enjeux locaux et internationaux.

Pour finir, il faut aborder le principe de la théorie de l'anthropologie, c'est-à-dire des relations unissant les différentes sociétés. Dans ce cas les médias de ce genre seraient une sorte de lien plus complexe et plus profond entre les instances émettrices et le public concerné pour des raisons historiques, socioculturelles. Le prisme anthropologique tend à expliquer que ces médias rentrent dans une logique valorisant une certaine identité linguistique et régionale mais aussi diasporique. Ces médias seraient comme des instances liées aux mouvements migratoires. Cela revient à évoquer la représentation du public d'une région et l'image dans laquelle il est représenté (réductrice, stéréotypée, archétypique).

Compte tenu des éléments invoqués, il serait légitime de formuler une interrogation sur la logique qui prime et influence les contenus médiatiques des deux chaînes d'informations. Par quelle logique la représentation du monde arabe par ces dernières est-elle influencée ? Est-ce que ces médias se plient à une orientation strictement économique (l'enjeu capitaliste, commercial), ou à la logique géopolitique censée leur donner une place importante sur le plan politique et géopolitique, en tant qu'acteur dans les différents événements et conflits se déroulant dans cette région (logique hégémonique, influence) ? Ou bien, il s'agit encore d'une autre influence d'ordre socio- anthropologique, qui repose sur des éléments historiques (représentation postcoloniale, culture et sous culture), sachant que ces trois logiques pourraient cohabiter et constituer un modèle à part entière ? L'alliance des trois éléments cités, nous aiderait à mieux comprendre l'identité de ce genre de médias. Cette interaction donne naissance à un modèle de médias, où les trois aspects cités par l'auteur sont un paradigme constituant un élément d'analyse de l'identité de ces chaînes intéressantes à investir.

III.2.2 : Médias transnationaux quelle identité ?



L'identité des deux chaînes que nous étudions est un élément important à évoquer. Dans cette articulation, l'effet que peut avoir la prolifération des sources d'informations sur la matière médiatique, ou informationnelle et son modelage nous semble intéressant à traiter en partant du principe d'une relation réelle et forte entre supports et identité des chaînes d'informations internationales. À ce propos GAAYBESS, souligne que : « la migration des messages d'un support à un autre modifie les équilibres qui régissent l'identité de leurs émetteurs et leurs contenus ». (GAAYBESS, 2009, p.32). Cette identité, ici citée par l'auteure, est donc un élément clé dans la compréhension même de la logique de ces médias. Cette idée se penche sur la nature même de l'information telle qu'elle est conçue par l'autre. Dans cette logique les contenus informationnels de ces chaînes peuvent être considérés comme de vraies migrations de messages, d'images, et même de langues. Alors, on peut bien imaginer la modification que leurs représentations peuvent subir sous l'influence de l'identité de leurs émetteurs. Cette ou ces représentations porteraient sans doute l'empreinte de leurs émetteurs.

Néanmoins, il existerait pour contrer ces représentations, d'autres représentations formalisées véhiculées par les médias officiels des régimes en place dans ces pays, ou des médias panarabes comme la chaîne AL Arabiya. Ces mêmes médias peuvent avoir une identité autre que celle des régimes en place. Leurs approches sont également différentes de celle opérées par les médias transnationaux arabophones occidentaux (Alhura, Roussia Alyaoum, BBC Arabic).

Ces éléments de réflexion nous permettent ici de formuler une autre interrogation sur la place qu'occupe la voix médiatique française arabophone, et celle du Qatar dans la carte médiatique mondiale. Quel rôle joueraient alors ces chaînes à l'échelle internationale par rapport aux médias locaux et officiels ? Incarnent-elles le rôle de médias libérateurs prônant le projet de démocratisation du monde arabe ? Ont-t-elles des spécificités qui les rendent informelles, non standardisées, offrant une étendue en qualité d'informations et élargissent ainsi les horizons du public auquel elles sont destinées ? Enfin valorisent-elles les valeurs universelles par rapport aux valeurs locales ? Ce sont autant de questions soulevées par GAAYBESS également. Elle y répond de manière hypothétique : « il y a peut-être quelque chose d'ethnocentrique à ne considérer ainsi les nouveaux médias que sous l'angle de leur potentiel libérateur, sans voir combien ce que cela peut avoir de spécifique en même d'exceptionnel. Le simple fait d'offrir une plus grande ouverture, une plus grande diversité, a bien entendu quelque chose de positif...appelé à toutes sortes de valeurs universelles qui l'emportent sur

les valeurs plus locales ». (GAAYBESS, 2009, p.22). À ces quelques réponses, le lecteur attentif est vite interpellé par l'exagération de l'auteure quant à l'effet soi-disant positif de ces médias et aux vertus qui leur sont attribuées. Cette perspective n'en est pas moins appelée à changer l'équilibre politico-social au sein même de cet espace public, et « tout cela contribue également à modifier les anciens équilibres ». (GAAYBESS, p.23). Ceci nous mène à conclure que ce genre de médias a aussi une vocation de substitution, ou de changement par rapport aux valeurs locales de l'espace public. Dans le cas de notre sujet, ce rôle se déterminerait donc par la représentation de l'espace public arabe, la conception de cette région, d'un point de vue médiatique. De même, cette représentation peut être interprétée de différentes manières. Pouvons-nous facilement admettre que les médias transnationaux occidentaux arabophones, et panarabes sont donc des substituts aux médias arabes locaux et officiels ? Ou seraient-ils de meilleure qualité, libérateurs d'informations, œuvrant pour l'élargissement et l'enrichissement de l'horizon médiatique arabe ?

Dans ce cas, alors, cela reviendrait à ignorer les expressions de points de vue subjectifs par ces acteurs, des représentations du monde arabe basées sur des stéréotypes ou archétypes. D'autres objectifs de ces chaînes peuvent être dissimulés, ici ou là, entre leurs contenus médiatiques. Ces chaînes joueraient alors sur deux types ou plus de stratégies de représentations médiatiques, ce qui veut dire que les différents cas de figure de représentation déjà cités peuvent être en cohabitation dans les lignes éditoriales des deux chaînes.

Revenons au point de l'espace public déjà évoqué par l'auteure, ou plus exactement des nouveaux publics, qui accompagnent la mutation des médias arabes. Ils sont perçus comme une sorte de continuité de la mondialisation et l'effet de la globalisation médiatique, qui est-elle, une suite logique de la mondialisation économique. Ils seraient même acteurs dans cette nouvelle stratégie, selon l'auteure qui souligne: « les publics qui émergent de ces formes de communication participent d'une sorte de "mondialisation par le bas" qui prolonge la mondialisation des systèmes financiers et de la consommation de masse ». (p.28). Sur cette idée, GAAYBESS rejoint d'autres spécialistes des médias, qui ont travaillé sur la question. Mais on rappelle qu'elle met cette idée en second plan, après la dimension géopolitique déjà exposée. Cette analyse la mène à conclure que le vrai sens de public n'est que minime dans ce cas, et que la notion de public ou d'espace public se réduit à une logique économique, celle de la production et de la consommation. Il s'agit d'une réflexion qui s'inscrit bien dans ce processus d'analyse des nouveaux médias transnationaux. Ainsi on se voit obligé de se poser la question de savoir si France 24 arabophone et Al Jazeera sont dans cette logique. À ce propos nous pourrions dire que c'est plutôt la logique géopolitique qui prime sur l'aspect



économique. Dans le cas de notre sujet, nous nous alignerons donc sur l'avis de GAAYBESS, quant à l'importance des questions géopolitiques et stratégiques, par rapport aux lignes éditoriales de ces chaînes, ainsi qu'à leurs programmations et à leurs façons de représenter le monde arabe.

À travers l'analyse de ce type de médias incarnant cette idée d'internationalisation de l'information, notamment à travers « les expériences transfrontalières de la télévision française » évoquées par LOCHARD (2005), et celle d'Al Jazeera, des éléments clés se dégagent pour nous donner une idée sur le contexte dans lequel les médias du type d'Al Jazeera et France 24 arabophone, ont émergé et se sont développés. Ces médias ont également connu le phénomène de « l'internationalisation d'informations », et ce notamment depuis la création de CNN aux USA, et l'effet qu'a suscité cette chaîne sur le paysage médiatique mondiale. Un monopole qu'elle a longtemps détenu et qui a perduré jusqu'à l'arrivée d'Al Jazeera, la chaîne la plus chère au monde dotée d'un budget de près de 600 millions de dollars par an.

Les médias planétaires ne cessent de prendre de l'ampleur, l'exemple de la chaîne qatari en est parlant. Son influence sur le paysage médiatique mondial et le rôle qu'elle joue, sont des éléments qui me permettent de nous situer dans cette mutation du national à l'international, et de m'interroger sur la situation de France 24 arabophone dans cette nouvelle logique.

Nous avons exposé dans cette partie le cheminement long et complexe d'informations à travers les différentes mutations qu'ont connues les médias. Cela nous a permis de mettre en valeur la corrélation entre la circulation de d'informations internationales et le développement des différentes formes médiatiques consacrées à la fabrication et à la diffusion de ces informations, à commencer par les agences de presse internationales en arrivant aux chaînes d'informations internationales. Nous avons également évoqué la logique d'informations en mutation. C'est notamment le cas avec le postulat de l'inversion des flux informatifs, que nous avons abordé, tout en mettant en garde sur la limite de ce genre de phénomène, car nous estimons que, malgré l'intérêt que portent les pays du Sud aux médias et aux informations internationales, cette inversion du flux informatif reste restreinte et n'est pas définitive.

La migration en termes d'informations internationales d'un support à l'autre a permis également l'émergence de nouveaux médias à vocation internationale, même si les informations internationales continuent à coexister sur différents supports médiatiques. L'état



des lieux sur cet aspect révèle que ces dernières tendent à devenir l'apanage des chaînes internationales d'informations. Cette réflexion, autour de la mutation d'informations, nous a mené à évoquer un élément très important qui serait le point d'orgue de la mutation engendrée par un développement technologique important où l'information serait au centre de cette nouvelle conjoncture. La notion, ou la théorie de la société de l'information, vient alors couronner ce bond important d'une société postindustrielle à une société de l'information. Mais la question n'est pas simple à traiter comme nous l'avons signalé, les débats autour de la réalité même de cette conjoncture restent vifs et passionnés. Néanmoins -et malgré les désaccords autour de cette notion ou théorie de la société de l'information-, son avènement dans les sphères académiques et politiques a permis d'ouvrir d'autres perspectives concernant les nouveaux espaces d'échange d'informations et le rôle des nouvelles technologies dans la diffusion d'informations internationales, d'où l'intérêt d'aborder cette question dans notre recherche. Aborder cette notion nous a permis également de rebondir sur l'aspect géopolitique des enjeux d'informations internationales, à travers les nouveaux réseaux d'informations et de communication, mais aussi à travers les chaînes internationales d'informations. Il semble que l'ambition mondiale et la course pour le soft power seraient les moteurs de cet intérêt croissant que portent les différents pays aux médias internationaux. Le tour du monde des chaînes internationales d'informations, qui est une sorte de géopolitique des médias, nous a permis de souligner comment les enjeux diplomatiques et géopolitiques se conjuguent avec la logique médiatique, comment les États tendent à faire de l'audiovisuel un moyen diplomatique à portée internationale. Cela nous a poussé à nous interroger sur la part du médiatique et du géopolitique dans ces nouveaux médias, en nous intéressant à l'identité de ces derniers. Enfin, nous nous sommes beaucoup plus recentrés sur notre sujet de recherche en évoquant directement les deux chaînes d'informations internationales auxquelles nous nous sommes intéressés. À partir de ce point de vue, centré sur Al Jazeera et France 24, nous avons choisi de partir du général au particulier. Cette réflexion nous a permis de situer les deux acteurs dans un contexte général, celui des chaînes internationales d'informations et autres relais de circulation internationale d'informations, motivés par des enjeux de soft power et d'ordre géopolitique. Ce constat nous semble nécessaire, avant de nous intéresser dans la prochaine partie aux cas plus spécifiques des deux chaînes d'informations internationales.

IV : Historique des chaînes internationales d'informations.

IV.1 : La chaîne CNN, précurseur du «Global media».

La tendance à la l'internationalisation des médias est un phénomène ancien qui s'est réinventé. Comme nous l'avons déjà souligné, les précurseurs en la matière sont incontestablement les agences internationales de presse (AFP, Reuters, AP). L'avènement de ces nouveaux acteurs sur la scène médiatique internationale arrive en réponse aux bouleversements internationaux. Cette tendance accompagne le nouvel ordre mondial. Après un demi-siècle marqué par les conflits politiques et la division du monde en deux camps, avec des médias marqués par la propagande, cette période trouble marquée par le repli nationaliste des grands pays, donne suite à une course au progrès technique parmi les pays industrialisés. Suite à l'effondrement du bloc soviétique, les frontières commencent à s'ouvrir et les barrières à tomber les unes après les autres. Ces changements donnent naissance à un nouveau monde, un nouvel ordre basé sur l'internationalisation et la mondialisation sous différentes formes et aspects.

Les Etats-Unis d'Amérique est le pays qui a le plus profité de ces nouveaux changements de rapports de force. Ayant pris de l'avance sur les autres pays en terme de développement technique et technologique, c'est lui qui est désormais l'architecte de ce nouveau monde.

Le nouveau système ou ordre mondial qui se met en place dans la moitié des années 80 du siècle dernier peut être qualifié de plusieurs noms : mondialisation, globalisation, globalisme, impérialisme. Cela concerne également le système international d'informations. Comme nous l'avons abordé dans la précédente partie, ces qualificatifs ne sont pas anodins, chacun exprimant une vision différente de ce phénomène. Ils varient en fonction du point de vue et du positionnement idéologique des spécialistes qui se sont penchés sur la question.

Parmi les changements engendrés par cette nouvelle donne, les médias ont eu leur lot de changements et de bouleversements, avec l'intégration de nouvelles normes, de nouveaux médias plus spécialisés, plus proches du terrain et un traitement d'informations tourné vers l'international.

CNN est la première chaîne d'informations en continu. Elle a été créée aux USA en 1980, et a connu, dès l'année 1985, l'extension d'une antenne destinée à l'international, CNN International. Elle est la première chaîne de ce genre, car pour la première fois le concept



CNN a introduit la notion de la chaîne d'informations 24h/24, qui est reprise ensuite par son antenne internationale.

Ce modèle, d'une couverture médiatique tout au long de la journée avec des brèves pauses publicitaires, serait le premier facteur qui fait de CNN le précurseur du modèle d'informations en continu. Jusque-là, les chaînes classiques avaient une programmation plus généraliste tout en réservant aux informations des plages horaires définies, en l'occurrence les bulletins quotidiens d'informations, à des moments clés de la journée, matin, midi et soir. Ce nouveau modèle, construit sur la diffusion d'informations en continu et la diffusion en boucle d'images venant des quatre coins de la planète, est le fruit de la volonté de Ted TURNER, fondateur de la chaîne qui entendait faire de CNN « un robinet à images » (Clary 2004). Il comptait aussi « révolutionner l'information en la mondialisant ». (CLARY, 2004, p.11). Un autre aspect qui a permis à CNN d'être perçue comme précurseur de ce nouveau genre de chaînes de télévision, réside dans un aspect technique de transmission d'informations, à partir des moyens techniques importants dont dispose cette dernière en profitant d'un réseau tentaculaire de correspondants. La chaîne a fait également du direct « le live » une norme pour couvrir les événements à travers le monde.

Un autre élément qui fait que CNN a pu révolutionner le modèle d'informations télévisées, réside dans le rôle important que cette chaîne s'est octroyé auprès des décideurs politiques étasuniens et de l'opinion publique, ce qu'aucun autre média n'avait pu faire auparavant. En s'emparant des sujets d'actualité internationale en étroite relation avec la politique étrangère du pays, CNN a pu se rendre indispensable auprès des responsables politiques du pays. Ces derniers avaient besoin de CNN afin d'assurer l'adhésion de l'opinion publique, concernant notamment les orientations de la politique étrangère américaine et les actions du gouvernement américain à l'étranger. Ce statut a permis aussi à la chaîne d'avoir un poids important dans son influence sur ces mêmes responsables politiques.

IV.1.1 : CNN, la chaîne qui bouscule les codes.

Dans son livre intitulé « Médias, pouvoir et culture de l'image aux Etats Unis » François CLARY souligne que CNN « a indéniablement réinventé l'information télévisée en privilégiant les reportages en direct sur tous les grands événements ». Il illustre ses propos par l'exemple des images du débarquement des marines à Mogadiscio en Somalie en décembre 1992. Il utilisera également ce même exemple pour évoquer l'influence qu'avait CNN sur les



décideurs étasuniens en termes de politique étrangère. L'auteur cite un article du New York Times du 9 décembre 1992, attribuant l'intervention américaine en Somalie aux images diffusées par CNN, qui aurait sorti l'administration américaine de sa réticence vis-à-vis d'une intervention militaire dans ce pays. Cela illustre, selon l'auteur, la force de frappe dont dispose la chaîne d'informations pour mobiliser l'opinion publique et pousser les responsables politiques à agir. Ce constat est également partagé par Piers ROBINSON (2002), dans son livre « The CNN effect : The myth of news foreign policy and intervention », où il nous propose quelques points de clarification quant à l'influence de CNN. Il évoque en premier lieu, l'usage des crises humanitaires (la crise somalienne), comme sujet sur lequel la chaîne exerce son influence sur la politique étrangère en faveur d'une intervention. En second, l'auteur aborde « l'ubiquité » de la chaîne, sa présence sur plusieurs terrains en même temps, lui permettant d'avoir une longueur d'avance sur les autres médias. En troisième, il mentionne l'implication de CNN dans un système en trépieds, assurant une connexion et une interaction entre médias, opinion publique et politique étrangère. Dans cette configuration CNN cible l'opinion publique pour pousser les autorités à réagir à telle ou telle crise de façon à satisfaire l'opinion publique. En dernier point, l'auteur souligne l'habileté avec laquelle CNN surfe sur les consensus autour de certaines affaires, où la chaîne plébiscite l'opinion publique dominante pour confirmer sa position de média influent, par exemple comme la guerre contre le terrorisme depuis 2001 ou encore la guerre en Iraq, où CNN pourtant proche des milieux démocrates américains, s'est mise du côté des va-t-en-guerre.

De son côté Karine PREMONT, revient dans son livre -« la télévision mène-t-elle le monde ? Le mythe de l'effet CNN sur la politique étrangère des Etats Unis »- sur ce système de troïka, constitué du gouvernement, des médias et de l'opinion publique. Elle souligne que cette chaîne internationale d'informations CNN serait « à la fois un moyen et une fin ». (PREMONT, 2006, p.29), un moyen pour les médias d'exercer une pression sur les pouvoirs afin de réagir et une fin pour ce pouvoir en quête de satisfaire l'opinion publique et renforcer la légitimité de ses décisions. L'auteure évoque également un autre élément qui fait la force d'influence de CNN, il s'agit de l'usage massif des sondages d'opinion, un élément qui révolutionne aussi le modèle d'informations. Car CNN et d'autres chaînes d'informations, plus tard, ont su comment faire à partir d'un sondage, un sujet d'actualité. En s'appuyant sur d'autres acteurs médiatiques, par exemple, la presse écrite ou les agences spécialisées dans les

sondages d'opinion comme l'institut Gallup⁷ (leader américain de sondage d'opinion), la chaîne réalise des reportages à partir de ces sondages pour créer un sujet de débat lui permettant, en quelque sorte, d'imposer son agenda médiatique dans l'espace public.

Jouissant d'une importante dotation financière et des moyens de transmission et d'émission les plus développés, la chaîne s'imposera comme la référence mondiale pendant une longue décennie. La chaîne internationale américaine CNN a eu un fulgurant succès à l'occasion de la première guerre du Golfe. C'est la première fois où la couverture médiatique d'un conflit militaire constitue, en elle-même, un événement, une guerre d'images. Fruit d'une étroite collaboration entre la chaîne CNN et les services militaires américains, cette nouvelle façon de couvrir la guerre va devenir l'unité de mesure au sein des rédactions des différentes chaînes d'informations qui vont succéder à CNN. Cette nouvelle méthode de travailler va pousser l'implication des médias sur les terrains de guerre à son paroxysme, lors de la seconde guerre du Golfe, avec ce qu'on appelle les journalistes « Embedded » ou incorporés.

Cette nouvelle façon de pratiquer le journalisme et d'occuper le terrain de l'actualité internationale ne tardera pas à inspirer d'autres pays dont l'enjeu est de rivaliser avec ce nouveau « soft power », ce pouvoir médiatico-diplomatique qui ringardise, en quelque sorte, les vieilles chancelleries et autres services diplomatiques. En effet les chaînes internationales d'informations à l'exemple de CNN s'avèrent beaucoup plus efficaces que les canaux classiques de la diplomatie.

À partir de ce moment, la télévision d'une façon générale et les chaînes d'informations internationales en particulier, glissent de ce rôle d'informer qui leur a été initialement réservé, pour aller sur un terrain beaucoup plus complexe, celui de la géopolitique et des enjeux de pouvoir et d'influence par l'image et par l'information.

Si le direct, la technologie satellitaire et la couverture en continu de l'actualité ont constitué les points forts de CNN -qui grâce à ces nouvelles méthodes a révolutionné le modèle d'informations et a bousculé les codes du journalisme classique- cela ne l'a pas empêché de faire l'objet de controverses. S'abandonner à l'idée d'une influence importante de CNN sur les pouvoirs publics américains et concevoir cette chaîne comme une sorte d'énorme pouvoir inébranlable, serait une analyse naïve. Malgré un rôle important joué par la chaîne

⁷ The Gallup Organization : est une entreprise américaine qui offre un bouquet de services de recherche touchant la gestion du management, la gestion des ressources humaines et les statistiques, fondée en 1958 par George Gallup.

d'informations concernant la politique étrangère du pays, un certain nombre de reproches et de réserves quant à son influence absolue, ont été formulés par plusieurs chercheurs et spécialistes des médias.

IV.1.2)- Les limites du pouvoir et de l'influence de CNN

Nous avons précédemment évoqué la relation d'interdépendance entre CNN et l'administration américaine, qui a permis à la chaîne d'informations de jouir d'un certain pouvoir d'influence à l'égard des autorités, notamment dans ce qui touche aux affaires étrangères. Cette force d'influence a permis à la chaîne d'informations d'être à l'origine de plusieurs révélations et scoops, ainsi que d'être un moyen de mobilisation de l'opinion publique sur certaines crises internationales. Cependant ce pouvoir d'influence, souvent défini par les spécialistes comme « The CNN effect », ROBINSON (2002) et PREMONT (2006), s'avère relativement limité au regard de plusieurs facteurs.

Le premier facteur qui fait que l'influence de CNN soit limitée, réside dans le fait que cette dernière était tributaire de sources d'informations majoritairement officielles. Malgré un réseau important de correspondants et des journalistes sur le terrain, la dépendance de CNN vis-à-vis des sources officielles est incontestable. Dans une étude plus élargie sur les médias étasuniens et leurs sources d'informations internationales, PREMONT reprend les données recueillies par W. LANCE BENNETT (2003), qui montrent une dépendance importante des médias américains vis-à-vis des sources officielles en termes d'informations internationales. La chaîne CNN, est au même titre que les autres médias américains, soumise à cette réalité.

Le tableau suivant montre en pourcentage la part des différentes sources d'informations internationales dans les médias américains⁸ :

Sources d'informations des journalistes	Pourcentage
Agences et représentants officiels du gouvernement fédéral des Etats Unis.	46,5%
Représentants officiels des gouvernements étrangers ou des agences internationales.	27,5%
Représentants officiels du gouvernement des Etats ou des gouvernements locaux	4,0%
Entreprises médiatiques autres que celles qui emploient le journaliste	3,2%
Américains qui ne sont pas liés au gouvernement	14,4%
Etrangers qui ne sont pas liés à leur gouvernement	2,0%
Sources non identifiées	2,4%

Cette dépendance aux sources officielles implique que la crédibilité de CNN est parfois mise à rude épreuve par certains téléspectateurs aguerris. Ils considèrent que la chaîne n'est qu'un relais pour faire passer les messages des autorités.

En plus de cette dépendance importante en termes de sources d'informations, l'état américain, afin de mieux contrôler les médias, notamment sur les terrains des conflits militaires, a élaboré plusieurs politiques et stratégies. Nous allons nous focaliser ici sur trois stratégies essentielles répertoriées par PREMONT (2006). Ces trois stratégies sont présentées dans

⁸ Données tirées de Lance BENNETT. (2003). News: The politics of illusion, 5^e édition, New York, Longman, p.125.

l'ordre chronologique de leur mise en place par les autorités américaines. Elles coïncident avec des conflits militaires où l'armée américaine s'est engagée.

A : Les pools : la stratégie des pools est mise en place par les autorités américaines lors du conflit au Panama en 1989. Cette dernière consiste en la formation d'un regroupement de journalistes qui seront installés au quartier général des forces militaires, mais seul un certain nombre d'entre eux aura l'accès au terrain. Ces journalistes seront encadrés par les militaires et feront le relais, en livrant les informations à ceux restés au QG.

B : Les guidelines : la méthode des guidelines consiste en la distribution aux journalistes d'un guide élaboré par les autorités qui dicte aux journalistes la méthode de couverture d'un conflit militaire. Utilisé pendant la première guerre du Golfe en 1991, le guide contenait, par exemple, une liste d'informations que les journalistes ne doivent pas divulguer, notamment certains détails jugés stratégiques ou compromettants pour les forces alliées. Les guidelines organisent aussi la relation entre les journalistes sur le terrain et les militaires, en définissant les rôles des uns et des autres.

C : L'embedding : ou l'incorporation, est une méthode innovante dans la couverture des conflits militaires. Elle a été mise en place d'une façon très importante lors de la guerre en Iraq en 2003. Elle consiste à incorporer des journalistes triés sur le volet au sein des unités des marines pour couvrir en temps réel les combats sur le terrain. L'objectif de cette méthode, prônée par les autorités, est de garantir une couverture en temps réel, spontanée mettant les journalistes au cœur de l'action militaire.

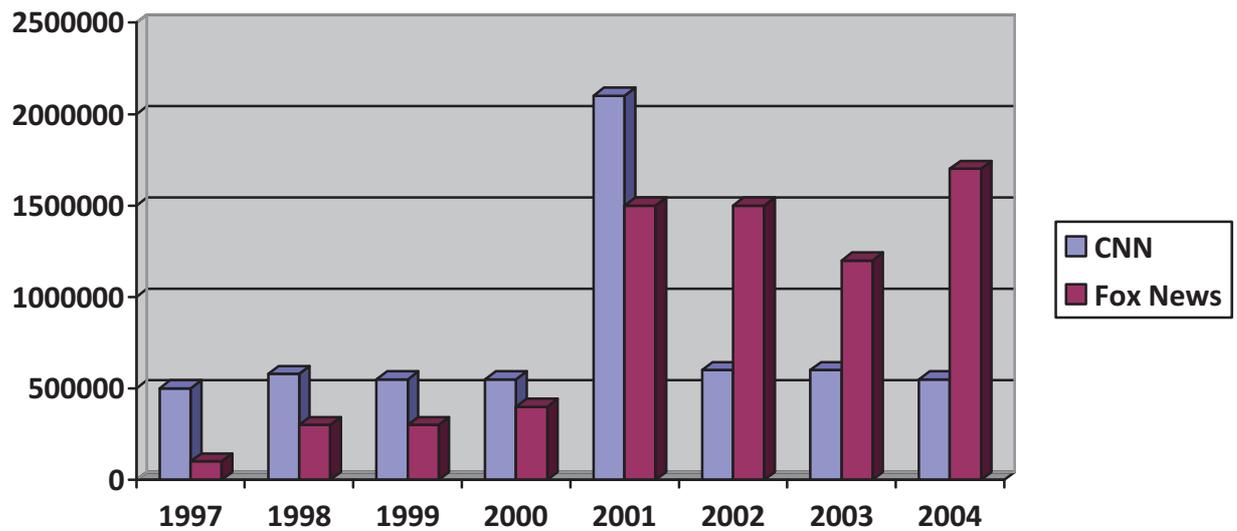
Ces différentes méthodes et bien d'autres, ont été souvent très critiquées par les spécialistes et par un bon nombre de journalistes, qui estimaient qu'elles permettaient de contrôler les journalistes sur les terrains de guerres et de se servir d'eux comme relais d'informations. Certaines méthodes comme l'*embedding*, a eu même pour effet d'altérer le sens critique des journalistes, qui ne pouvaient pas critiquer les soldats qui sont « leurs protecteurs sur le terrain ». (PREMONT, 2006, p.15). De plus, l'aspect spectaculaire de la couverture ne permet pas suffisamment de recul pour analyser les situations. En tous cas, ces méthodes réservées à la couverture médiatique des conflits militaires limitent la marge de manœuvre des journalistes et des médias et donc leur influence sur les autorités politiques.

Ces différentes méthodes ont en effet mis en échec le modèle de télévision d'enquête en faveur de la télévision d'examen. Jocelyne ARQUENBORG-MOREU, revient dans son livre

« Le temps des évènements médiatiques », sur l'avortement de ce projet de télévision d'enquête promis par CNN à l'occasion de la première guerre du Golfe en 1991. Elle souligne que « l'usage quasiment généralisé du direct pourrait laisser croire à quelque résurgence de la télévision d'enquête ». (ARQUENBORG-MOREU, 2003, p.17). Mais très vite, elle exprime sa déception face à ce qu'elle appelle « l'éclatement de l'espace de l'évènement en une multitude de sites qui n'avaient rien à voir avec son lieu d'émergence ». En effet, ce que l'auteure pointe du doigt ici, est l'absence d'un journalisme de terrain. Il serait contourné par les pools et les conférences de presse des officiers américains, détournant ainsi l'attention des journalistes sur ce qui se passe sur le terrain de la guerre. Ces derniers se retrouvent restreints à rendre compte des déclarations officielles et seulement de ce qu'ils ont le droit de divulguer.

Un autre élément qui plaide en défaveur de CNN en termes de capacité réelle d'influence, réside dans l'impartialité de cette dernière, connue pour être favorable aux idées des démocrates libéraux. Cette tendance lui a valu des critiques importantes de la part de ses détracteurs, en la traitant de « Clearly Not Neutral », ou en encore « Clinton News Network ». (PREMONT, p 33). Cette crise de crédibilité au sein du public américain fait que la chaîne se retrouve privée d'une capacité d'influence sur une importante partie de la population américaine. S'ajoutent à ces critiques, les contraintes d'ordre économique que peuvent connaître toutes les entreprises, au sein d'une économie ultra-libérale. La chaîne CNN avait aussi au-delà de son implication médiatique l'obligation d'assurer sa pérennité au niveau économique, se pliant parfois aux exigences de ses actionnaires et annonceurs au détriment d'un traitement neutre et impartial d'informations.

Le pouvoir d'influence de CNN commence également à être mis à mal dans les années 90 du siècle dernier, car elle doit désormais compter sur une concurrence rude à l'intérieur du pays, notamment avec l'arrivée de Fox News, chaîne d'informations en continu fondée par l'australien Rupert MURDOCH en 1996. Clairement conservatrice, la chaîne compte faire un contrepoids à CNN tant auprès du public qu'auprès des autorités. À l'extérieur des Etats Unis, d'autres acteurs médiatiques ont aussi vu le jour sur le modèle de CNN. Cette nouvelle conjoncture amoindrit le monopole de CNN et par la même occasion son influence au niveau étasunien et international. L'histogramme ci-dessous indique la perte d'audience qu'accusera CNN depuis l'arrivée de Fox News sur le marché :



Audience de CNN et de Fox news depuis 1997⁹

IV.1.3 : CNN, un média hégémonique ?

Nous avons eu l'occasion d'évoquer dans la partie précédente la relation entre l'hégémonie et les médias, notamment les chaînes internationales d'informations. Nous avons ainsi constaté que ces dernières pouvaient être un vecteur d'hégémonie, en renforçant la présence d'un pays par exemple sur la scène internationale, mais elles peuvent, elles aussi, jouir d'une certaine hégémonie en tant que média. Ce dernier cas de figure s'apparenterait alors à une position de monopole et de leadership dans le domaine médiatique. Parmi les reproches faits au système médiatique émanant de la période de l'après-guerre froide, on lui attribue celui de déséquilibré et d'impérial, avec une domination occidentale importante sur les différents secteurs de productions culturelles, artistiques et aussi médiatiques. Cette situation d'hégémonie américaine sur le système médiatique s'est traduite notamment par la place et le rôle joué par CNN comme chaîne d'informations internationale. Un certain nombre de facteurs font que cette dernière serait considérée comme l'incarnation même de l'hégémonie.

Dans la littérature scientifique, CNN a fait l'objet de plusieurs études et recherches. Son ascension fulgurante dans le paysage global des chaînes d'informations et ses différents succès émaillés parfois de scandales, ont fait de cette dernière un objet de recherche convoité, mais aussi un média très controversé avec des avis divergents sur le modèle CNN.

⁹ Données tirées de Project for Excellence in Journalism. (2005). The State of the News Media 2005.

Parmi les reproches faits à cette chaîne, nous pouvons citer, selon Stephen HESS, celui de « la prééminence de la couverture des conflits et de l'actualité internationale, et des sujets à caractère diplomatique ». (HESS, 1996, p.09).

Cette orientation vers la couverture des conflits militaires et des crises internationales est complètement assumée par la chaîne. TURNER déclare dans une interview au Time magazine en août 1991 : « Sur CNN j'essaie de montrer les guerres sous leur mauvais jour. Nous montrons les deux côtés d'un conflit, nous montrons les morts. C'est nouveau et là réside notre contribution ». La contribution en question est qu'en se positionnant de cette façon, CNN se croit investie d'une mission noble, celle de combattre la guerre, de dénigrer les conflits militaires, TURNER ajoute un peu plus loin dans son interview : « On assistera peut-être un jour à la fin des guerres et CNN aura pris part à ce long cheminement ». (CLARY, p.11). Loin de cette mission noble et idéaliste que revendiquent les responsables de la chaîne, la réalité sur le terrain prouve que CNN a fait de la guerre, son fonds de commerce. Comment entend-on combattre la guerre en la mettant en valeur, avec des récits, génériques et des bandes d'annonces dignes de films d'action hollywoodiens ? Contrairement à son postulat, CNN a participé à la banalisation de la guerre et de la mort. La chaîne a également été pointée du doigt dans sa façon de représenter la mort, même si cette dernière n'a pas osé braver l'interdiction de montrer les corps des soldats américains morts pendant la première guerre du Golfe, ne serait-ce que leurs cercueils. Elle n'a, par contre pas vu de problème à montrer des corps d'enfants déchiquetés pendant cette même guerre et ceux des blessés parmi la société civile.

L'intérêt porté par CNN à l'actualité internationale procure un pouvoir important à la chaîne et une sorte d'hégémonie sur le système d'informations international qui dépasse toutes attentes. HESS souligne que lors de certains conflits, les présidents américains s'informaient à travers CNN sur l'évolution de la situation. Cependant l'auteur réfute que CNN ait inventé une nouvelle façon de faire du journalisme, car les succès de CNN sont essentiellement le fruit de l'introduction des technologies satellitaires dans la couverture des événements, en somme, une industrialisation du modèle d'informations.

Le succès international de CNN est considéré, par certains, comme un pied de nez aux agences internationales de presse. Patrick WHITE (1997), s'interrogeait sur l'avenir même de ces agences, dans son ouvrage « le village CNN : la crise des agences de presse », consacré à l'analyse de la crise des agences de presse face au succès de CNN. Il suggère que l'avènement de CNN serait l'une des raisons principales de cette situation de crise. Car les agences de

presse qui jusqu'à présent contrôlent les relais de d'informations internationales, se retrouvent quelque part, ringardisées par le développement des nouvelles technologies de d'information et de la communication, profitant à de nouveaux acteurs comme la chaîne transnationale d'informations américaine. La chaîne s'est vite positionnée sur le marché des images et des productions vidéo, ce qui fait d'elle un concurrent commercial sérieux aux agences de presse. Par la même occasion, CNN se retrouve acteur du système du marché. Comme le souligne François CLARY, « La loi du marché détermine le prix de l'image, par-delà le localisme apparent des médias, le commercialisme règne en maître ». (CLARY, p.12). Cette logique propulsera la chaîne au rang de société multinationale jouissant de la même notoriété que Mac Donald ou Coca Cola, par exemple, mais cette mutation à l'échelle du marché a été faite au détriment du journalisme et de l'information. Car, dès que cet aspect industrialisé d'un média est avéré, cela génère une course à la production des contenus. L'information acquiert ainsi une valeur marchande, elle est donc plus au moins traitée, ajustée pour qu'elle réponde aux exigences des clients comme tout autre produit de consommation.

Par ailleurs, le rôle plus que médiatique de CNN, lors des deux guerres du Golfe, a été vécu comme une sorte d'humiliation par plusieurs millions de téléspectateurs du Monde Arabe. Ces derniers découvraient ces guerres qui se déroulaient chez eux via les images de CNN et ses récits à la gloire de l'armée américaine, parfois loin de la réalité du terrain et de celle des habitants qui sont touchés par ces conflits. À ce propos, Naomi SAKR souligne dans son livre sur l'émergence des chaînes transnationales au Moyen Orient : « N'est-ce pas par CNN que les Saoudiens possédant une parabole apprendront les débuts de l'intervention militaire en Irak, pourtant lancée à partir de leur propre pays ? ». (SAKR, 2001, p.10). D'après l'auteure, CNN a contribué à mettre à mal les médias officiels du monde arabe et c'est grâce à elle que le public pouvait savoir davantage sur ce qui se passait sur ses terres. Nous considérons pour notre part, que cela est une preuve de plus de l'hégémonie de CNN sur l'information internationale, qui grâce à la présence des troupes américaines sur le terrain en Irak, a profité d'une présence exclusive et d'un monopole pour couvrir la guerre. Cette hégémonie est permise par les nouvelles technologies, notamment le satellite et aussi par la présence militaire sur un terrain qui ne serait pas autrement accessible à CNN.

En revanche nous ne pouvons qu'être d'accord avec l'auteure concernant le fait que CNN fut un stimulant pour les pays de la région pour s'investir dans les médias internationaux. Elle souligne que « le « facteur CNN » stimulera la création, quelques années plus tard, au sein du

monde arabe, de chaînes régionales d'informations en continu qui contribueront à repousser les limites des censures nationales ». (SAKR, p.83).

Pour conclure nous pouvons dire que l'avènement de CNN sur la scène médiatique internationale reste un élément primordial qui a permis le développement des chaînes internationales d'informations, telles que nous les connaissons aujourd'hui.

Pionnière, influente, controversée, ce sont ces aspects qui ont permis à la chaîne d'informations internationale CNN d'être considérée aujourd'hui comme le modèle de base ayant servi aux autres chaînes qui l'ont suivie. Nous avons évoqué dans ce chapitre comment CNN a pu imposer un nouveau modèle pour les informations télévisées et comment cette dernière a fait de l'actualité internationale, de la politique étrangère, son cheval de bataille. La chaîne CNN comme phénomène médiatique restera donc une expérience importante qui a poussé à reconsidérer l'importance des médias pour des décideurs politiques et aussi pour la mobilisation de l'opinion publique. Le pouvoir d'influence de CNN, bien qu'il ait des limites, a permis à cette dernière d'exercer un rôle important dans le façonnement de la politique étrangère américaine pendant au moins une décennie. Mais CNN a aussi fait l'objet de nombreuses critiques sur ses nouvelles méthodes de travail, par rapport à certaines controverses qui ont émaillé son parcours. Elle a également été perçue comme une sorte de média hégémonique, mais qui a permis quand même à un certain nombre de pays de découvrir l'importance de l'ouverture médiatique et le contournement de la censure de certains régimes de dictature. La chaîne CNN a aussi été vécue comme une sorte d'humiliation, d'arrogance américaine dans certains contextes, notamment lors des conflits militaires où la chaîne a souvent servi d'outil de propagande à l'administration et à l'armée américaine plus qu'à autre chose.

C'est donc à partir de là, que germe l'idée dans certains pays, de se doter d'une arme médiatique contre la chaîne CNN. Les Etats pétroliers du Golfe étaient conscients qu'ils pouvaient s'apprêter à ce jeu tant qu'ils avaient les moyens financiers et matériels. Mais il reste une donnée méconnue, celle de l'effet que peut avoir ce genre de médias sur les affaires locales, notamment comment faire cohabiter ces derniers avec la censure. Comment ces pays pourraient se doter d'une chaîne d'informations internationale, sans se compromettre par une prise de risque qui ferait d'un seul coup découvrir aux peuples arabes les joies de la liberté d'expression ?

Si le grand frère saoudien hésite et préfère temporiser et investir dans des chaînes de télévision généralistes et de divertissement, le Qatar, lui, semble prendre les choses en main



en s'engageant dans un projet de chaîne d'informations internationale panarabe qui serait prioritairement destinée au public de la région. Le pays entend par cette initiative redonner la parole à une région qui a souvent subi celle des autres, même quand il s'agit d'enjeux qui sont au cœur même de cette région.

IV.2 : La chaîne Al Jazeera et l'émergence des médias du Sud.

IV.2.1 : Al Jazeera et le contexte géopolitique et médiatique du monde arabe.

La première chaîne d'informations internationale arabe est lancée le 1^{er} novembre 1996 par un minuscule Etat du Golfe. Le Qatar, avec le lancement d'Al Jazeera, entend offrir un nouvel acteur régional et international sur la scène médiatique, une alternative à des médias occidentaux injustes vis-à-vis de la région et des médias officiels, accablés par la censure des régimes en place. Al Jazeera veut dire en arabe l'île, un nom choisi par l'Emir du Qatar lui-même, Hamed Ben KHALIFA AL THANI comme le souligne Philippe ARON (2009).

Mais avant de revenir sur l'ascension fulgurante de cette nouvelle chaîne d'informations, ses déboires et sa diabolisation par le monde médiatique et académique arabe et occidental, nous avons jugé indispensable de replacer l'émergence de la chaîne dans son contexte, ou ses contextes, pour mieux analyser et comprendre les raisons de sa création, son rôle régional et international. Car en effet cette dernière voit le jour suite à une conjoncture complexe, que nous pourrions présenter sous trois contextes différents, mais qui sont imbriqués et qui ont mené à la création de cette dernière.

Ces trois éléments sont : le contexte économique et technologique, le contexte politique local et régional et enfin le contexte géopolitique international.

Sur le plan économique et technique, l'avènement d'Al Jazeera coïncide avec un système médiatique international à l'apogée de l'internationalisation et de l'ouverture, à savoir le modèle CNN, qui comme nous l'avons souligné, devient une référence pour tous les pays qui envisagent de s'investir dans un média international d'informations. L'accouplement entre cette dimension expansionniste de l'internationalisation d'informations et du développement technologique a donné lieu à une nouvelle configuration du champ médiatique international.

La démocratisation de la technologie satellitaire a facilité l'accès des pays –jusque-là absents sur la scène internationale- aux moyens satellitaires d'émission et de diffusion. Ce fut déjà le cas de l'Arabie Saoudite dès le début des années 90 du siècle dernier, qui a été le premier pays de la région à se lancer dans la création de nouvelles chaînes de télévision satellitaires, des chaînes généralistes et de divertissement.

La croissance économique des Etats pétroliers du Golfe est devenue une constante à cette époque-là, la richesse étant un moyen d'accéder à la technologie occidentale. Cela coïncide

également avec une libéralisation de plus en plus importante des économies de la région, notamment après la fin de la guerre froide. Cet essor libéral de l'économie a été instigué par trois pays de la région, l'Arabie Saoudite, Les Emirats Arabes Unis et le Qatar, qui se sont tous orientés vers un modèle économique libéral à l'américaine.

La logique de l'économie du marché est alors un élément important dans l'avènement d'Al Jazeera et d'autres chaînes internationales d'informations. Tristan MATTELART (2014), le souligne à juste titre : « la création des chaînes d'information en continu s'intègre dans un mouvement de réorganisation des marchés des industries culturelles qui n'a cessé de s'accroître dans les années 1990 ». Les pays du Golfe n'étaient pas en reste dans cette nouvelle tendance et voulaient occuper une place importante dans cette nouvelle réorganisation du marché mondial des industries culturelles et du marché médiatique. En effet le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication a ouvert de nouvelles perspectives au marché des médias, secteur à forte dépendance technologique.

Le deuxième élément qui rentre dans la conjoncture favorable à la création d'Al Jazeera, réside dans un changement politique interne dans le pays, avec ce que ce changement a engendré en conséquence. En effet le Qatar a connu en 1995 un important chamboulement à la tête du pays, suite à une situation inédite, celle du coup d'état du prince Hamad contre son propre père. Le nouveau prince a promis des changements importants dans le pays, une libéralisation de l'économie, une intégration du pays dans l'économie mondiale, et la création d'un fond souverain d'investissement qui assurera au Qatar sa présence dans de nombreuses entreprises internationales. Parmi les changements promis par le nouveau prince, on retrouve l'ouverture aux médias et l'investissement important dans ces structures, ainsi que dans les industries culturelles. La chaîne Al Jazeera s'avère donc une des premières promesses du nouveau prince à voir le jour. Confronté à une crise de légitimité dans la région, suite à son coup d'état, le nouveau prince entend également à travers Al Jazeera offrir une nouvelle vitrine moderne au Qatar et faire d'elle un outil de légitimation à son pouvoir. À ce propos, Mohammed El OIFI (2013), souligne : « L'hostilité rencontrée par l'émir du Qatar Hamad Ben KHALIFA AL THANI, dans la péninsule arabique, après son coup d'état contre son père en 1995, et notamment de la part de l'Arabie Saoudite, l'a poussé à prendre une série de mesures pour légitimer son pouvoir. L'une des plus importantes est le lancement en novembre 1996 de la chaîne d'informations en continu Al-Jazeera et l'abolition du ministère de l'Information qatari ». (EL OIFI Mohammed, 2013, en ligne).

Dans le même sens, Philippe ARON (2009), souligne que le nouvel Emir avait de grandes ambitions pour le pays, contrairement à son père « qui a choisi la politique de l'immobilisme », avec une économie basée sur les résidus de la commercialisation des perles de culture et un secteur d'hydrocarbures qui peine à se moderniser. En encourageant l'extraction et l'exploitation des gisements de gaz et de pétrole dans son pays, et en multipliant les partenariats avec les grandes firmes internationales, l'Emir Hamad entend faire profiter à son peuple et à l'économie du pays de cette manne considérable. Parallèlement à cette politique d'ouverture sur l'économie du marché, le nouveau pouvoir en place s'est lancé également dans des réformes intérieures, touchant différents secteurs, notamment les médias. L'auteur soutient que la création d'Al Jazeera est une des conséquences du changement apporté par le nouvel Emir.

L'avènement d'Al Jazeera dans ce contexte de changement interne dans le pays est aussi appuyé par d'autres spécialistes, qui confirment qu'Al Jazeera est au cœur même de la nouvelle stratégie politico-économique du nouveau prince, à l'exemple d'Atef KHAYAT (2013), qui écrit dans un ouvrage collectif sur les médias arabes : « La volonté du prince est de faire un nivellement par le haut pour développer son pays. Al Jazeera constitue un levier important pour susciter d'adhésion et l'envie d'appartenance spontanée ». (KHAYAT et DAGHMI, 2013, p.88).

Le troisième élément entrant dans la conjoncture ayant permis la création d'Al Jazeera, est le contexte géopolitique régional et international. Des suites de la première guerre du Golfe, naît une nouvelle configuration géopolitique régionale.

Cette nouvelle donne est notamment marquée par plusieurs aspects, l'effondrement et la réduction de la capacité d'influence de certains pays et la confirmation du statut de leader d'autres.

Au début des années 90 du siècle dernier, l'Arabie Saoudite se voit confirmer comme l'allié privilégié des Etats-Unis dans la région. Sur le plan géopolitique cette puissance pétrolière s'est avérée incontournable durant les crises qu'a connues la région. Sur le plan médiatique l'Arabie Saoudite jouissait également de ce statut de monopole étant le premier pays arabe à investir dans des chaînes satellitaires de télévision.

Dans une configuration régionale multipolaire, les différents acteurs régionaux avaient une certaine influence sur différentes régions et dans des secteurs différents, assurant ainsi un

certain équilibre régional. Mais avec cette nouvelle configuration, le monopole saoudien ne semble pas être du goût de tous, notamment de celui du tout nouveau prince du Qatar, qui depuis son arrivée au pouvoir, ambitionnait de créer un nouveau pôle géopolitique et médiatique dans la région. Mohammed EL OIFI revient d'une manière très précise sur la situation géopolitique ayant précédé l'avènement d'Al Jazeera. Dans son article intitulé : « Al Jazeera : les ressorts incertains de l'influence médiatique », l'auteur souligne que : « Al Jazeera est née à un moment historique précis marqué par l'essoufflement des politiques étrangères des acteurs étatiques traditionnels dans le monde arabe : l'Egypte (en raison de la politique isolationniste menée par le président égyptien Hosni MOUBARAK après l'assassinat du président Anouar EL-SADAT en 1981), l'Irak (sous embargo depuis l'invasion du Koweït en 1990) et l'Algérie (suite au déclenchement de la guerre civile après l'interruption du processus électoral par l'armée en 1991) ». (EL OIFI Mohammed, 2013, en ligne).

C'est dans cette situation régionale très délicate que le nouvel Emir du Qatar, AL THANI a trouvé la brèche pour se hisser comme une nouvelle puissance régionale avec laquelle les saoudiens devraient désormais composer. L'auteur ajoute que le nouveau postulat de l'Emir du Qatar a contrarié l'Arabie Saoudite. Mais au-delà de contrarier le voisin saoudien, le Qatar ambitionne de négocier une place de choix au sein de l'échiquier géopolitique de la région, en se positionnant non seulement comme concurrent, mais comme une alternative au monopole saoudien. C'est justement sur le terrain médiatique que le Qatar compte désormais construire ce nouveau rôle de puissance régionale, très exactement sur le terrain de l'information internationale, un secteur jusqu'ici, non exploité ou exploité mais sans succès, par les puissances d'avant 90 et par l'Arabie Saoudite.

Nous pouvons constater, à travers l'exposition des trois éléments qui rentrent dans la conjoncture qui a propulsé le Qatar et Al Jazeera à un nouveau rang dans la région, que l'avènement de cette chaîne d'informations internationale rentre dans une nouvelle reconfiguration du champ médiatique régional et international, celui de l'internationalisation, de la libéralisation et de l'ouverture médiatique, mais aussi d'une nouvelle reconfiguration des acteurs régionaux en termes de géopolitique. Mais si nous prenons l'avènement d'Al Jazeera au regard de son aspect pratique et technique, nous nous apercevons qu'entre les changements survenus et l'arrivée d'Al Jazeera s'est écoulé un laps de temps relativement court, notamment, depuis le changement à la tête du pays. En effet entre un projet d'ouverture médiatique et la création d'une chaîne d'informations internationale mobilisant une centaine

de journalistes et de techniciens, il y a nuance. Les éléments déjà évoqués, à eux seuls, ne peuvent donc pas expliquer l'aboutissement rapide de ce projet. Pour répondre à ce questionnement, il faut se retourner vers un autre projet de chaîne d'informations internationale arabophone avorté dans les années 90 du siècle dernier. Après la première guerre du Golfe, les pays occidentaux, notamment les Etats-Unis et le Royaume Unis, se sont rendu compte de l'importance de la région sur le plan géopolitique, mais aussi de sa faiblesse en terme médiatique.

La couverture de la guerre par les médias occidentaux été critiquée, jugée impartiale et hégémonique par certains régimes et par une grande partie du public arabe. Il fallait alors réfléchir à de nouvelles stratégies impliquant les pays arabes alliés, afin de donner de la crédibilité à la couverture médiatique des événements qui se dérouleraient dans la région à l'avenir. De ce constat, naissent plusieurs projets de collaboration entre les pays occidentaux et certains pays de la région. La plus aboutie de ces expériences à cette époque était celle du partenariat entre la BBC et l'Arabie saoudite, afin de lancer une version arabophone de la BBC (BBC Arabic).

Le financement du projet initial étant rejeté par le conseil des Lords britannique, la chaîne a pu être lancée en 1994 grâce à des fonds de l'entreprise saoudienne ORBIT, propriété de la famille royale saoudienne. Mais l'expérience a tourné court, suite à des dissensions entre les journalistes de cette nouvelle chaîne d'informations et ses pourvoyeurs de fonds, notamment suite à la diffusion d'un numéro du magazine « Panorama » qui critiquait ouvertement l'état des droits de l'homme en Arabie Saoudite. Le contrat est rompu en avril 1996 et la chaîne est fermée, les journalistes et techniciens se retrouvent alors au chômage. Cette opportunité a été vite saisie par l'Emir du Qatar pour mettre en place son projet de chaîne d'informations. Ces journalistes et techniciens formés en Angleterre et déjà opérationnels, lui permettent d'aboutir en un temps record au lancement d'Al Jazeera. Ce scénario est corroboré par Philippe ARON qui souligne que : « les journalistes et cadres anglais de BBC Arabic Télévision, étaient désireux, dès la création de la chaîne, d'adopter une ligne éditoriale libre et indépendante de toute pression politique. À l'inverse, les saoudiens ne voulant pas heurter la sensibilité de leur gouvernement, prônaient une gestion de l'information proche de la censure. Cette incompatibilité en matière de politique éditoriale a mené à la rupture du partenariat en 1996 Cette rupture a alors entraîné le licenciement d'environ 250 journalistes et cadres arabophones. L'Emir du Qatar a vu dans ces licenciements, une occasion unique de recruter rapidement du personnel déjà qualifié ». (ARON, 2009, p.19). Ce concours de circonstances

permet à Al Jazeera un lancement rapide, mais aussi une diversité en termes de ressources humaines, car l'équipe issue du projet avorté de la BBC Arabic est diversifiée en termes de représentativité de nationalités du monde arabe. Cela permet à la chaîne de sortir du schéma classique des chaînes satellitaires arabes majoritairement Saoudiennes, qui peut être résumé en une phrase anecdotique selon laquelle, « les saoudiens financent et les libanais réfléchissent ».

Par ce cheminement de conjonctures et de circonstances favorables, l'Emir du Qatar lance officiellement Al Jazeera le 1^{er} novembre 1996, après avoir mis en place un conseil d'administration qu'il présida, et en s'entourant de spécialistes en finance et en gestion. La chaîne qatari est devenue selon les propos de Philippe ARON « la première chaîne satellitaire entièrement créée et gérée par des arabes ». (ARON, p.20). Ancrée dans une stratégie globale de libéralisation et de modernisation du pays, la chaîne Al Jazeera sera le point de départ qui permettra au Qatar de se positionner comme une nouvelle force dans la région. Mais à ce stade, des questions importantes demeurent et mériteraient un éclairage : quelle sera le vrai rôle de cette chaîne d'informations? Que sera sa relation avec le régime qatari et avec les alliés du Qatar ? Que sera la part du médiatique et celle du diplomatique dans la mission d'Al Jazeera ?

IV.2.2 : Al Jazeera, les raisons du succès.

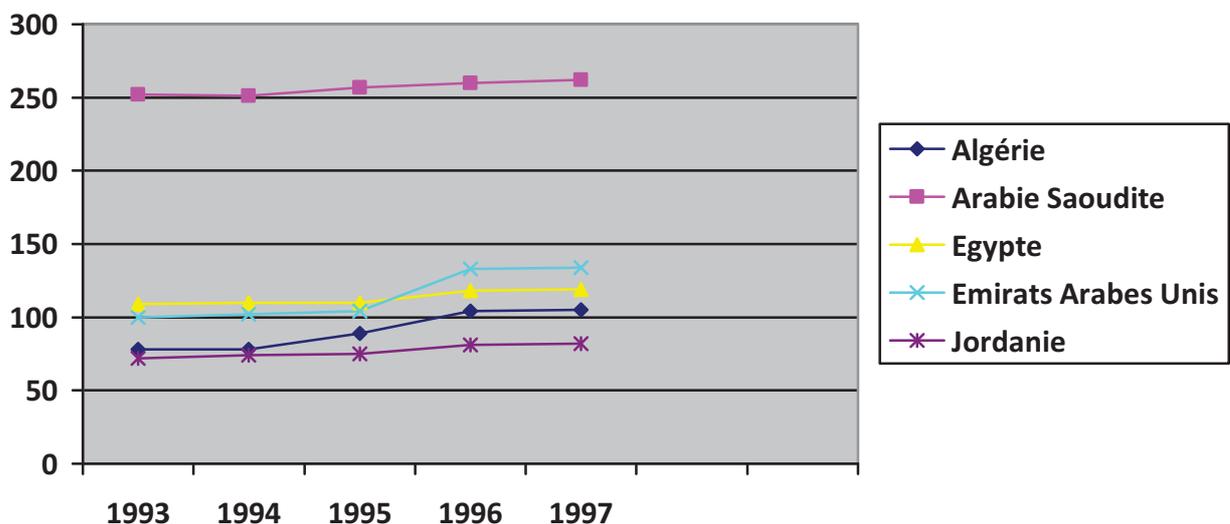
À son lancement en novembre 1996, Al Jazeera a connu un certain succès qui reste relativement restreint. Plusieurs causes expliquent cette progression lente de la chaîne dans le paysage médiatique arabe. Hormis le contrôle strict imposé par les régimes en place et la mainmise des états sur l'audio-visuel et sa diffusion, l'autre cause réside dans le calme relatif dans la région depuis le lancement de la chaîne. En effet, le dernier grand événement médiatique dans la région été la guerre du Golfe en 1991. En l'absence d'événements importants, la demande en informations reste relativement marginale. Une autre explication plus probante doit aussi être considérée, elle est d'ordre technique. Il faut rappeler que depuis son lancement, Al Jazeera a choisi une diffusion satellitaire, or le taux d'équipement à cette époque en récepteurs est relativement bas et inégal, entre les différents pays de la région.

Si les pays du Golfe à l'exemple de l'Arabie Saoudite, le Qatar ou encore les Emirats Arabes Unis, ont connu dès le début des années 1990 un fort taux d'équipement en réception satellitaire, d'autre pays comme les pays du Maghreb ou l'Egypte n'étaient pas encore au

même niveau en termes d'équipement. Cela restreint en effet la diffusion et l'audience de la nouvelle chaîne d'informations. Dans un pays comme l'Égypte où la tradition est à la réception terrestre, l'arrivée d'Al Jazeera sur les écrans égyptiens fut tardive. (Voir annexe n° 06).

Dans les pays du Maghreb aussi, les premiers foyers à pouvoir capter la chaîne ont été recensés à partir de l'année 1998. À titre d'exemple en Algérie, au début l'accès à Al Jazeera été rendu possible grâce aux antennes paraboliques collectives, puis petit à petit la réception s'est généralisée avec la démocratisation et l'arrivée massive de l'antenne parabolique individuelle.

L'histogramme suivant nous présente l'évolution de la réception de la télévision satellitaire dans la région arabe par pays entre 1993 et 1997 :



Nombre de récepteurs par pays pour 1000 habitants¹⁰

À travers l'histogramme, nous pouvons constater l'avance considérable de l'Arabie Saoudite en termes de réception télévisée satellitaire, nous pouvons aussi remarquer le bond enregistré par les Emirats Arabes Unis afin de combler son retard à partir de l'année 1995. Cependant l'évolution pour les autres pays reste relativement lente, voire même en stagnation, c'est notamment le cas de l'Égypte. Une étude ultérieure réalisée en 2010¹¹ sur les modes de réception de la télévision dans le monde arabe, démontre l'ascension fulgurante de la

¹⁰ D'après une étude établie par l'institut de statistique de l'UNESCO, publiée en 1999.

¹¹ Source: Dubai Press Club, "Arab media outlook 2009-2013", Moyen Orient n° 6, juin, juillet 2010.

réception satellitaire partout dans la région à l'exception de l'Égypte, où la préférence à la réception terrestre se consolide.

Mais tout compte fait, hormis un pic en termes d'audience durant l'opération « le renard du désert » fin 1998 en Iraq, la chaîne a connu une progression relativement timide entre son lancement jusqu'en 2001, date des attentats contre les États Unis, qui constituent un tournant décisif dans la diffusion de la chaîne et dans son rôle régional et international.

Du point de vue de plusieurs spécialistes, à l'exemple d'Olfa LAMLOUM, le grand succès que rencontre Al Jazeera serait déclenché par les événements du 11 septembre 2001. L'auteure écrit sur la préface de son livre « Al Jazeera miroir rebelle et ambigu du monde arabe » : « Le 7 octobre 2001, moins d'un mois après les attentats de New York et Washington et quelques heures après le début des bombardements sur l'Afghanistan, le logo d'une chaîne arabe surgit pour la première fois sur les écrans de millions de foyers Américains et Européens : la chaîne qatarie Al-Jazeera diffuse un message d'Oussama Ben Laden ». (LAMLOUM, 2004). C'est à partir de ce moment que la chaîne qatari fait irruption dans l'espace médiatique international et que le monde la découvre. Tout au long des mois qui ont suivi ces événements, la chaîne a assuré une couverture médiatique permanente pendant la guerre en Afghanistan. Elle a aussi diffusé plusieurs messages sonores et audiovisuels du chef d'Al-Qaida, ce qui la rendra suspecte aux yeux des Américains et des occidentaux. L'épisode Afghan a permis à Al Jazeera d'asseoir son rôle de source d'informations importante aux yeux des citoyens arabes, qui découvrent avec cette chaîne une couverture médiatique des conflits militaires différente, cette dernière n'a pas hésité à remettre en cause les arguments américains concernant le déclenchement de la guerre en Afghanistan. Par la voix de son correspondant à Kaboul, la chaîne a rendu compte d'une autre réalité de la guerre, loin de la guerre propre prônée par l'administration Bush.

Les succès d'Al Jazeera ne se résument pas uniquement aux moments de guerres, mais aussi dans sa couverture quotidienne de l'actualité du monde arabe et internationale. Ce succès est rendu possible grâce à plusieurs facteurs que je vais essayer d'aborder dans le chapitre qui va suivre.

Le premier facteur de ce succès, réside dans le positionnement géopolitique de la chaîne face au monde arabe. En effet, cette chaîne a soigneusement cherché à faire la synthèse de plusieurs courants de pensée et d'opinions, afin de constituer un socle commun de valeurs.

Les deux principaux courants dans la région arabe sont : le nationalisme arabe, fruit d'un rapprochement entre l'Égypte et la Syrie et d'autres pays fraîchement indépendants dans les années 60 à 70 du siècle dernier. Ce courant a connu un essoufflement important pendant les périodes qui ont suivi, mais reste quand même présent et fédérateur au sein de l'espace public arabe. L'autre courant et de nature religieuse, constitué essentiellement de deux fractions, les frères musulmans en Égypte, qui est un courant conçu comme alternatif au nationalisme arabe, puis plus tard le courant salafiste, qui est une sorte d'élargissement du Wahhabisme saoudien.

D'une façon générale et plus globale, la chaîne s'est d'abord positionnée comme un symbole de l'inversion d'un flux en termes médiatique, qui circulerait du Sud vers le Nord pour reprendre les termes de Pierre VANRIE (2002). Elle serait à ce titre une alternative à l'injustice et à l'impérialisme médiatique imposé par les puissances occidentales, les États Unis à leur tête. Sur le plan local, la chaîne construit son identité sur deux notions qui font la synthèse des deux courants idéologiques dominants déjà cités.

La ligne éditoriale d'Al Jazeera s'articule autour de deux notions « Al Umma Al Isslamiya », la nation musulmane et « Al Wattan Al Arabi », le pays ou le Monde Arabe. La première notion fait référence à une sorte de communauté de croyants musulmans, qui serait une sorte de paradigme qui réunit les différents dogmes et croyances musulmanes au sein d'une seule et même communauté. La deuxième notion quant à elle est relative à la nation arabe, à l'ensemble des pays arabes comme étant une communauté linguistique unie par cette appartenance à la langue arabe, une sorte de « Kawmia », de nationalisme arabe. Ces deux perliers majeurs sont omniprésents dans le discours d'Al Jazeera, du point de vue de Vanrie. Cet esprit de synthèse, bien qu'il ne reflète pas profondément l'identité de cette chaîne -qui elle, a évolué au fil de son existence, comme nous allons l'aborder plus loin- offre à Al Jazeera une image de pluralité et de diversité inédite dans les médias de la région. Grâce à cette logique de synthèse, la chaîne a su créer une sorte d'espace public arabe virtuel ou plus au moins imaginaire, fédérateur malgré les différences et l'hétérogénéité de cet espace.

Dans une étude consacrée à Al Jazeera, Atef KHAYAT souligne en parlant de cette chaîne : « Elle a trouvé des dénominateurs communs à ces cultures disparates et les a intégrés à un espace médiatico-culturel globalisé...Elle a su se synchroniser, comme dans une communication interpersonnelles, sur une culture commune pour faciliter l'appropriation de son discours ». (KHAYAT et DOGHMI, 2013, p.97-98). C'est cette stratégie d'être tout et rien à la fois, de passer outre les clivages dans un espace médiatique arabe très politisé qui a

permis à Al Jazeera d'être perçue comme une sorte de révolution en termes médiatique dans la région Arabe, mais c'est aussi ce grand écart qui a valu à Al Jazeera les critiques les plus virulentes.

Autre facteur qui a constitué un terreau favorable au succès d'Al Jazeera, réside dans la réalité de l'espace médiatique arabe, comme nous l'avons souligné, cet espace médiatique et jusque-là dominé par des chaînes satellitaires libano-saoudiennes, principalement des chaînes généralistes ou de divertissement. À côté, on retrouve des chaînes étatiques sous contrôle des régimes en place, des médias souvent généralistes, souvent médiocres et souvent démunies de moyens techniques modernes. Mais depuis déjà quelques années et grâce à la réception satellitaire notamment, des millions de téléspectateurs arabes pouvaient suivre les programmes des chaînes occidentales. La répartition de la pénétration de ces chaînes se faisait sur une base que nous pourrions qualifier de postcoloniale ou d'influence géopolitique. Dans les pays Maghrébins c'est les chaînes françaises et francophones qui sont suivies par des téléspectateurs à la recherche d'une alternative aux médias nationaux, en revanche dans les autres pays c'est plutôt les chaînes anglophones qui suscitent l'intérêt. Bien que ces médias occidentaux puissent constituer une alternative aux médias locaux, leur conception de base comme étant des chaînes prioritairement destinées à un public local, fait que le décalage socioculturel est important, limitant ainsi l'audience. En termes d'informations, le rôle de CNN dans la couverture des conflits dans la région est vécu comme une sorte d'injustice et d'impérialisme par l'image, c'est ce qui explique l'orientation du public arabe vers Al Jazeera pour s'informer. C'est d'abord ce rôle d'alternative aux chaînes nationales gouvernementales arabes et aux chaînes occidentales qu'Al Jazeera a tenté d'investir avec succès.

Al Jazeera s'est positionnée également comme une sorte de lieu de cristallisation de l'opinion publique arabe, en ouvrant son antenne aux différents représentants des états, mais aussi aux opposants de la région. C'est ce que souligne Lotfi MADANI qui écrit : « Al Jazeera a bien inauguré un traitement de l'information inédit dans le paysage télévisuel arabe ». (MADANI, 2002, p.178). Il évoque aussi le choix délibéré de la chaîne, des sujets controversés, à l'exemple des atteintes aux droits de l'homme, le statut de l'opposition, le statut de la femme dans les sociétés arabes. Cette liberté de ton est assurée à Al Jazeera grâce à sa relation ambiguë avec le Qatar.

En effet entre la chaîne d'informations internationale et le pays s'est établi dès le départ comme une sorte de contrat implicite, qui stipule que le Qatar garantira à la chaîne les fonds nécessaires à son fonctionnement ainsi que la sécurité de ses locaux, en contrepartie, la chaîne

ne doit en aucun cas rendre compte de la politique intérieure du pays et moins de traiter les sujets sensibles en relation avec ce dernier. Ainsi, la chaîne se voit affranchie de la couverture de l'agenda politique de l'Emir du Qatar et ses différentes réceptions, tâche récurrente dans les médias officiels arabes. Cette relation d'interdépendance entre le Qatar et la chaîne d'informations internationale est censée garantir au pays une vitrine et une caution démocratique en termes de liberté d'expression, de modernité et pour la chaîne de jouer un rôle régional important grâce à une liberté de ton inédite dans l'espace médiatique local.

La relation d'interdépendance entre l'état et Al Jazeera est telle, que certains spécialistes avouent qu'ils ne seraient pas en mesure de déterminer la marge de manœuvre de l'un envers l'autre, c'est notamment le cas de KHAYAT qui écrit : « Ce couple Qatar/Al Jazeera n'est que deux facettes d'une seule monnaie et on a même tendance à se demander qui de la chaîne ou du Qatar reçoit l'autre ».

Autre facteur qui a permis à la chaîne d'alimenter l'espace public en informations et en images est la question palestinienne. En effet, dès son lancement la chaîne a tenu à rendre compte quotidiennement et dans les moindres détails, des événements et de l'actualité palestinienne, un sujet d'intérêt commun dans le monde arabe. En profitant de sa couverture de la deuxième intifada entre 2000 et 2004, Al Jazeera a fait de la crise palestinienne un sujet central, mais aussi parfois un « bouche trou », un « occupe terrain » en cas d'absence d'actualité internationale importante. Les troubles engendrés par le conflit israélo-palestinien ont mis du pain sur la planche d'Al Jazeera, qui dépolit un réseau de correspondants important dans les principales villes israéliennes et palestiniennes. Avec des enquêtes de terrain et des reportages au cœur d'Israël, Al Jazeera sonde les différentes opinions des deux côtés, même si sa couverture reste partisane du camp palestinien, mais grâce aux bonnes relations qu'entretient le Qatar avec Israël, Al Jazeera a toujours pu assurer ses entrées dans le pays ennemi !

Un autre événement qui s'avère propice au succès d'Al Jazeera est la guerre en Iraq en 2003. La chaîne était aux premières loges pour couvrir cette guerre, le point de vue qu'elle a essayé de donner à travers sa couverture de cette guerre est clairement divergeant de ce qu'on a pu voir dans les médias occidentaux et surtout américains. Al Jazeera, a dès le début de la guerre évoqué la guerre contre l'Iraq, ou encore l'invasion de l'Iraq. Certains spécialistes évoquent le rôle d'Al Jazeera comme étant partie prenante dans le conflit, à l'exemple d'Olfa LAMLOUM qui écrit : « Al Jazeera a été un acteur à part entière dans le conflit. Elle a été partie prenante de la bataille des mots en choisissant de rendre compte de la guerre contre



l'Iraq mené par les forces de l'invasion et en chassant de son récit toute référence aux forces de la coalition ou à une quelconque sécurisation des zones ». (LAMLOUM, 2003, p.199). En se positionnant clairement contre les Etats Unis dans ce conflit, la chaîne a su capter les émotions et les ressentis du public arabe, profondément anti américain et anti Bush.

À l'occasion de cette guerre, Al Jazeera a mis en place un dispositif très rodé, autant sur le plan de la couverture sur le terrain, que sur les différents plateaux et émissions en direct, en passant par l'habillage de la chaîne, ses bandes d'annonce et ses jingles. Tout été fait par Al Jazeera afin de faire de cette guerre un « moment historique » au sens médiatique, tel qu'il a été défini par Daniel DAYEN (1996)¹².

La couverture de cette guerre par Al Jazeera, bien qu'elle fût dérangeante pour les pays de la coalition et certains pays arabes, elle s'est révélé un grand succès auprès du public.

Ce qui renforce le succès d'Al Jazeera durant ce conflit est surtout l'attitude de l'administration américaine envers cette dernière, qui été même allé jusqu'à projeter de bombarder le siège d'Al Jazeera, selon les révélations du quotidien anglais Daily Mirror.¹³ Sachant que cette dernière a connu une mesure similaire, avec le bombardement de ses bureaux à Bagdad, soit disant accidentellement en avril 2003. Une fois de plus le couple Al Jazeera/ Qatar a fonctionné, car les relations du pays avec les pays de la coalition a permis à Al Jazeera d'éviter le pire. Dans cette configuration, le Qatar a su offrir à la coalition en contre partie de la liberté de ton d'Al Jazeera, un soutien logistique important, en mettant à leur disposition la base militaire « d'Al Udeid », qui a servi de quartier général aux forces de coalition durant la guerre. Mais la chaîne a surtout pu capter la sympathie du public en surjouant de sa posture de média indépendant, dérangeant et persécuté, afin de rallier plus d'audience.

Ce qui serait important à noter également, concernant cette période est la relation ambiguë entre Al Jazeera et le commandement des forces de la coalition. D'un côté, on s'agace de la couverture impartiale, voire de propagande d'Al Jazeera, de l'autre côté on sollicite cette même chaîne influente et très suivi pour transmettre des messages. L'armée américaine avait besoin des caméras d'Al Jazeera pour donner du crédit à certaines réalités, c'est ce que relève

¹² L'auteur revient sur la notion de « moment historique » présenté par la télévision, concernant certains événements qui n'ont pourtant rien d'historique. Dans La télévision cérémonielle, p.5.

¹³ https://www.wsws.org/francais/News/2006/octobre06/271006_censure.shtml, consulté le 28/10/2015.

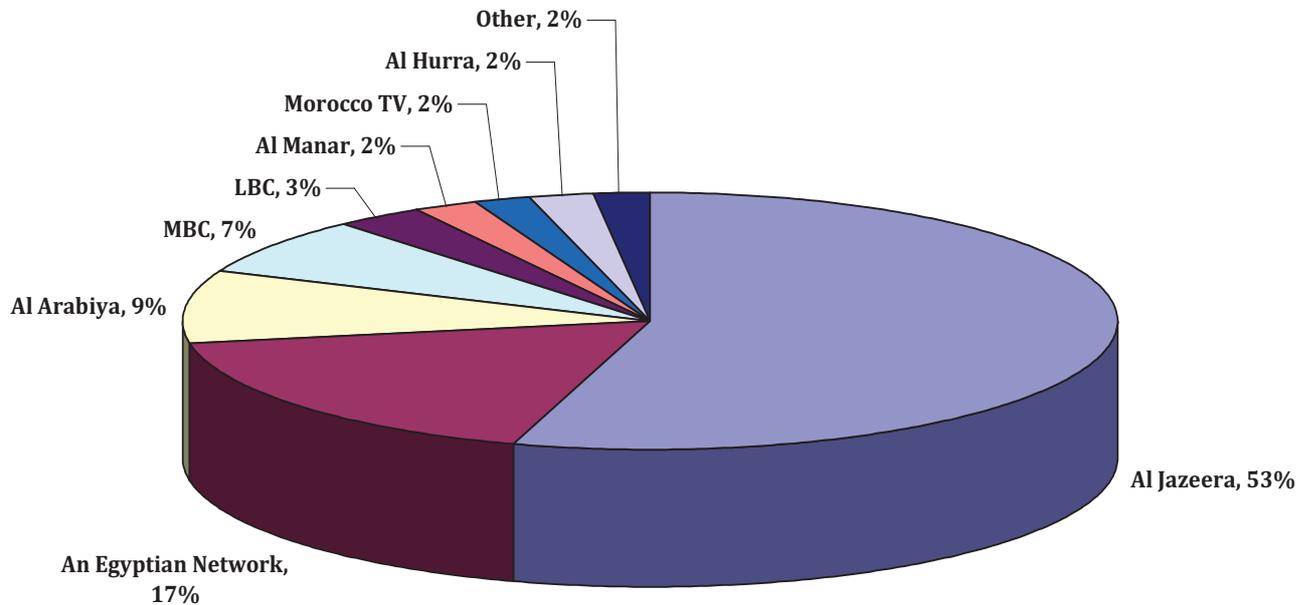
LAMLOUM en évoquant l'épisode de la capture des fils de Saddam Hussein, où les militaires auraient mis en place une mise en scène, permettant aux caméras d'Al Jazeera d'être présentes lors de l'arrestation. L'enjeu pour les forces militaires était d'attester de la véracité de l'évènement auprès du public arabe, une vérité qui devait obligatoirement transiter par l'écran d'Al Jazeera qui assurerait la diffusion des images, mais au même temps donnerait une crédibilité à l'information et au déroulement de l'évènement. Après le conflit iraquien, la chaîne d'informations internationale s'est dégagée comme une référence dans la région arabe en termes de médias d'informations, malgré l'avènement de nouveaux concurrents sur la scène médiatique arabe.

Les chiffres de part de marché suivants sont éloquentes quant au succès de la chaîne auprès du public arabe, il s'agit de statistiques qui datent de 2008, immanentes d'une étude annuelle sur l'opinion publique arabe, dirigée par la chaire Anwar El Sadat, pour la paix et le développement, de l'université de Maryland¹⁴.

¹⁴ Annual Arab Public Opinion Poll. (2008). Survey on the Anwar Sadat chair for peace and development at the University of Maryland.

2008 Media Viewership Aggregate

When you watch international news, which of the following network's news broadcasts do you watch most often?



Dans cette étude réalisée sur six pays Arabes, (Egypte, Jordanie, Liban, Maroc, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis), les échantillons ont été interrogés sur la chaîne d'informations qu'ils regardent le plus souvent. Nous constatons la préférence nette exprimée pour la chaîne qatarie Al Jazeera, qui à elle seule totalise plus de 50% des parts du marché. Dans une version détaillée de cette étude, où chaque pays est pris à part, nous constaterons également cette préférence pour Al Jazeera, à l'exception du Liban où cette dernière n'arrive qu'en troisième position derrière Al Manar, la chaîne du Hizbollah et LBC chaîne plus proche de la mouvance laïque. Mais ce qui réconforte la domination d'Al Jazeera dans la région, est son succès auprès du public saoudien, où la chaîne arrive en tête devant sa première concurrente, pourtant saoudienne, Al Arabiya.

Forte de son succès et de son statut de leadership médiatique dans la région, la chaîne aborde une autre période mouvementée dans l'histoire de la région arabe, qui fera aussi son succès et qui lui donnera l'occasion aussi de jouer un rôle important. On pourrait dire que c'est le moment « soft power » d'Al Jazeera par excellence. Il s'agit de ce qui a été appelé les révolutions arabes.

En termes d'influence et de « soft power » d'Al Jazeera, la période des révolutions arabes serait de mon avis le point d'orgue de ce qu'un média pourrait revendiquer comme capacité d'influence. À l'occasion de ces événements qui ont touché dans la même période plusieurs pays arabes, la chaîne s'est fortement mobilisée auprès des révolutionnaires, c'est notamment le cas en Tunisie et en Egypte. L'ingrédient principal de cette mobilisation et de son succès réside dans la nature même de ces mouvements, car Al Jazeera se voit concrétiser un idéal cher à son orientation, celui du monde arabe comme un ensemble uni, comme un bloc homogène qui partage en commun une histoire, un présent et un avenir. Selon KHAYAT : « l'effet contagion de ces mouvements dans les pays arabes, Tunisie, Egypte, Lybie, Bahreïn, Yémen, Syrie..., n'est autre que l'imaginaire collectif qui prend corps. Un imaginaire qui tend la main, jamais ces peuples, n'étaient aussi proches de sa réalisation ». (KHAYAT, p.96). C'est cet imaginaire qu'Al Jazeera a exploité durant ces événements pour faire croire à l'avènement d'un nouveau monde arabe, mais aussi pour défendre une certaine idée de ce destin commun des peuples de cette région.

C'est aussi à l'occasion de ces mouvements, que la chaîne d'informations a opéré un grand changement dans sa ligne éditoriale. Si cette dernière était jusqu'ici soucieuse d'une certaine objectivité dans le traitement d'informations, en donnant la parole à tous les protagonistes, ce n'était pas vraiment le cas lors des révolutions arabes, où la chaîne a véhiculé un récit à la gloire des révolutions, en réduisant tout autre discours à la marge. Mais c'est à cette occasion que le rapprochement entre Al Jazeera et le Qatar est le plus important, car la chaîne s'est pratiquement alignée sur les positions officielles du pays. Contrairement aux conflits et crises précédents, que la chaîne a couvert avec un discours allant souvent à l'encontre de la diplomatie officielle qatarie, notamment en ce qui concerne la relation de la chaîne avec les Etats Unis en particulier, et les pays occidentaux en général, envers lesquels cette dernière s'est montrée critique, voire même hostile, la chaîne s'est rapproché des positions officielles.

La nouvelle orientation d'Al Jazeera est relevée par Amina MOURID (2015), dans son article intitulé : «Al Jazeera et la politique étrangère qatarie durant le printemps arabe », où elle souligne que : «durant le "printemps arabe" on a pu observer une certaine concomitance entre les choix éditoriaux de la chaîne et les intérêts qataris. Celle-ci s'est traduite de deux façons, soit par un appui total et une hypermédiation, soit par une absence de couverture médiatique, passant sous silence plusieurs événements ». Dans son analyse sur la position d'Al Jazeera face aux révolutions arabes, l'auteure fait référence au rapprochement entre la ligne éditoriale de la chaîne et la diplomatie officielle du Qatar. Cette nouvelle stratégie

s'exerce à travers l'hypermédiatisation de certains événements et la mise sous silence d'autres, cela peut être expliqué par le souci de la chaîne de s'inscrire dans les intérêts du pays. Les exemples de surmédiatisation et d'appui apporté aux révolutions étaient observables notamment dans les cas tunisien et égyptien, mais aussi libyen jusqu'à un certain moment. En revanche la mise sous silence de certains événements était constatée dans le cas du Bahreïn et du Yémen, mais aussi dans le cas syrien au début de la révolution. Cette stratégie d'un traitement déséquilibré des événements liés aux révolutions arabes a pu passer inaperçu au départ, elle a profité dans un premier temps au succès de la chaîne en la mettant au rang d'instigateur et de prêcheur de ces révolutions, mais cette stratégie s'avère dans un second temps un élément de faiblesse et de désamour entre la chaîne et son public. Cette période en revanche profitera beaucoup plus au Qatar, qui se verra propulser à un rôle régional important devenant la Mecque des révolutions et surtout des opposants porteurs de projets islamistes.

Comment expliquer donc ce revirement soudain de la politique éditoriale de la chaîne, à l'occasion des révolutions arabes ? La réponse à cette question se trouve dans deux éléments importants : le premier est d'ordre géopolitique et l'autre est relatif à un agencement au sein de la chaîne d'informations. Sur le plan géopolitique l'enjeu des révolutions arabes est beaucoup plus important que les événements antérieurs, à l'exemple de la guerre en Iraq où des différents conflits entre israéliens et palestiniens. Dans cette configuration l'ennemi étant un acteur extérieur au Monde Arabe, il était donc facile pour Al Jazeera et le Qatar de jouer un double jeu, sur le plan médiatique hostile à cet ennemi, tandis que dans les arrières cuisines de la diplomatie qatarie, le Prince joue au pompier, en rassurant les ennemis d'Al Jazeera. Grâce à ce jeu de rôles, comme nous l'avons souligné, Al Jazeera et le Qatar ont pu fonctionner et évoluer sur deux tableaux différents, chose qui a permis à la chaîne d'avoir un franc succès auprès du public. Dans le cas des révolutions arabes, c'est l'aboutissement d'un projet longtemps entretenu par le Qatar, celui de l'implosion des régimes de dictatures arabes qui laisseraient le champ libre au Qatar pour s'imposer comme une force majeure dans la région, en implantant des régimes qui vont dans le sens de ses intérêts. Dans un contexte aussi délicat que celui-là, le moindre écart entre la diplomatie officielle qatari et son « soft power » médiatique aurait été fatal. C'est pour ça qu'une certaine reprise en main de la chaîne par les dirigeants du pays a été opérée. En amont, des agencements au sein du directoire et de l'équipe de rédaction d'Al Jazeera ont permis de changer l'orientation de la chaîne. Le constat d'Yves GONZALEZ-QUIJANO corrobore cette analyse, ce dernier souligne dans un article que : « Al Jazeera semble aujourd'hui devenue le relais de la politique étrangère du Qatar...

La reprise en main de la chaîne par le cheikh Al THANI s'achève en septembre 2011 avec la mise à l'écart du charismatique Wadah Khanfar. Directeur de la rédaction de la chaîne télévisée depuis 2003, le journaliste palestinien était l'homme qui avait fait d'Al Jazeera la voix des printemps arabes ». ¹⁵

Malgré les bouleversements qu'a connus la chaîne à l'issue des révolutions arabes, le rôle qu'elle a joué à un certain moment reste incontestable, elle serait la chaîne des révolutions arabes par excellence, même si un certain nombre d'enjeux relatifs à ces événements se sont joués hors médias. Le rôle d'Al Jazeera comme « soft power » durant les révolutions arabes, bien qu'il soit à reconsidérer au dépend de la diplomatie officielle du Qatar, reste un fait. El OIFI souligne dans son article : « même si le déclenchement des révolutions arabes ne peut être mis au seul crédit des médias, Al-Jazeera est perçue comme exerçant une pression insoutenable sur les Etats et les autres acteurs politiques dans le monde arabe ». (EL OUAFI Mohamed, 2013). C'est cette pression qui traduit la force de frappe du Qatar par le biais de sa chaîne d'informations internationale.

Nous avons essayé dans cette partie d'analyser les raisons qui ont conduit au succès d'Al Jazeera, à travers une stratégie et une ligne éditoriale lui permettant de brasser large au niveau des différentes composantes dogmatiques, religieuses et politiques du monde arabe. Au départ, perçue comme une alternative aux médias officiels très faibles et aux médias occidentaux très hégémoniques, la chaîne a pu rompre avec une domination saoudienne du champ médiatique arabe, en offrant à la place du divertissement un média d'informations très politisé.

La chaîne a su « capter les sentiments politiques arabes » pour reprendre les termes d'El OIFI, elle a su aussi s'ouvrir aux oppositions arabes et devenir un espace de cristallisation d'une opinion publique arabe jusqu'ici méconnue et dispersée. Nous avons pu également évoqué la relation complexe entre le duo Al Jazeera/Qatar qui fonctionne dans une relation d'interdépendance, où la chaîne apporte une caution d'ouverture, de modernité à l'état et ce dernier apporte les fonds nécessaires au fonctionnement de cette chaîne, tout en s'arrangeant pour la défendre auprès de ses détracteurs dans le monde arabe et en Occident.

¹⁵ Selon un article publié par l'Express en 2013, intitulé : Al Jazeera, la chaîne phare du monde Arabe ne brille plus.

À travers un certain nombre d'évènements qui ont secoué la région arabe, et notamment les conflits militaires, la chaîne a su se rendre indispensable auprès du public arabe et aussi auprès des forces militaires et des gouvernements occidentaux pour véhiculer leurs messages et projets au Proche Orient. Ce succès a permis à la chaîne d'informations d'être un « soft power » pour le Qatar, un pays dépourvu de « hard power ». Al Jazeera jouit d'une double fonction, à la fois vitrine légitimant le régime qatari, mais aussi outil de « soft power » qui fait trembler les dictatures, ce double rôle de la chaîne fait d'elle un objet dont l'évolution est importante à analyser, car elle nous livre une stratégie globale d'expansion et d'influence d'un micro-état, qui à travers une chaîne d'informations internationale a pu se hisser en acteur régional incontournable.

Il est vrai que cette chaîne ne constitue qu'une petite partie de la stratégie du Qatar dans sa conquête du monde, mais elle est l'élément déclencheur, celui qui a permis au pays de tisser son réseau de relations internationales. Son lancement qui coïncide avec la prise du pouvoir par le nouvel Emir, fait d'elle une base sur laquelle ce régime a bâti son image de pays moderne. L'argent du gaz et du pétrole et l'influence médiatique d'Al Jazeera sont le carburant de cette ascension importante du Qatar depuis 1996. El OIFI souligne dans ce sens, le rôle important joué par Al Jazeera dans le Qatar moderne, il écrit : « Mais si le gaz et les ressources financières qu'il génère constituent une variable explicative de la politique étrangère qatarie, l'influence médiatique que ce pays a acquis mérite une attention particulière. En effet, sans « l'effet Al-Jazeera », il est difficile de comprendre la trajectoire du Qatar depuis 1996, la place qu'il occupe aujourd'hui sur la scène régionale et sa visibilité internationale ».

À travers l'analyse des causes qui ont conduit au succès d'Al Jazeera, nous pouvons constater que cette chaîne d'informations internationale a acquis ses galons d'acteur médiatique important dans la région grâce à une sorte d'ambivalence, d'un paradoxe difficile à assumer. Car concrètement, ce qui a fait son succès dans un premier temps, fera par la suite sa faiblesse, la chaîne d'informations s'est donnée une mission beaucoup plus complexe que ce qu'elle pensait. En effet elle a tenté depuis sa création d'assumer un paradoxe pas évident à concevoir, basé sur un équilibre très fragile et précaire.

IV.2.3 : Al Jazeera, du succès à la diabolisation.

Au début, la chaîne Al Jazeera jouit d'une bonne visibilité dans l'espace public arabe, avec de très bon succès en termes d'audience, notamment à l'occasion de l'opération américaine en Iraq « le renard du désert 1998 » et d'autres événements régionaux qui l'ont consacré comme la première chaîne d'informations internationale arabophone. Jusque-là Al Jazeera reste un média sans histoires ni controverses, mais cette situation a connu un bouleversement après les attentats du 11 septembre 2001, où la chaîne s'est illustrée comme source d'informations importante à l'échelle planétaire, notamment avec la diffusion des messages du chef du groupe terroriste Al Qaeda. À partir de cette date, la chaîne a connu la consécration internationale, mais aussi la critique au sens négatif. Les plus virulentes de ces critiques viennent des Etats Unis où la chaîne d'informations a fait l'objet d'une campagne de dénigrement importante.

Dans son livre consacré à Al Jazeera, intitulé : « Al Jazeera : de la liberté d'expression dans une pétromonarchie », Claire Gabrielle TALON, revient sur cette période trouble entre la chaîne qatarie et l'Occident. D'après l'auteure, la suspicion qui suit le succès d'Al Jazeera en Occident est héritière d'une tradition qui considère la liberté d'expression comme un privilège démocratique. À ce titre, une chaîne d'informations internationale au sein d'une monarchie pétrolière du Golfe a laissé perplexes spécialistes et théoriciens des médias du monde occidental. L'auteure ajoute que ces derniers cultivent une critique permanente des médias du Monde Arabes, qu'ils considèrent comme « népotiques et manquant de liberté ». (TALON, 2013, p.03). Elle souligne que l'ouverture des hostilités contre Al Jazeera émane, à l'origine du sommet de l'état américain, suite aux attaques du 11 septembre 2001 et à l'opération militaire américaine en Afghanistan. Les messages d'Oussama Ben Laden diffusés par la chaîne, constituent le début de cette campagne de dénigrement à l'encontre d'Al Jazeera. Le congrès américain a demandé un rapport sur la chaîne à son service de recherche. Le compte rendu du rapport émanant de ce service est accablant pour Al Jazeera. L'auteure souligne : « dans un compte rendu d'une vingtaine de pages remis le 23 juillet 2003, les rapporteurs du Congressional Research Center soulignèrent, l'écart qui séparerait selon eux le journalisme d'Al Jazeera des normes en vigueur dans les médias occidentaux ». (TALON, p.04). Le rapport en question reprocherait également à la chaîne un manque de professionnalisme et de liberté, qui font que cette dernière serait considérée comme un outil de propagande anti-américain. Si ce rapport est certes critique vis-à-vis d'Al Jazeera, nous estimons tout de même qu'il n'a pas vraiment pointé les vraies faiblesses de la chaîne et qu'il est exagérément à

charge contre cette dernière. Cela révèle aussi la portée politique et diplomatique du rapport, qui qualifie la chaîne d'outil de propagande, mais ne cite à aucun moment, au service de qui serait cet outil ? Ne s'agit-il pas d'un état ami, qui a mis à disposition des forces militaires américaines la plus grande base militaire en dehors du pays. Dès lors cette accusation ne tient plus la route et ne peut être considérée comme sérieuse mais cela peut illustrer la méconnaissance des américains à l'époque, qui n'ont pas tout à fait compris la relation ambiguë entre la chaîne d'informations et le Qatar. Bien que ce rapport soit une caution pour d'autres rapports et recherches qui suivront, liés ou pas au gouvernement américain, dans la lignée de la stigmatisation d'Al Jazeera. Ce dernier ne peut être considéré comme le plus virulent à l'encontre de cette dernière. Gabrielle TALON souligne également le rôle de certains intellectuels arabes installés aux Etats Unis et proche de l'administration Bush dans cette campagne de dénigrement. Mais les critiques les plus virulentes envers Al Jazeera sont celles des auteurs et journalistes anglophones. À travers un certain nombre d'ouvrages, nous avons pu constater l'assimilation de la chaîne au fondamentalisme à l'islamisme et même parfois au terrorisme dont la chaîne serait une vitrine médiatique.

Olfa LAMLOUM souligne dans la préface de son livre « Al Jazeera miroir rebelle et ambiguë du monde arabe », et dans une interview, que suite à la première apparition de Ben Laden sur les écrans d'Al Jazeera, cette dernière « devient la télévision la plus controversée du monde, accusée de véhiculer tous les « ismes » dans le monde arabe – islamisme, terrorisme, populisme, antisémitisme »¹⁶.

On peut retrouver cet amalgame, par exemple dans les écrits de Hugh MILES (2006) qui n'hésite pas à qualifier Al Jazeera de la chaîne de Ben Laden. Dans son ouvrage intitulé « Al Jazeera: How Arab TV News Challenged the World », l'auteur revient dans un style plutôt journalistique sur le contexte dans lequel il s'est intéressé à la chaîne d'informations, il relate à travers plusieurs événements importants les succès de la chaîne. Mais dès les premières lignes de son livre, l'auteur met l'accent sur la relation de la chaîne avec les milieux conservateurs arabes. Il construit son récit autour de cette idée, selon laquelle la chaîne serait une sorte d'outil de propagande proche des milieux islamistes. Même si l'auteur table sur un effet Al Jazeera plutôt favorable à la démocratisation du champ médiatico-politique au proche Orient, son analyse dans son ensemble est émaillée de références défavorables à cette dernière. L'auteur remet toujours la chaîne dans des contextes de conflits et de guerres, c'est

¹⁶ Interview avec Olfa Lamloom. (16 septembre 2004). In Politis n°817.

une façon de reprocher à Al Jazeera de faire des récits de guerres une sorte de fonds de commerce sur lequel elle arrive à ameuter le public.

Dans un registre plus académique, Philip SEIB (2008), s'intéresse à Al Jazeera dans un livre intitulé « The Al Jazeera Effect: How the New Global Media Are Reshaping World Politics », un livre très inspiré d'un ouvrage de Piers ROBINSON publié en 2002, intitulé « The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention ». Nous pouvons constater donc d'entrée, le parallèle fait entre CNN et Al Jazeera quant à leur effet supposé sur la diplomatie internationale. L'auteur fait état dans son livre d'un effet important et majeur de la chaîne d'informations qatari sur la région arabe et aussi au-delà de cette région. Hormis l'influence exagérément attribuée à Al Jazeera, l'auteur décrit le contexte général des médias du Sud et leur rôle dans les changements qui s'opèrent. Mais ce dernier place cette chaîne sur le plan géopolitique, comme un média du monde musulman plutôt que du monde arabe. Pour lui le discours d'Al Jazeera va dans le même sens que les autres discours islamistes que nous pouvons trouver sur les blogs et réseaux sociaux. La stratégie de la chaîne permettrait ainsi une certaine cohésion au sein du monde musulman, la rendant plus influente dans les relations internationales. Dans ce nouveau contexte où les médias, comme Al Jazeera sont influents, l'auteur fait le rapprochement entre cette réalité et ses conséquences, il évoque notamment le choc des civilisations, le terrorisme international et même l'avènement des états virtuels.

Les références que nous venons de citer et bien d'autres, souvent publiées après les événements du 11 septembre, partagent une lecture commune, celle de l'effet exponentiel d'Al Jazeera sur le public et sur la région arabe et les relations internationales, un effet volontairement exagéré, qui frôle parfois la paranoïa. L'assimilation de cette dernière aux mouvements islamistes et au terrorisme international, son rôle démesuré dans les relations internationales, sont les éléments qui reviennent le plus souvent dans ces références. La perception d'Al Jazeera en Occident et particulièrement aux Etats Unis est complètement affectée par le prisme de la lutte anti-terroriste et une sorte de traumatisme post 11 septembre 2001. La diffusion par Al Jazeera des messages d'Oussama Ben Laden seraient la ligne de fracture entre la chaîne d'informations et le monde occidental.

En France, bien que les travaux consacrés à Al Jazeera sont rares et souvent des travaux de recherche de spécialistes du Monde Arabe francophones, qui se sont intéressés au succès de la chaîne et à sa nature d'une façon différente. Malgré cela, la chaîne ne jouit pas pour autant d'une bonne réputation, notamment auprès des responsables politiques français, qui

considèrent « Al Jazeera comme un média hostile dont il faut combattre l'influence ». Selon Gabrielle TALON (p.04). À la différence de ce qui s'est passé aux Etats Unis où la chaîne a été discréditée suite aux événements du 11 septembre 2001, en France c'est à l'occasion des révolutions arabes, à partir de la fin 2010 que les critiques vis-à-vis d'Al Jazeera vont se cristalliser parmi les spécialistes. À titre d'exemple, Gilles KEPEL (2014), signe un article intitulé « L'inexorable déclin d'Al Jazeera », dans le premier numéro de la revue INA Global. L'auteur s'engage dans un argumentaire à charge contre le Qatar et sa politique d'expansion, pointant le rôle d'Al Jazeera dans ce projet. Bien que l'article revienne d'une façon précise sur les mutations d'Al Jazeera et sur son rôle à travers son évolution dans l'espace public arabe. L'analyse s'appuie d'une façon exagérée sur des événements et des faits faisant référence au rapprochement entre la chaîne d'informations et les milieux conservateurs religieux. Cette analyse s'éloigne de l'objet médiatique que constitue Al Jazeera et se situe d'avantage sur un autre terrain, celui des enjeux expansionnistes du Qatar, car l'auteur n'hésite pas à mobiliser dans son analyse des références relatives à l'économie, au sport au football et autres domaines où le Qatar investit, notamment en France.

Analyser Al Jazeera au prisme de la présence du Qatar en France, tout en réduisant la stratégie Arabe d'Al Jazeera à son rapprochement avec les frères musulmans est en effet une façon moins académique d'analyser un média. En prédisant un avenir incertain à la chaîne et en justifiant en quelque sorte ce que l'auteur appelle « Al Jazeera bashing ». (KEPEL, 2014, p.82), l'auteur prend position clairement contre Al Jazeera en misant sur le déclin de la chaîne et du Qatar.

L'hostilité vis-à-vis de la chaîne qatarie Al Jazeera n'est pas l'apanage des occidentaux, en effet, les premières hostilités contre cette chaîne viennent de l'intérieur du monde arabe. Depuis son lancement et ses différents succès, le journalisme d'Al Jazeera semble déranger les dirigeants des pays arabes, certains d'entre eux se sont livrés à une vraie bataille anti Al Jazeera à coup de censure, d'interdictions, d'expulsions de correspondants de la chaîne.

La raison de ce rejet par les pouvoirs arabes de cette chaîne, réside dans la ligne éditoriale de cette dernière, délibérément provocante pour ces régimes, notamment en ouvrant son antenne aux différentes oppositions arabes. Comme le soulignent Pierre PÉAN et Vanessa RATIGNIER dans leur livre, « Une France sous influence: Quand le Qatar fait de notre pays son terrain de jeu », les auteurs écrivent : « Al Jazeera va en prendre le contre-pied et s'appuyer sur les opposants arabes...sa cible : les régimes arabes...Al Jazeera ne cesse de durcir le ton contre eux. Tant et si bien que Bahreïn interdit la chaîne sur son territoire, le

Koweït ferme son bureau, tandis que l'Arabie Saoudite rappelle son ambassadeur à Doha à la suite de l'organisation par la chaîne d'un débat critiquant l'Arabie Saoudite ». (PEAN et RATIGNIER, 2014, p.15). Cela illustre les relations tumultueuses de la chaîne avec à peu près tous les régimes du monde arabe, cette dernière a connu aussi d'autres épisodes houleux avec d'autres pays arabes. À titre d'exemple, avec l'Égypte à l'occasion de la fermeture du passage de Rafah sur les frontières avec Gaza, avec le Maroc sur la question du Sahara occidental. Certains dirigeants arabes l'ont considérée comme une source de « Fitna », synonyme de discorde, de confrontation et de chaos. Les relations de la chaîne avec le public arabe et ses intellectuels jusque-là bonnes, vont à leur tour en pâtir à l'occasion des révolutions arabes, notamment suite à la prise du pouvoir par les frères musulmans en Égypte et d'Al Nahdha en Tunisie. La chaîne est prise comme responsable et complice de ces mouvements islamistes. Elle sera même expulsée d'Égypte suite à la destitution du président MORSI par l'armée, la chaîne voit même son nom modifié à coup de slogans et de chansons moqueuses d'Al Jazeera en « Al Khenzira »¹⁷ qui veut littéralement dire « la cochonne ou la truie » ultime insulte dans les pays arabes.

Depuis sa création jusqu'à son grand succès, Al Jazeera n'a cessé d'être au centre de plusieurs polémiques, cette chaîne a attisé des passions de part et d'autre. Si au début, elle a su se faire une place importante dans le champ médiatique arabe et international tout en restant discrète, cette dernière ne tarde pas à découvrir le revers de la médaille de son succès. Si Al Jazeera a attiré toute cette attention sur elle, c'est que cette chaîne a tenté d'assumer un paradoxe difficile à maintenir comme le souligne Lotfi MADANI, celui de se positionner comme média libre et indépendant offrant une alternative médiatique au sein du monde arabe, mais aussi une alternative à des médias occidentaux hégémoniques, puis être cette chaîne qui sert de « soft power » à une monarchie du Golfe dont l'ambition de se faire une place importante au sein de la communauté internationale n'est plus un secret. Il a fallu à Al Jazeera combiné entre ces trois rôles pour assurer un certain équilibre et une crédibilité à sa mission, mais comme nous l'avons déjà souligné certains événements ont démontrés la fragilité de cette posture, car le consensus entre Al Jazeera et son public est une équation très complexe.

¹⁷ <http://www.algeriepatriotique.com/article/la-chaîne-al-jazeera-aux-egyptiens-vous-etes-des-ingrats>, consulté le

IV.2.4 : Al Jazeera et l'espace public arabe : les limites du consensus

L'idée d'un consensus entre Al Jazeera et l'espace public arabe est née dans notre esprit au moment où nous avons commencé à aborder les différentes critiques dont fait l'objet la chaîne. En effet ce qui a longtemps lié et cimenté les relations de la chaîne d'informations avec son public est le fait que cette dernière a toujours surfé sur les idées et opinions consensuelles de l'espace public arabe. Nous allons énumérer un certain nombre d'idées, de positions qui font consensus au sein de l'espace public arabe et sur lesquelles la chaîne s'est appuyée pour se forger sa réputation de média incontournable. Nous allons aussi aborder les sujets et prises de positions qui ont ébranlé ce consensus et expliquer pourquoi la chaîne n'a pas toujours pu entretenir ces sujets et opinions consensuels dans ses discours.

Nous avons eu l'occasion d'évoquer au début de cette partie les éléments qui constituent les raisons du succès d'Al Jazeera, notamment le fait que la chaîne a pu trouver une sorte de socle commun pouvant rassembler les différentes tendances et mouvances du monde arabe. En tablant sur un discours pluraliste dans lequel chaque composante du monde arabe trouvera son compte, la chaîne est parvenue à reconfigurer un nouvel espace public arabe. L'espace public définie par Al Jazeera s'apparente à celui évoqué par Jean Pierre ESQENAZI (2013), un public comme « communauté imaginaire », tel que conçu par Al Jazeera. En effet un public arabe en tant que collectif humain n'existe pas, comme le public de la télévision selon John HARTLEY (1992), qui serait une invention des producteurs de la télévision. Ce public que la télévision présente et représente serait une sorte de caution à cette dernière vis-à-vis de ses bailleurs de fonds. La mobilisation de l'espace public par la télévision est également évoquée par Bernard MIÉGE, qui souligne que, cette dernière est « un élément nodal de la composition de l'espace public ». (MIÉGE, 2010, p.228). De la même façon Al Jazeera à travers son discours centré sur les dénominateurs communs des peuples arabes déjà évoqué, cherche à créer un certain public qui serait en cohésion avec les idées qu'elle véhicule. Dans une région où les médias se sont restreints au public local, Al Jazeera a voulu transgresser cette frontière en fondant une communauté virtuelle qui serait désormais son public et l'unique public arabe. C'est en s'adressant à son public via la « captation des sentiments politiques arabes » pour reprendre les termes d'El OIFI, qu'Al Jazeera est devenue une sorte de scène politique de substitution à ces millions de citoyens privés d'espace d'expression et d'alternative politique. Le succès d'Al Jazeera dans la concrétisation d'un espace public pourrait être aussi expliqué par l'interaction entre trois éléments tels qu'ils sont soulignés par El OIFI, qui suggère une approche socio-historique sur l'évolution parallèle de ces trois éléments : « une triple

évolution parallèle : celle des espaces politiques, des médias panarabes et des sentiments d'appartenance collectifs. La complexité du processus politico-médiatique et la tension permanente entre les niveaux national et transnational expliquent en partie le « succès » des médias panarabes, et notamment d'Al-Jazeera ». (EL OIFI Mohamed, 2013) . L'auteur estime ici que la corrélation entre l'évolution de l'espace politique arabe à travers une compétition entre états au leadership dans la région, le développement des chaînes de télévision panarabes et l'évolution des sentiments d'appartenance des populations arabes d'une part, avec le rôle joué par les pays occidentaux et notamment les Etats Unis d'une autre part est plausible. Cette corrélation donne ainsi une crédibilité au projet Al Jazeera, qui se situe au cœur de cette logique interactive. En bref au prisme de cette logique interactive, Al Jazeera a su donner un écho à ce sentiment d'appartenance des populations arabes qui se matérialise par sa ligne éditoriale et par son discours. KHAYAT approuve en partie cette analyse en soulignant que « la chaîne Al Jazeera qui, par sa position dans l'espace médiatique arabe, les remous qu'elle suscite et les différentes médiations techniques qu'elle implique, deviendrait par excellence l'instigatrice d'un espace public et d'une opinion publique panarabe ». (KHAYAT, p.96).

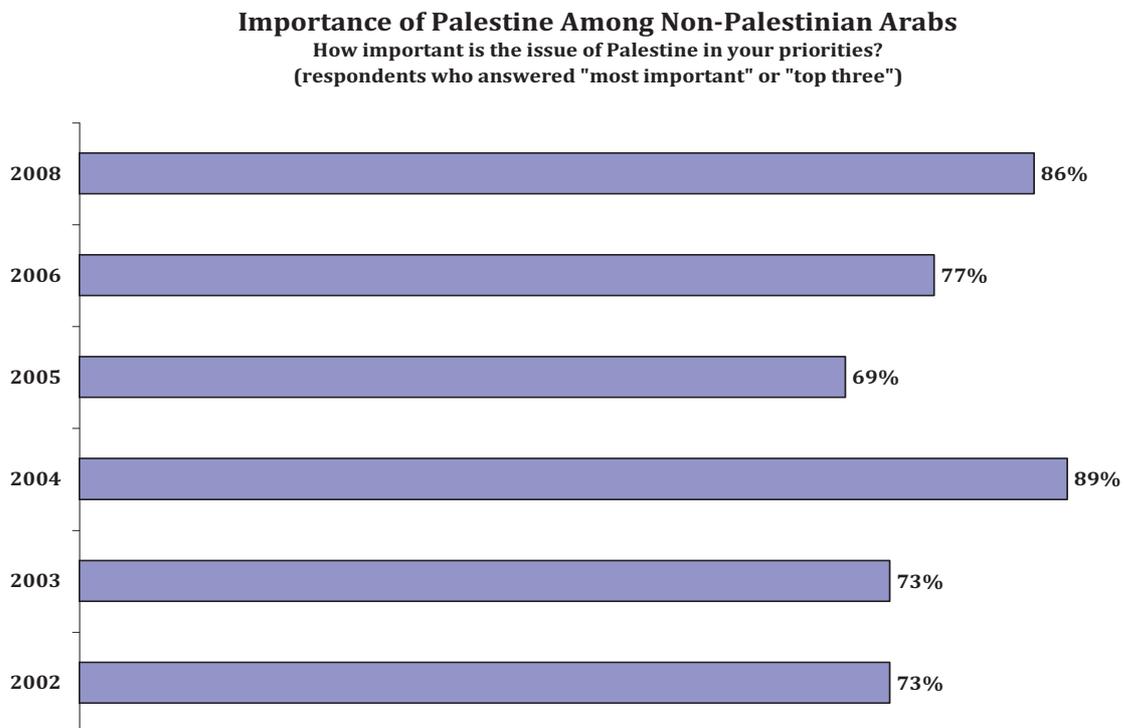
Cependant nous estimons que l'analyse d'une autre relation pourrait aussi expliquer le maintien de cet équilibre de consensus entre Al Jazeera et l'espace public arabe, il s'agit de la relation de la chaîne avec le Qatar, le pays qui est à l'origine de sa création. En effet c'est en décortiquant cette relation, et les rôles négociés entre l'état et la chaîne qu'on peut parvenir à comprendre cette idée de consensus entre la chaîne et l'espace public arabe, mais aussi les limites de ce dernier, c'est ce que nous allons aborder un peu plus loin dans ce travail.

Mais pour le moment, nous pouvons donc à ce stade définir les éléments importants sur lesquels s'est construit ce consensus. Il s'agit de : la question palestinienne et le soutien indéfectible des populations arabes à cette cause, qu'Al Jazeera a vite récupéré, en lui donnant une place de choix dans ses JT et ses émissions. L'antiaméricanisme, qui constitue un ressenti très partagé par les peuples arabes et dont Al Jazeera a fait un élément important de sa stratégie médiatique, notamment lors de la couverture d'évènements impliquant ce pays dans les affaires de la région. L'équilibre entre l'axe sunnite et chiite, bien que la plupart des régimes des pays arabes sont pro-sunnites et anti-chiites, le ressenti populaire quant à lui reste différent, car les peuples arabes ont une certaine admiration vis-à-vis de l'Iran, surtout dans sa politique anti-américaine, donc ils y croient à une certaine entente entre les deux composantes majeures de l'Islam. Le dernier élément de ce consensus est le soutien des oppositions arabes contre les régimes en place, c'est notamment le rôle de la chaîne à travers ces différents

programmes, où elle se positionne en tant que porte-voix des opposants, une initiative appréciée par les populations arabes.

C'est sur ces thèmes de consensus qu'Al Jazeera s'est appuyée pour asseoir son influence sur l'espace public arabe en s'assurant de l'adhésion de ce dernier à ses idées. Ces éléments sont en tous cas déterminants dans la relation que la chaîne a pu construire avec son public. Une étude réalisée en 2008 confirme l'importance de certains de ces sujets consensuels aux yeux des peuples arabes.

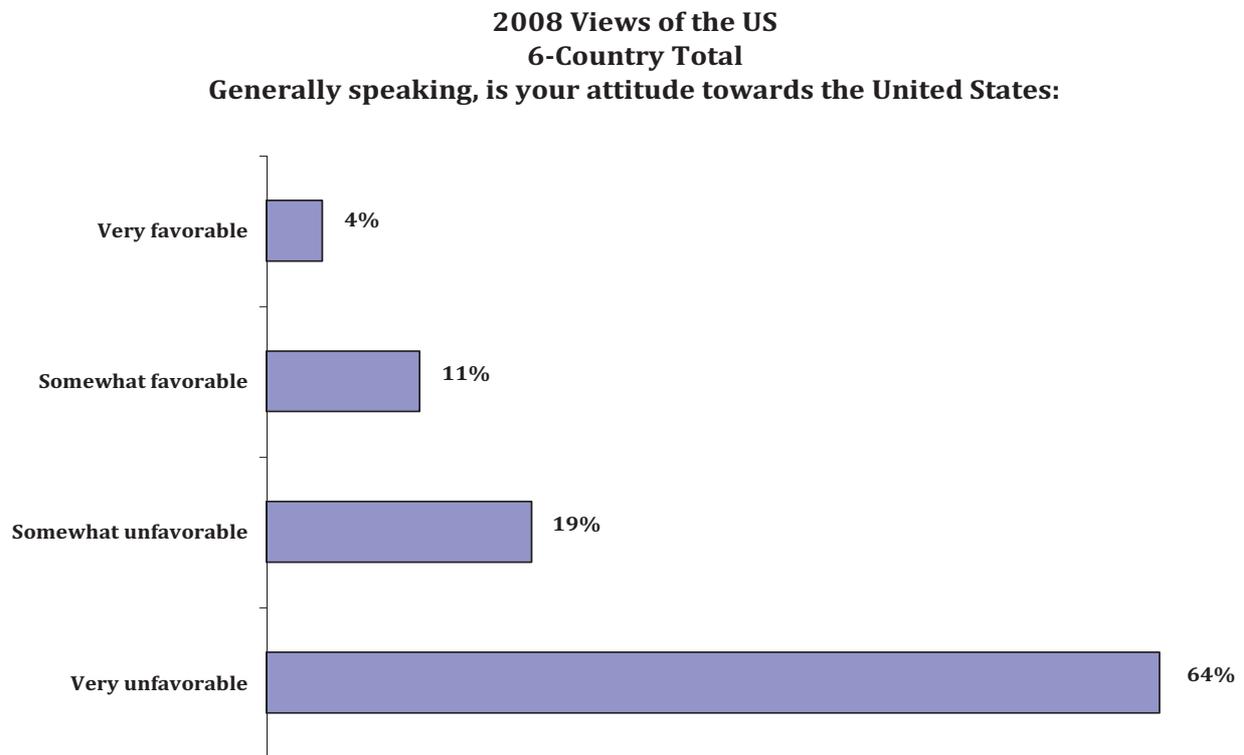
L'histogramme suivant est le résultat d'une enquête réalisée dans six pays arabes, dans le cadre d'une étude annuelle sur l'opinion publique arabe, dirigée par la chaire Anwar Sadat pour la paix et le développement, de l'université de Maryland¹⁸, la question ici concerne l'importance de la question palestinienne :



Cet histogramme nous montre l'importance de la question palestinienne auprès des peuples des pays arabes, je peux constater que cette importance reste élevée et son évolution est constante depuis 2005. La question palestinienne reste au cœur de la stratégie éditoriale d'Al Jazeera, qui lui a permis de rallier l'opinion publique arabe.

¹⁸ Ibid. Annual Arab Public Opinion Poll.

Le deuxième histogramme issu de la même étude, représente l'opinion des peuples des pays arabes vis-à-vis des Etats unis d'Amérique¹⁹ :



Les résultats de cette étude démontrent d'une façon incontestable, le ressenti antiaméricain des peuples des pays arabes concernés par cette étude. Ces résultats reflètent d'une façon fiable l'opinion générale, même dans les pays non concernés par l'étude. Un ressenti que la chaîne Al Jazeera a mobilisé dans sa stratégie médiatique. Si Al Jazeera a su mobiliser ces sujets consensuels au sein de l'espace public arabe, sa relation avec le Qatar et les rapports de force au sein de sa rédaction vont la mener à des prises de positions moins consensuelles, qui vont marquer la rupture de ce consensus longtemps entretenu.

Nous pouvons dire alors, que le statut d'Al Jazeera fait que cette dernière porte depuis sa création un paradoxe, celui de devoir assumer à la fois son statut de chaîne d'informations d'abord panarabe puis internationale et celui de dépendre d'un état dont les intérêts et les ambitions peuvent être divergents de ceux d'un média. À travers les éléments qui vont suivre, nous pourrions pointer la ligne de fracture entre la chaîne et son public, résultant de cette double contrainte d'Al Jazeera.

¹⁹ Ibid.

La relation de la chaîne avec l'état d'Israël est l'un de ces éléments qui cristallisent le paradoxe d'Al Jazeera, si la chaîne affiche un soutien sans faille aux palestiniens dans sa couverture quotidienne de l'actualité israélo-palestinienne, cela n'empêche pas la chaîne d'être le premier et le meilleur moyen qui a permis d'introduire l'état d'Israël dans l'espace politico-médiatique du monde arabe. Avant Al Jazeera, cet Etat représentait aux yeux du monde arabe une nébuleuse aux contours indéfinis, un pays ennemi, un envahisseur presque à l'image de ce que nous pouvons voir dans les films de sciences fiction. Al Jazeera et encore grâce au Qatar, a pu avoir ses ouvertures dans ce pays, avoir accès à ses principaux dirigeants qui interviennent souvent en direct depuis Tel Aviv, donnant ainsi une image, une apparence beaucoup plus réelle à cet ennemi du monde arabe. En effet le Qatar est l'un des pays arabes qui assume tant bien que mal ce qu'on appelle dans la région « la normalisation avec Israël ». Cette relation ambivalente d'Al Jazeera avec ce pays n'a pas échappé à un nombre d'observateurs, qui -tout en attestant de l'hostilité affichée de la chaîne envers Israël- constatent également l'importance de la visibilité donnée à ce pays par cette même chaîne. C'est ce que souligne Gilles KEPEL : « Al Jazeera propage une vision du monde où l'antisionisme est un facteur structurant. Les israéliens conscients de la force du média, y interviennent assez régulièrement en y étant interviewés. Cela aussi est très nouveau, car jusque-là les arabes ne voyaient ni n'entendaient généralement jamais d'israéliens s'exprimer ». (KEPEL, p.78). Cette relation ambivalente de la chaîne avec l'état d'Israël s'explique par un certain équilibre précaire qu'Al Jazeera tente de tenir, celui de se positionner comme hostile à cet Etat aux yeux de son public, mais aussi de donner un visage et une voix à ce pays et de l'intégrer dans l'espace public arabe. Cet équilibre est censé garantir à la chaîne une adhésion du public, tout en s'assurant de ne pas trop froisser la diplomatie qatarie qui elle multiplie les coopérations et autres relations économiques et diplomatiques avec Israël. Mais cet équilibre a été bousculé parfois, c'était notamment le cas lors des deux visites secrètes de l'Emir du Qatar en Israël en 2010 et 2012, deux visites qu'Al Jazeera a passées sous silence, un silence qui lui a valu des critiques virulentes de la part de son public et de la société civile arabe.

Ce double jeu vis-à-vis de l'Etat d'Israël est quasiment le même avec un autre pays mal perçu dans les pays arabes. Il s'agit des Etats Unis d'Amérique. Nous avons déjà évoqué qu'Al Jazeera surfant sur le ressenti antiaméricain des peuples arabes, a fait de l'antiaméricanisme un leitmotiv, où la chaîne a adopté une ligne éditoriale faisant de ce qu'elle appelle « l'ingérence américaine » dans la région à peu près la cause de tous les malheurs de cette dernière. Mais en réalité, l'hostilité affichée d'Al Jazeera envers les Etats Unis cache une

relation officielle privilégiée entre ce pays et le Qatar. Un exemple de cette ambivalence, que nous avons déjà évoqué est le fait qu'Al Jazeera durant la guerre en Iraq en 2003, s'est montrée très critique envers les Etats Unis et les forces alliées en les qualifiant « d'occupants, ou encore d'agresseurs », alors que du côté officiel, le Qatar servait d'arrière base à l'aviation de guerre américaine. Rappelant que le centre de commandement des opérations se trouvait à la base militaire américaine « d'Al Udeid » au Qatar, très exactement à 40,5 km du siège de la chaîne Al Jazeera ! Cela est également souligné par LAMLOUM, même si son analyse me semble moins pertinente quand elle dit : « Si Al Jazeera n'a pas abdicqué face aux pressions des Etats Unis en Irak, avant, pendant et après la fin officielle de la guerre, cette impertinence a une contrepartie...la chaîne a été moins virulente dans sa critique du régime de Cheikh Khalifa Ben Hamad Al Thani, l'Emir du Qatar. Elle a même été un écran évitant au micro-état pétrolier d'apparaître sous son vrai visage : le centre de commandement de la guerre impériale sur le territoire irakien ». (LAMLOUM, 2003, p.236). L'impertinence de cette analyse réside dans sa naïveté, car en considérant qu'Al Jazeera aurait bénéficié d'une certaine liberté de ton au dépend de l'état qatari, l'auteure suggèrerait que la chaîne et l'état ne se sont pas concertés sur la position à prendre et ne se sont pas répartis les rôles au préalable, chose que nous nous pouvons ignorer. L'orque l'auteure souligne que la chaîne été moins virulente dans sa critique du régime qatari, cela me semble également impertinent, car il n'y a pas eu de critiques du tout, mais plutôt une mise sous silence totale du rôle du Qatar dans cette guerre. En effet l'état et la chaîne, se sont répartis les rôles de façon à jouer deux rôles différents, un auprès du monde arabe et l'autre auprès des Etats Unis. Encore une fois, Al Jazeera a su surenchérir dans son rôle de média hostile à cette opération militaire, couvrant ainsi par son bruit médiatique, le rôle compromettant du Qatar. Mais ce double jeu n'a pas encore une fois échappé aux observateurs et la chaîne connaît à cette occasion une érosion de son public surtout « les nationalistes arabes », poussant ainsi cette dernière à marquer un nouveau virage dans sa politique éditoriale, en se rapprochant plus de la mouvance islamiste des frères musulmans.

Malgré ces fractures entre Al Jazeera et une partie de son public, cette dernière parvient à garder son leadership et son succès auprès du public. (Voir annexe n° 08). Mais ce qui reste du consensus entre la chaîne et une large partie de son public ne tardera pas à voler en éclats et cela à l'occasion des révolutions arabes. Si Al Jazeera s'est montrée au départ comme l'acteur médiatique incontournable de ces révolutions et le principal soutien de ces mouvements, la convergence d'intérêts mal cachée de la chaîne avec la politique étrangère du Qatar va mettre à mal le statut de la chaîne des révolutions arabes. C'est notamment durant la

deuxième phase de ces révolutions que le rôle d'Al Jazeera serait remis en cause par les révolutionnaires. Avec la chute des anciens régimes en Tunisie et en Egypte notamment, Al Jazeera se consacrera à la médiatisation d'une catégorie particulière de révolutionnaires. En choisissant le camp des islamistes (Annahdha en Tunisie et les Frères musulmans en Egypte), Al Jazeera s'inscrit profondément dans les enjeux du Qatar, qui soutenait bien avant les révolutions ces deux courants. Fini le double jeu, fini la répartition des rôles, à l'occasion des révolutions arabes, Al Jazeera et le Qatar semble plus que jamais sur la même ligne et sur la même position. Ce revirement et cette exclusivité qu'Al Jazeera accorde aux leaders d'Annahdha et des Frères musulmans n'est pas la bienvenue auprès des populations de ces pays, et des autres pays arabes qui commencent à penser que le Qatar serait même l'instigateur de ces mouvements en faveur des oppositions islamistes du monde arabe.

Le désamour entre la chaîne et une large partie de son public touche à son paroxysme lors des manifestations anti-MORSI en Egypte, qui ont précédé la prise du pouvoir par l'armée, où la chaîne a préféré botter en touche et ne pas accorder une couverture médiatique à ces événements alors que sa présence dans le pays s'est renforcée après la chute du régime de Moubarak. Notre constat est conforté par les propos de KEPEL qui souligne en évoquant le rôle et le soutien du Qatar et d'Al Jazeera aux Frères musulmans en Egypte : « Au fur et à mesure, ils ont de plus en plus donné la parole aux Frères musulmans qu'ils présentaient comme les intellectuels organiques de la révolution. C'est Al Jazeera qui a placé les Frères musulmans en position médiatique centrale, et a favorisé leur récupération d'un mouvement qu'ils n'avaient pas du tout initié ». (KEPEL, p.80). C'est ainsi, que depuis la chute de Moubarak jusqu'à l'éviction de MORSI, Al Jazeera été un relais important aux Frères musulmans, notamment avec le renforcement de la place occupée par le Cheikh Al KARADAW au sein de la chaîne, qui avait son émission « la charia et la vie » longtemps avant la révolution.

Dans ce nouveau contexte, la relation entre Al Jazeera et l'Egypte après l'éviction de MORSI par l'armée, s'est détériorée, nous assistons alors à une campagne de dénigrement de part et d'autre. Cette relation a été abordée par El OIFI dans son article, où il souligne « la remise d'Al Jazeera au centre du champ médiatique arabe ». (ELOIFI Mohamed, 2013). En s'opposant clairement au nouveau régime en Egypte, le qualifiant de coup d'état et de déni de démocratie. Mais pour notre part nous sommes sceptique quant à un regain de popularité de la chaîne en Egypte, car cette dernière disons-le n'a jamais perdu la face aux yeux des Frères

musulmans et de leurs sympathisants, par contre le fort engagement de cette dernière auprès de la confrérie semble jouer contre sa crédibilité pour les jours et années à venir dans ce pays.

Nous avons essayé dans cette partie de dresser un état de lieu sur ce que nous avons appelé le consensus entre Al Jazeera et son public et la fragilisation de ce dernier, du fait de la conformité de plus en plus affichée par la chaîne aux positions de la diplomatie Qatarie. À travers les paradoxes qu'Al Jazeera a essayé d'assumer au sein de l'espace public arabe, nous pouvons conclure à l'impossible équation sur laquelle est fondée cette dernière. Cependant ces éléments qui constituent la rupture du consensus entre Al Jazeera et son public doivent être corrélés avec un autre élément, celui de l'avènement d'autres chaînes d'informations panarabes et des chaînes arabophones Occidentales, qui ont brisé le monopole d'Al Jazeera. L'arrivée d'autres chaînes sur le même modèle d'Al Jazeera, mais défendant des idées différentes a vu une segmentation progressive des audiences en fonction des orientations de ces nouvelles chaînes, poussant ainsi Al Jazeera à rompre son équilibre fragile entre les différentes composantes idéologiques du monde arabe, en se positionnant clairement du côté Sunnite, Frères musulmans.

IV.2.5 : Al Jazeera à la croisée des identités du monde arabe, enjeux et mutations.

Nous avons déjà souligné, que jamais un média n'a suscité autant d'interrogations et d'intérêt sur la scène globale des médias. En effet depuis sa création en 1996 par le nouvel Emir du Qatar, qui succéda à son père dans des circonstances plus que troubles, la chaîne Al Jazeera s'est vite forgé une réputation internationale ambivalente mais forte. Elle fut qualifiée de miroir rebelle et ambigu du monde arabe (LAMLOUM, 2004) et de la chaîne de Ben Laden (Hugh MILES, 2010). La communauté scientifique internationale reste toujours divisée au sujet de cette chaîne d'informations, mais cette dernière « s'avère incontournable pour comprendre la région ». (Mathieu JOSELZON 2011).

À travers ses 20 ans d'existence, la chaîne a accompagné les différentes mutations, qu'a connues le monde, mais surtout les pays arabes. Au début elle est conçue et perçue comme média fédérateur et alternatif. Elle est d'abord fédératrice avec le fort appui d'une langue partagée par près de 250 millions de personnes à travers les pays arabes. Elle est aussi une alternative face aux médias officiels très contrôlés par les régimes en place dans le monde arabe. Le rôle primordial d'Al Jazeera à sa création a donc été de donner à l'information globale une dimension arabe, un nouveau point de vue et une nouvelle conception surtout

pour l'actualité qui se joue dans la région. Mais nous pouvons constater que ce rôle a beaucoup évolué.

Nous avons mesuré comment la dimension identitaire de cette chaîne a évolué. Il s'agit ici de démontrer comment la chaîne Al Jazeera a connu une transition du média transrégional basé sur l'unité linguistique du monde arabe vers un média porteur d'une nouvelle identité dans le contexte global puis dans celui des révolutions arabes.

À travers cette évolution nous allons voir comment cette chaîne d'informations s'est adaptée aux différents contextes de son environnement.

Nous allons détailler, les mutations de cette chaîne à travers trois points qui constituent les trois étapes de la mutation identitaire de la chaîne :

A : Al Jazeera chaîne panarabe, régionale : (depuis sa création en 1996 à 2001) : elle constituait un nouveau média fédérateur et alternatif aux médias des régimes du monde arabe. Nous avons vu comment Al Jazeera a pu fédérer autour d'elle un large public, profitant d'un vide en termes de chaîne d'informations dans la région. Nous avons aussi évoqué comment la chaîne a pu construire une identité qui s'articule autour de trois idéologies dominantes du monde arabe et comment cette dernière a pu mobiliser des sujets consensuels au sein de l'espace public arabe, faisant d'elle la chaîne d'information de cette région et une scène politique de substitution (KHAYAT, 2013).

B : Al Jazeera, chaîne globale : (à partir du 11/09/2001 jusqu'à la fin de l'année 2010) : dans le contexte du terrorisme international, des guerres en Afghanistan et en Iraq, la chaîne se fait connaître par la couverture de ces événements internationaux ; elle a été surnommée par la même occasion « la chaîne de Ben Laden ». Cette période a également connu la création du canal anglophone d'Al Jazeera signe d'une volonté de conquérir le reste du monde. La nouvelle stratégie d'Al Jazeera est alors de se tourner vers l'international pour peser sur la scène médiatique internationale. Les événements cités lui ont permis d'acquérir cette notoriété recherchée, même si cette dernière a été émaillée de critiques et de controverses à plusieurs occasions. C'est à cette période également que la chaîne se félicite de sa renommée internationale en affichant fièrement dans ces locaux le slogan « le monde entier regarde CNN et CNN regarde Al Jazeera » (Huyghe 2005). C'est aussi la période où le double jeu d'Al Jazeera et du Qatar serait à son paroxysme, d'une part la chaîne qui se positionne comme rempart face à l'impérialisme américain et défenseur de toutes les causes arabes, d'autre part

le pays qui multiplie les coopérations en tout genre avec ces mêmes pays et ennemies de cette région.

C : Al Jazeera chaîne des révolutions arabes : (depuis 2011) avec une nouvelle identité (arabo-musulmane proche de la mouvance des frères musulmans). Cette période est sans doute celle qui signe l'ancrage identitaire de la chaîne après les révolutions arabes qu'elle a fortement soutenues, et dont elle veut façonner l'identité et l'avenir en alliance avec le mouvement des frères musulmans.

Cette dernière période illustre également la « con-di-vergence » du Qatar avec le grand frère Saoudien wahhabite. Nous parlons ici de « con-divergence » pour souligner une convergence par rapport au ralliement du Qatar de l'axe anti-chiite, le pays a jusqu'à présent opté pour un équilibre et une neutralité. Cet équilibre est rompu notamment suite à la révolution Syrienne qui pousse le Qatar et Al Jazeera après une valse-hésitation à se mobiliser du côté des révolutionnaires contre le régime d'Al Assad soutenu par l'Iran. La divergence, qui persiste quant à elle, réside dans l'avenir réservé aux révolutions arabes, car l'Arabie Saoudite désapprouve l'engagement sans concession du Qatar auprès des frères musulmans, alors que l'Arabie saoudite serait plutôt du côté des mouvances salafistes plus proches du wahhabisme Saoudien. C'est à cette période que la chaîne Al Jazeera a été officiellement récupérée par le Qatar en la mettant au service de sa politique étrangère, sans prendre la précaution cette fois de respecter le jeu de rôles préétabli entre la chaîne et l'Emirat.

L'identité prônée par Al Jazeera est certes celle d'un islam moins radical et plus moderne, mais aussi d'un islam présent à tous les niveaux de la société avec des institutions de l'Etat bien contrôlées et verrouillées. La convergence de la chaîne Qatari avec le projet des frères musulmans est cristallisée par la position importante qu'occupe, au sein de la chaîne, le cheikh Yousef Al Karadaoui, un des leaders de la confrérie égyptienne.

Cette mutation identitaire d'Al Jazeera est le résultat d'un rapport de force au sein de son directoire et même au sein de la famille princière du Qatar, C'est en effet ce qui a conduit à faire pencher la balance -sur la dernière période- du côté des frères musulmans.

Il est question, dans cette alliance, entre la chaîne Qatari et la confrérie des frères musulmans, de façonner une nouvelle identité du monde arabe de la période post-révolutions. Mais cette subordination aux frères musulmans et à la politique étrangère du Qatar s'avère incompatible avec l'opinion publique arabe qui se sent alors trahie. Cette nouvelle stratégie a ses limites,

celles du consensus entre Al Jazeera et son public. Dès lors, une chaîne d'informations prestigieuse qui troc sa mission d'information pour devenir le porte-voix d'une construction identitaire incertaine remet durablement en cause la crédibilité d'Al Jazeera.

V: La réponse de l'Occident à la chaîne Al Jazeera.

V.1 : L'effet Al Jazeera dans la création de France 24.

Nous avons pu constater dans la partie précédente, le mouvement de panique provoqué par le succès régional et international d'Al Jazeera. Cela s'est concrétisé par une vague de critiques frôlant la diabolisation de cette dernière. L'avènement de cette chaîne dans une région importante dans les relations diplomatiques et des enjeux géopolitiques a poussé les grandes puissances mondiales à reconsidérer le rôle des médias dans les relations internationales.

La période marquée par l'essor d'Al Jazeera comme chaîne d'informations internationale, offrant au Qatar une visibilité considérable, a été aussi marquée par un contexte de regain de tension dans la région notamment avec la guerre contre le terrorisme. Dans ce nouveau contexte, l'avènement d'autres acteurs médiatiques sur la scène internationale signera une course importante au « soft power » permis par les médias.

Nous avons évoqué aussi dans le chapitre qui s'intitule « le tour du monde des chaînes d'informations », l'ampleur de cette course engagée par différents pays du monde dans la bataille de l'information. Mais le phénomène qui reste inédit, est celui des chaînes d'informations internationales arabophones. Si jusque-là, le choix de l'anglais comme langue de diffusion par plusieurs pays est justifié par le caractère universel de cette langue, dans le cas de l'arabe c'est clairement les enjeux géopolitiques relatifs à cette région qui ont motivé la création de ces chaînes. Cette motivation est soulignée par GAAYBESS qui écrit, « Pour chaque puissance, il s'agit non seulement d'affirmer sa présence auprès de l'opinion publique arabophone en contournant les régimes politiques arabes, mais aussi de marquer sa zone d'influence sur un terrain déjà occupé par d'autres Etats opérateurs ayant la même ambition ». (GAYYBESS et GONZALEZ, 2009, p.89). Ici l'auteure fait référence en l'occurrence aux acteurs locaux, notamment Al Jazeera et dans une moindre importance à Al Arabiya et à d'autres chaînes locales.

À ce titre il serait impertinent de négliger l'effet « Al Jazeera » dans la création de ces nouvelles chaînes d'informations internationales, c'est suite au succès de cette dernière et à ce que cela a suscité comme remous dans le paysage médiatique international, qu'un intérêt médiatique envers le monde arabe prend de l'ampleur. Nous pouvons donc dire que toutes les

chaines d'informations internationales et arabophones qui émergent à cette période sont une sorte de réponse, une riposte même à l'offensive d'Al Jazeera.

Dès leur création, ces dernières n'ont pas hésité à afficher leur ambition, faire de l'anti Al Jazeera leur principale mission.

L'une de ces chaines a particulièrement attiré notre attention, il s'agit du canal arabophone de la chaîne d'informations internationale France 24. Cette chaîne d'informations internationale en langue arabe, est l'une des dernières à voir le jour sur le marché international des médias de ce genre. Elle a suscité notre intérêt parce qu'elle émane d'un pays qui n'a pas pour tradition d'exercer une quelque conque forme de « soft power » via l'information.

En effet la tradition française en termes de « soft power » et de l'influence par les médias et jusqu'ici basée sur la culture et la langue. Ce pays connu pour sa diplomatie rodée a toujours fait le choix de se baser sur la langue et la culture française, dont les anciennes colonies en Afrique notamment ont hérité.

À travers l'Audiovisuel Extérieur de la France, notamment TV5 monde, la France entend se positionner dans les pays francophones afin de garder ce lien historique et de jouir d'une position importante dans les relations internationales.

Bien que l'expérience radiophonique de RFI soit un grand succès pour la France, la création d'une chaîne d'informations internationale ne semble pas être une priorité. Pour ce qui est de l'information audiovisuelle, le pays relègue la mission de d'informations internationales à la chaîne pan-européenne, Euronews, qui elle s'inscrit dans un projet européen plus vaste dont la France est acteur. Mais cet intérêt soudain à l'information comme vecteur de « soft power » est une nouveauté dans ce pays, l'arrivée de France 24 et un peu plus tard de son canal arabophone va inscrire la France dans cette nouvelle dynamique médiatique.

Pour France 24 aussi, contrer Al Jazeera était l'une des motivations qui ont conduit à sa création. Gabrielle Talon le souligne, en évoquant les propos de Christine Ockrent, alors directrice déléguée de l'Audiovisuel Extérieur de la France qui souligne : «Il est crucial de développer la langue arabe pour contrer l'influence des chaînes arabes, et surtout d'Al Jazeera, auprès du public arabophone en France ». (TALON, p.04). Si on se conforme aux déclarations de madame Ockrent, la mission du canal arabophone de France 24 serait plutôt de jouer un rôle de chaîne communautaire destinée au public arabophone de France en priorité, puis une chaîne d'informations internationale destinée au monde arabe.

Ce double rôle supposé de la chaîne a suscité notre intérêt pour la comparer avec une autre chaîne qui partage la même mission que France 24, mais qui se situe dans autre logique. Si Al Jazeera est une chaîne d'informations qui émane des Arabes pour les Arabes, le cas de France 24 est différent, car elle émane des Français pour les Arabes. D'où l'intérêt d'une étude comparative qui nous permettra de savoir comment ces deux chaînes opèrent et comptent peser sur l'espace public arabophone tout en garantissant des intérêts différents et en défendant des visions différentes du monde arabe et de son actualité.

Nous voulons surtout savoir quel est l'intérêt et le rôle d'une chaîne d'informations internationale pour deux Etats, avec deux systèmes politiques différents. Un Etat dépourvu de « hard power », qui veut faire d'une chaîne d'informations internationale une vitrine et un vecteur favorisant sa visibilité sur la scène internationale, et un autre considéré comme la cinquième puissance mondiale qui a quand même décidé de s'investir dans la bataille médiatique internationale pour d'autres considérations.

Afin d'évoquer le développement du canal arabophone de France 24 et la place que celui la occupe dans le paysage médiatique international, nous proposons un balayage systématique, d'un certain nombre de données statistiques nous permettant de mieux comprendre l'état et le développement de ce dernier. Cette étape doit obligatoirement passer par une étude descriptive de la programmation du canal, ses modes de diffusion, ses zones géographiques ciblées et les missions qu'il est supposé remplir pour ses pourvoyeurs de fonds.

V.1.1 : Historique et création de France 24.

France 24 est une chaîne de télévision française d'informations internationale en continu 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. La date de sa création remonte au 30 novembre 2005. Elle est lancée officiellement le 6 décembre 2006 à 20h30. Elle a selon ses dirigeants, pour principaux concurrents la chaîne américaine CNN, la britannique BBC news, la paneuropéenne Euronews, l'allemande Deutsche Welles, ou encore la Qatarienne Al Jazeera. Elle se veut d'ailleurs une « CNN à la française » selon les propos de Renaud DONNEDIEU DE VABRES, alors ministre de la Culture et de la communication (BLET 2008, p.13).

La chaîne devient une filiale à 100% de l'organisme public français alors qu'elle était, à sa création un fruit d'un partenariat privé/public (50% TF1, 50% France télévision), puis fera partie de la Société de l'Audiovisuel Extérieur de la France, à partir de 2008.

La chaîne d'informations France 24 a lancé le 2 avril 2007, une version arabe destinée aux pays du Maghreb, du Proche et du Moyen Orient, comme aux communautés arabophones d'Europe (voir annexe n°05). Au départ, une synthèse de l'actualité internationale en arabe littéraire classique est proposée tous les jours pendant quatre heures. La programmation propose un journal de 10 minutes présenté en direct toutes les demi-heures, mais aussi des entretiens, des débats, des magazines consacrés aux domaines de l'économie, de la culture, et des sports.

Sous la responsabilité d'Alain de POUZILHAC (Président), Christine OCKRENT (Directrice générale) et Vincent GIRET (Directeur délégué en charge de l'information, des programmes et du multimédia), les dirigeants du canal arabe de France 24 sont les suivants :

- Nahida NAKAD, directrice adjointe de la rédaction en charge des contenus arabophones.
- Djenane KAREH TAGER, rédactrice en chef.
- Abdelkader DJERIDI, rédacteur en chef.

Nahida NAKAD dirige, par ailleurs, le pôle en langue arabe de l'Audiovisuel Extérieur de la France et développera, à ce titre, le projet de synergie entre le canal arabophone de France 24 et la radio Monte Carlo Doualiya, un projet très controversée que je vais aborder plus loin.

L'équipe de France 24 est composée de « 260 journalistes dont 40 travaillent pour le canal arabe. Ils sont originaires de plusieurs pays dont l'Algérie, le Maroc, l'Irak et le Liban »²⁰. Avant d'arriver à maturité, le projet France 24 est passé par plusieurs étapes. Si les prémises de ce projet remontent aux années 80 du siècle dernier selon Henry BAKIS (1987), il a fallu attendre la fin du deuxième mandat de Jacques CHIRAC pour voir une accélération et un début d'aboutissement à ce projet. La création de la chaîne survient face à un marché international très concurrentiel qui suppose une ambition géo-communicationnelle, vraiment internationale, adressé à une audience véritablement mondiale selon les termes de DEBRODES (2008, p.69).

Dans sa préface du livre de Cyril BLET, Hervé BOURGES, revient sur le parcours mouvementé de France 24 dans le sillage de l'Audiovisuel Extérieur Français. Il souligne qu'elle est « une création tardive, et une chaîne qui serait le serpent de mer de l'audiovisuel

²⁰ www.wikipedia.org.

extérieur ». (BLET, p.11). Il revient ensuite, sur ce qu'il appelle « les péripéties du projet, qui se sont déroulées sur plus de vingt ans ». Au-delà du parcours difficile ayant mené à la création de France 24, c'est la question de nécessité même de cette chaîne et ce dès le début, la question qui est souvent revenue sur la table des débats. Par la suite, viendra l'interrogation sur, comment la faire cohabiter avec d'autres acteurs qui composaient déjà l'Audiovisuel Extérieur de la France, qui va se poser.

L'auteur évoque aussi l'alliance improbable entre le privé et l'étatique lors du lancement de la chaîne en 2006, qui résulte d'un partenariat entre TF1 et le groupe France Télévision, une alliance qualifiée par BLET de « mariage entre la carpe et le lapin ». (BLET, p.12). Mais cette alliance va connaître un autre rebondissement et la chaîne sera finalement à 100% publique. Malgré cela, BOURGES déplore « un Audiovisuel Extérieur dispersé, soumis à une structure incohérente de contrôle actionnarial et de tutelle administrative aux visions divergentes ». (BLET, p.13). Pour ce qui est de l'orientation, la chaîne semble jusqu'à sa création hésitante sur la mission qu'elle va remplir. La part de la diplomatie qu'elle doit inclure dans sa ligne éditoriale est une dimension difficile à assumer, ainsi que le rapport d'équilibre entre son directoire et les pouvoirs publics. BOURGES souligne dans ce sens que « s'il semble invraisemblable qu'elle échappe à toute demande d'ordre diplomatique, il n'en demeure pas moins qu'elle conserve un seuil de résistance élevé ».

Avec la création de France 24, la France semble marquer un tournant décisif dans sa stratégie en termes d'audiovisuel extérieur, en passant de la diffusion de contenus culturels à des contenus informationnels beaucoup plus politisés.

V.1.2 : De la voix au regard de la France sur le monde, quelle évolution?

Dans le cheminement et le développement de l'Audiovisuel Extérieur Français, la logique semble glisser de la voix de la France au regard français sur le monde. Ce constat s'impose à nous quand nous regardons l'histoire de l'action française en termes d'informations à l'échelle mondiale. Si la France se contentera pendant une cinquantaine d'années, de la radio comme seul média diffusant la voix de la France dans le monde. Cette voix restera longtemps sans image.

Du poste colonial des années 30 en passant par RFI et radio Monte Carlo Doualiya, la France semble prudente sur le terrain des médias internationaux à visée diplomatique. Mais avec

l'arrivée de France 24, le pays marque un changement majeur en ajoutant à la voix de la France, l'image de cette dernière sur le monde.

Dans son article, Defne GURSOY (2008, p.83), revient sur l'évolution de l'information internationale française et sur ses différentes étapes et mutations. Il en ressort de son analyse ce même constat d'une évolution, de la voix de la France vers le regard de la France.

Il faut noter que la voix de la France s'exprime à travers ces deux radios destinées à l'international, dans une répartition respectant les enjeux géopolitiques de la France, à savoir un organe francophone intégrant d'autres langues de diffusion destiné à la francophonie à travers le monde, mais aussi à d'autres territoires, et un autre organe arabophone destiné à la région du monde arabe, terrain d'enjeux diplomatiques et géopolitiques importants dont nous avons précédemment traité.

Si la France a toujours assumé sa voix dans le monde, ça ne sera pas tout à fait le cas avec l'image de la France sur le monde où, dès l'émergence de l'idée, des réticences quant à l'utilité d'un tel média et le rôle qu'il pourrait jouer ont été exprimées.

Avec l'avènement de TV5 Monde dès 1984 et le succès de cette dernière, la France pensait avoir trouvé l'équilibre en termes d'audiovisuel destiné à l'étranger. Une chaîne dévouée pour la culture, la langue et l'art de vivre à la française semblait être le bon compromis.

Face aux chaînes internationales d'informations à l'exemple de BBC, CNN et Al Jazeera, la France reste indifférente à ce nouveau genre. Mais une série d'événements, à commencer par la guerre du Golfe en 1991, puis les attaques du 11 septembre 2001, ensuite la guerre contre le terrorisme international et les bouleversements régionaux, font que la logique de la prééminence d'informations internationales commence à s'imposer à la France.

Malgré ce constat de la nécessité d'une chaîne d'informations internationale française, les initiatives restent timides et les différents rapports demandés par les majorités alternantes restent dans les tiroirs. La France trouvera même un nouveau compromis l'affranchissant de la création d'une chaîne d'informations internationale. Le salut arrive avec la création d'Euronews en 1993 reléguant ainsi la mission de diffusion d'informations internationales à l'Europe.

Il fallait alors attendre 2002 pour que le projet de création d'une chaîne d'informations internationale française commence à prendre forme. Cette longue gestation explique en partie la réticence des pouvoirs publics vis-à-vis de ce genre de média. Jacques CHIRAC déclarera dans ce sens : « Est-il compréhensible qu'année après année, nous en soyons encore à

déplorer les insuffisances persistantes de l'information et de l'audiovisuel francophone sur la scène mondiale ? ». GURSOY, p.88-89).

Nous pouvons dire ainsi, que ce sont les évènements et bouleversements du monde qui ont poussé la France à concrétiser le projet d'une chaîne d'informations internationale après une longue hésitation. C'est donc l'actualité internationale, elle-même, qui a mis le pays au pied du mur, l'obligeant comme toute puissance qui se respecte à se lancer dans cette aventure de l'information internationale.

Contrairement à Al Jazeera qui a constitué un levier important au Qatar afin d'intégrer l'espace public mondial, France 24 sera, dès sa naissance, perçue comme une sorte de fardeau et non d'aubaine, une sorte d'obligation pour tenir son rang au sein des nations.

Nous pouvons pour conclure, revenir à l'idée du « soft power » et du « hard power » que nous avons traité précédemment, où nous avons souligné l'utilité d'Al Jazeera qui constituerait un « soft power » pour un pays dépourvu de « hard power », le Qatar étant un minuscule Etat dénué d'une vraie force militaire, à part un certain pouvoir économique, notamment celui proféré par les énergies. Inversement le cas de France 24 survient dans un pays qui jouit de « hard power », d'où notre interrogation sur le rôle que pourrait jouer France 24 ?

V.2 : France 24 enjeux et rôle.

Le cas France 24 comme média transnational n'a pas fait l'objet de considérables travaux de recherche, chose due au fait que ce média est récent dans le paysage médiatique français et mondial, mais aussi, à une certaine indifférence vis-à-vis d'un sujet qui s'éloigne des recherches franco-française.

L'ouvrage publié par Cyril BLET est sans doute l'un des premiers et rares à s'intéresser à la chaîne, un livre dont la publication est circonstancielle, car il s'agit d'un mémoire de maîtrise de l'auteur, qui a saisi l'opportunité du lancement de la chaîne pour le publier.

Il revient sur les circonstances de la création de cette chaîne, et nous apprend que cette dernière est arrivée, pour contrer une certaine hégémonie, et comme un contre flux informatif, c'est une réponse que la France a formulée pour le paysage médiatique mondial. Un extrait de la préface du livre signée par Hervé BOURGES (2008, p.16), résume bien les motivations ayant conduit à la création de la chaîne: « pour contrer l'hégémonie de CNN et de la BBC, comme pour réagir à l'impact et au rayonnement d'Al Jazeera. L'Etat français a suscité la création de la chaîne d'informations internationale, France 24. Promouvoir la France et

diffuser un regard national sur les informations mondiales représentent ses deux principales missions ».

D'une façon générale la préface du livre pallie d'une manière importante à un manque d'analyse approfondie et à une perspective presque corporatiste de l'auteur, proche des pouvoirs publics à l'origine de la création de France 24.

Cependant, l'aspect diplomatique de la chaîne France 24 est vite constaté, et reconnu par l'auteur, qui souligne : « l'Etat reste bien dominant au sein de France 24. Avec cette stratégie "d'auto habilitation médiatique", il exerce une véritable tutelle qui lui confère "un nouvel élément de puissance" ». (BOURGES, p.12). France 24 serait donc une vraie « voix mondiale pour un Etat ». Mais cette idée n'est pas suffisamment développée par l'auteur et reste donc un effet d'annonce, car à aucun moment il n'a remis la chaîne et sa genèse dans le contexte géopolitique des médias internationaux, ni abordé le degré d'intervention de l'Etat dans France 24 d'une manière plus concrète.

Le défi que la chaîne doit relever, est aussi compliqué selon l'auteur. Car pour pouvoir décrocher une place importante parmi ces nouveaux médias, il faut à la fois avoir le potentiel de concurrence, tout en disposant de sa propre identité, « France 24 doit en premier lieu faire concurrence aux chaînes d'informations internationales existant sur le marché global. Deuxièmement elle doit venir en appui de chaînes d'origine française » (BOURGES).

Si l'auteur souligne, à juste titre, l'aspect très concurrentiel du marché des chaînes internationales d'informations, les références avec lesquelles il compare la chaîne sont relativement éloignées de cette dernière, autant sur le plan chronologique que sur le contexte dans lequel elles ont été créées. En se contentant de comparer France 24 avec CNN et BBC qui ont vu le jour longtemps avant la chaîne française, puis avec Euronews et TV5 Monde dont l'identité et les objectifs ne sont pas les mêmes, la démarche de l'auteur semble fragile.

Nous estimons de notre côté, qu'une comparaison avec les chaînes Al Jazeera, Al Arabiya ou même Russia Today serait plus pertinente du point de vue chronologique mais aussi du contexte général des chaînes internationales d'informations. Cette analyse est partagée par Gérald ARBOIT (2012) dans sa note de lecture consacrée au livre de BLET.

Par ailleurs l'auteur aborde brièvement la question de la représentation, où il souligne que la chaîne prend bien soin d'élaborer ses discours et ses récits d'informations, de sorte qu'ils soient compatibles avec la langue d'expression : « certes, la représentation ne passe pas exclusivement par les images. La langue et le vocabulaire demeurent lourds de sens et

contribuent à diffuser une idée du monde plutôt qu'une autre ». Ainsi le choix du vocabulaire peut s'avérer d'une grande importance, quant aux représentations. « France 24 a pris le parti éditorial d'employer des termes identiques et précisément choisis pour chaque langue de diffusion ». Cela laisse à suggérer qu'une identité linguistique régit à la base les représentations faites par la chaîne. C'est une dimension qui serait en effet intéressante à analyser mais l'auteur en reste là.

Ces éléments nous offrent certes d'importants détails sur la spécificité de cette chaîne, en ce qui concerne le sujet de la relation langue - représentation, qui est un élément essentiel pour la compréhension du rôle auquel est destinée la chaîne mais l'analyse de l'auteur reste superficielle.

Au regard de la région à laquelle le canal arabophone de France 24 porte son attention, nous devons à notre tour, nous intéresser au rapport de cette chaîne avec cette région sous un autre angle, celui de la représentation, une analyse de représentation du monde arabe que je vais aborder un peu plus loin en détails.

V.2.1 : La place occupée par la chaîne sur la scène médiatique mondiale.

À la fin de 2014 et au début de 2015, la chaîne d'informations internationale française, France 24, revendique 45,9 millions de téléspectateurs hebdomadaires, dont 8 millions de « leaders d'opinion »²¹. Ces statistiques proviennent de 64 pays sur les 180 où la chaîne est diffusée²².

Avec la crise malienne et l'intervention de l'armée française dans le pays, la chaîne d'informations enregistre une forte augmentation d'audience sur le continent africain, d'une façon générale et au Mali en particulier. Selon l'étude TNS Sofres Africascope²³, menée à Bamako du 6 au 19 décembre 2013, France 24 touche 10,5% des Bamakois (+1,8 point par rapport à 2012) et conforte son statut de première chaîne d'informations internationale et cinquième chaîne, toutes télévisions confondues. La chaîne souligne qu'elle renforce également son audience sur la cible des cadres et dirigeants à Bamako. Avec 74,5%

²¹ Ici le terme de leader d'opinion est utilisé pour désigner la catégorie socioprofessionnelle la plus élevée.

²² Source, [France 24.fr](http://France24.fr), consulté le 15/11/2015.

²³ Selon l'enquête de TNS Sofres – Africascope Mali – Bamako du 6 au 19 décembre 2013 auprès d'un échantillon de 1112 individus de 15 ans et plus, dont 106 cadres et dirigeants.

d'audience quotidienne, France 24 est la chaîne la plus regardée par cette cible (+18,3 points par rapport 2012).

Cette progression serait également constatée avec les crises tunisienne et égyptienne, où la chaîne s'est investie dans la couverture médiatique de ces révolutions, surpassant même la diplomatie officielle quant à son soutien affiché à ces dernières, comme en témoigne un article de presse : « les crises tunisienne et égyptienne, ont montré les limites de l'appareil diplomatique de la France et ont montré aussi la force de son appareil audiovisuel extérieur, notamment la chaîne France 24 ». (Telos, 2011, en ligne). La chaîne s'est également réjouie des milliers de témoignages qui ont afflué de Tunisie au cours du mois de janvier 2011 pour souligner le rôle joué par France 24 dans l'amplification du mouvement qui a abouti au départ du président BEN ALI. Comme je l'avais souligné avec Al Jazeera, les révolutions arabes ont confirmé le rôle crucial des chaînes internationales satellitaires d'informations, véritables instruments de « soft power » dans l'internationalisation des causes et des luttes d'influence. (Voir annexe n°04).

La vague de contestations dans le monde arabe a joué pour ces chaînes le rôle moteur qu'avait joué la Guerre du Golfe pour CNN au début des années 1990. Les grands bénéficiaires en Tunisie et en Egypte ont été Al-Jazeera et Al Arabiya. Mais juste derrière, France 24 commence à s'imposer notamment avec son canal arabophone.

Même si la chaîne d'informations internationale française arrive un peu tardivement par rapport aux autres et si elle n'a pas connu la dynamique favorable à ce genre de chaîne, notamment dans les années 90, elle a su, spécifiquement avec son canal arabophone se faire une place de plus en plus importante dans le paysage médiatique. Cette analyse est partagée par Gérard ARBOIT, qui souligne que : « la chaîne arrive un peu tard. Il fallait la créer dans les années 90 comme CNN et Al Jazeera. Le marché de l'information internationale est maintenant très segmenté et concurrentiel »²⁴. Si cette segmentation des audiences est un élément défavorable au succès des canaux anglophones et francophones, il sera en revanche un élément de succès dans le cas du canal arabophone. Car comme nous l'avons précédemment abordé, Al Jazeera suite aux révolutions arabes et à l'alignement de la chaîne sur les positions officielles de l'Etat, a connu une érosion en termes d'audience. Ce sont donc les mécontents et déçus d'Al Jazeera, notamment dans les pays Maghrébins, que le canal

²⁴ Entretien paru dans les Inrockuptibles, n°575, 05/12/2006.

arabophone de France 24 a pu récupérer. Cela explique aussi la prééminence d'informations sur les crises et conflits dans les contenus de ce média, à l'exemple de ceux qui l'ont précédé.

Si le canal arabophone de France 24 arrive à se distinguer et à engranger des audiences importantes, contrairement aux deux autres canaux, (francophone et anglophone), c'est parce qu'il a profité du contexte de crises et de conflits dans la région arabe et subsaharienne pour proposer une information différente, certes, mais aussi plus politisée et subjective que celle d'Al Jazeera ou des autres chaînes internationales d'informations.

France 24 arabophone se voit ainsi accorder un temps d'antenne très important pour l'actualité arabe et aux informations internationales de façon générale pour renforcer son audimat. Les statistiques suivantes témoignent de l'importance accordée aux informations sur le canal arabophone de France.

Répartition du volume horaire alloué par nature de programmes sur France 24. En pourcentage du temps d'antenne quotidien²⁵

Programmes/ %	Canal Arabophone	Canal Anglophone	Canal Francophone
Météo	7%	7%	7%
Magazines	22%	25%	23%
Journaux TV	48%	38%	38%
Talks show	12%	13%	16%
Divers	10%	16%	15%
Pub+Promo	1%	1%	1%

L'intérêt des pouvoirs publics et du gouvernement français pour cette chaîne, contrairement à la réticence de leurs prédécesseurs, prouve l'importance et le rôle que cette chaîne a pu

²⁵ Selon le rapport CSA de 2013 sur le bilan de la société de L'Audiovisuel Extérieur de la France pour l'année 2012.

acquérir auprès de ces derniers. C'est ainsi et suite à un bilan de première année plutôt mitigé, que le président de la république SARKOZY annonce le 8 janvier 2008 une énième réforme de l'Audiovisuel Extérieur Français avec la création d'un holding dénommé France Monde, regroupant en son sein trois entités (RFI, TV5 Monde et France 24).

Cette réforme, au-delà des considérations économiques et financières qui la motivent, signe un intérêt croissant porté par le nouveau gouvernement à l'influence médiatique française sur la scène internationale. Cette nouvelle relation entre décideurs politiques et médias internationaux est relevée par DESBORDES RHODA (2009, p.70), qui souligne : « Au-delà des considérations exclusivement financières et géopolitiques, le chef de l'Etat accentue le caractère politique qui a commandé ce projet depuis sa conception ».

Les différentes réformes que la chaîne a subies depuis sa création, ses différentes synergies tant bien que mal réussies avec RFI et Monté Carlo Doualya, témoignent du manque de maturité du projet mais aussi, de la perception différente et de points de vue divergents, d'un gouvernement à l'autre. Cependant l'intérêt grandissant pour cette chaîne semble favorable à la rupture avec la tradition française en termes d'influence par les médias.

En 2015 nous pouvons dire que la chaîne a pu, en partie, trouver sa place au sein du paysage médiatique international avec des succès plus au moins importants selon les différentes régions du monde.

V.2.2 : Les pays du Maghreb, région de prédilection ?

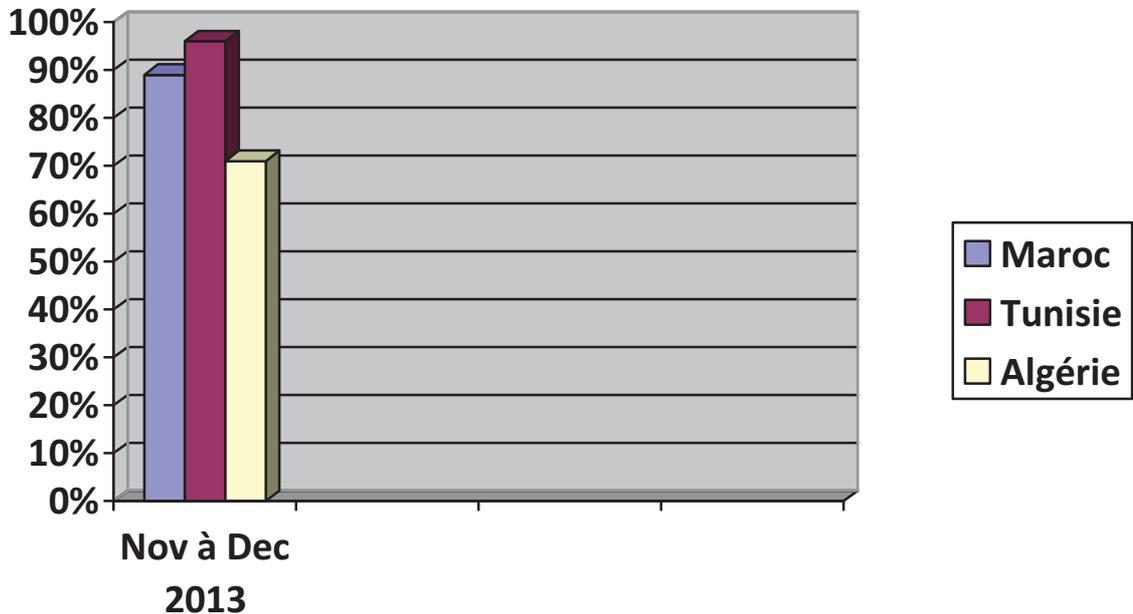
La version arabophone de France 24 connaît un franc succès dans les pays du Maghreb. La chaîne se positionne comme la troisième chaîne de télévision la plus regardée dans ces pays.

Une étude Maghreboscope²⁶ fin 2013, sous forme d'une enquête en face-à-face réalisée par TNS Sofres en Tunisie (du 21 au 27 novembre 2013), en Algérie et au Maroc (du 1er au 7 décembre 2013), a conclu que France 24 se maintient dans ces pays parmi le trio de tête des chaînes les plus regardées. Elle trône ainsi à hauteur de 71% de l'audience hebdomadaire en Algérie, 89% au Maroc et 96% en Tunisie.²⁷

²⁶ Maghreboscope est une étude de l'institut TNS Sofres, menée annuellement dans les principales villes du Maroc (Tanger, Fès, Rabat, Casablanca, Marrakech), d'Algérie (Oran, Alger, Constantine, Annaba) et de Tunisie (Tunis, Sousse et Sfax).

²⁷ Source : Communiqué de presse de France 24, Février 2014

L'histogramme suivant montre les parts de marché engrangées par la chaîne selon l'étude :



Taux d'audience dans les pays du Maghreb, d'après une étude TNS Sofres.

Le canal arabophone de France 24 revendiquait déjà 2,6 millions de leaders d'opinion dont 1,6 million au Maghreb et 1 million au Moyen-Orient, selon une étude commandée auprès de TNS-Sofres réalisée au début de 2010. « Sur les tests effectués, le pourcentage de leaders d'opinion au Proche et Moyen-Orient qui regardent France 24 est de 17 %, soit 50 % de plus que la moyenne des autres parties du monde »²⁸.

En commandant étude après étude, et en insistant sur son succès supposé dans cette région, France 24 s'est lancé dans un exercice de légitimation, afin de démontrer son rôle et son efficacité pour faire face à toutes critiques visant son utilité comme chaîne d'informations internationale et comme moyen de « soft power ». La chaîne s'est focalisée sur cette région comme une région de diffusion importante avec la région de l'Afrique francophone.

L'intérêt porté par les responsables de France 24 aux pays du Maghreb, repose sur plusieurs éléments. Le premier est d'ordre historique relatif à la colonisation, puis à l'influence

²⁸ Selon un article publié par le figaro en ligne le 15/0320110.

postcoloniale exercée par la France sur ces pays. Nous avons déjà évoqué l'intérêt du public de cette région aux médias français depuis les années 90 du siècle dernier avec l'ouverture permise par l'antenne parabolique. Ces pays étaient déjà des consommateurs assidus des productions télévisées françaises. Les chaînes généralistes historiques françaises ont connu une large diffusion et un grand succès dans cette région. Considérés comme alternatives aux médias nationaux dont les contenus sont médiocres et pour lesquels le contrôle de l'Etat empêche toute ouverture ou alternative, les médias français sont largement plébiscités dans cette région. Jouissant donc de ce lien historique avec les pays du Maghreb, France 24 se trouve sur un terrain conquis où elle n'a pas eu beaucoup de mal à s'implanter, s'ajoutant à cela, la crédibilité accordée par ce public aux médias français.

Le deuxième élément qui fait que cette région soit un terreau favorable à l'implantation de France 24, réside dans la politisation du champ médiatique de la région, d'abord en Algérie depuis les événements d'octobre 88 et l'avènement de la presse écrite indépendante, ensuite au Maroc et en Tunisie. Une chaîne d'informations internationale politisée pourrait facilement trouver sa place dans le paysage médiatique de la région.

Cet intérêt de l'espace public Maghrébin à l'information politique fait que ce dernier est toujours ouvert à ce genre de programmes et de chaînes. Le troisième élément est circonstanciel, suite à la déroute d'Al Jazeera après les révolutions arabes, France 24 est perçue comme une alternative neutre et une source d'informations crédible à l'écart des intérêts des chaînes panarabes engagées dans une lutte d'influence sans précédent. Ce sont donc ces contextes qui ont fait que la région du Maghreb est une zone de prédilection pour les responsables de la chaîne afin d'accroître leur audimat. Mais est-ce pour autant que la chaîne reste vraiment neutre et à l'écart des enjeux géopolitiques de la région ?

Si dans les crises en Tunisie et en Egypte, la chaîne a pu mettre en valeur l'information désintéressée et une certaine neutralité face aux enjeux des révolutions arabes, le cas de la Libye viendra contredire profondément cette configuration, avec l'engagement militaire et diplomatique français et celui personnel du chef de l'Etat à côté des révolutionnaires. Dans ce pays, France 24 a servi à cette occasion, de porte-voix à la position officielle française. L'engagement de la chaîne durant cette période serait à double tranchant. Il lui garantit un rôle important dans la région, mais fragilise sa crédibilité et la mission purement médiatique qu'elle revendique.

Si cette nouvelle arme médiatique de la France est jugée utile et indispensable par près de 75% des français, selon un sondage réalisé deux mois après son lancement, son efficacité quant à véhiculer les valeurs de la France, est jugée insuffisante. Dans un sondage comparatif entre France 24 et TV5 Monde, cette dernière est considérée « plus ouverte sur le monde et véhicule mieux les valeurs de la France. TV5 est plus honnête et impartiale, elle porte plus d'attention à l'art de vivre et à la culture, elle s'autorise un regard différent sur l'actualité et est surtout plus indépendante » (GURSOY, 2009, p.91).

En 2016, bien que le canal arabophone ait acquis une place assez importante dans le paysage médiatique mondial, son parcours reste assez mouvementé par les changements au niveau de sa gestion, de son organisation et dans les rapports de forces entre ses différentes tutelles.

En terme budgétaire, le canal arabophone fonctionne avec 40 millions d'euros, soit le tiers du budget de la chaîne qui est de 120 millions d'euros pour l'année 2013 (contre 82 millions en 2009).²⁹(Voir annexe n°05). En moyens humains au total, France 24 arabophone compte une cinquantaine de correspondants arabophones, en plus des journalistes de la rédaction basés à Paris. Le canal mise aussi sur son site Internet qui compte déjà 1,2 million de pages lues par mois et mise aussi sur les revenus publicitaires, pour un montant toutefois non communiqué. Le groupe libanais SGBL est l'un de ses premiers annonceurs.

D'autres éléments peuvent aussi nous renseigner sur l'état actuel de ce média en 2016. Il s'agit notamment de sa grille des programmes, du produit qu'il propose pour son public, de ses modes de diffusion, mais aussi de la manière dont il est reçu par le public, de la nature de ce public et de son appartenance. Ces éléments me seront très importants pour situer le canal Arabophone de France 24 dans la scène médiatique internationale en 2015.

²⁹ Selon un article de DAOUD Marie José., paru en novembre 2010 dans le site d'informations le commerce du levant.

V.3 : Création du canal arabophone de France 24 et son évolution.

V.3.1 : La création.

Les responsables de France 24 expliquent que l'objet de France 24 est de créer, promouvoir et exploiter une chaîne de télévision d'informations internationale, en langue arabe, une déclinaison de France 24 qui est la première chaîne française d'informations internationale en continu 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Lancée en décembre 2006, elle apporterait un regard et une sensibilité française sur l'actualité mondiale. (Voir annexe n° 05).

Ils ajoutent que France 24 affirme sa spécificité par une approche de l'information respectueuse des diversités, attentive aux différences et aux identités politiques et culturelles. Elle propose un décryptage approfondi de l'actualité pour en faire découvrir la partie immergée et montrer ce que le public n'est pas censé voir, savoir ou comprendre. Enfin, elle traite avec une attention particulière de la culture et de l'art de vivre.

Toujours selon la même source, France 24 déploie une stratégie multilingue forte et ambitieuse. Elle propose dans un premier temps ses programmes sur deux canaux, en français et en anglais, puis en arabe dès 2007 et peut être prochainement en espagnol. Gratuite et en clair, la chaîne se positionne sur toutes les plateformes dans l'univers du numérique (satellite, câble, ADSL), et place Internet au cœur de sa stratégie avec un site trilingue dès son lancement.

Les responsables de France 24 rappellent que cette chaîne cible les leaders d'opinion. Elle est distribuée dès son lancement en Europe, au Proche/Moyen-Orient, en Afrique et dans les villes de New York et Washington D.C. Elle étendra ensuite sa couverture pour atteindre une diffusion mondiale.

La chaîne promet d'apporter un regard différent et nouveau sur l'actualité internationale dans un monde à multiples facettes où l'information tient un rôle déterminant. Elle dispose pour cela de moyens et d'une équipe qui garantit son indépendance éditoriale et lui permet de proposer images et reportages inédits.

Les dirigeants confirment également le statut juridique de France 24 comme étant une société anonyme de droit privé à directoire et conseil de surveillance. Les membres du Directoire sont nommés par le conseil de surveillance.

Nous pouvons constater à travers cette présentation faite à partir des sources internes et des déclarations des dirigeants de la chaîne, que cette dernière serait le projet idéal d'une chaîne d'informations internationale. Mais confrontés à la réalité du terrain, ces idéaux chers à France 24 vont s'avérer des défis difficiles à relever.

La chaîne nous promet dès le début un regard différent sur l'actualité avec une sensibilité française sans vraiment nous expliquer comment elle compte se différencier des autres acteurs. Les responsables de la chaîne restent vagues quant à cette sensibilité française concernant l'information internationale, comment serait cette sensibilité ? Sur quel principe reposerait-elle ? Quelle serait le degré du rapprochement entre la chaîne et l'Etat français ? Toutes ces questions restent en suspens. La chaîne nous promet également un décryptage approfondi de l'actualité internationale, alors qu'en réalité cette dernière se concentre davantage sur les journaux télévisés, avec un contenu par ailleurs léger et un traitement sommaire de l'actualité surtout dans ses émissions de débat.

Le pari fait par la chaîne sur le multimédia et la diffusion Internet s'avère aussitôt handicapant. Cette dernière ne tardera pas à se convertir à la diffusion classique, notamment satellitaire pour l'étranger. France 24 nous rassure également sur les compétences de ces équipes et sur l'indépendance de ses correspondants, une indépendance relative, car dans de nombreux pays, la chaîne repose sur des correspondants qui sont déjà affiliés aux médias locaux. Ainsi j'ai pu constater une exportation de débats et de confrontations locales par ces derniers, qui pour certains d'entre eux, profitent de leurs statut de correspondant pour renforcer les positions de leur ligne éditoriale, rendant ainsi leur indépendance discutable.

Avant d'être une chaîne à part entière dans le groupe, le canal arabophone de France 24 constituait quelques heures de diffusion en langue arabe, exactement 4 heures, puis 10 heures par jour.

V.3.2 : Le passage aux 24 heures.

Initialement prévu pour l'été 2007 la diffusion en arabe de France 24 a été avancée pour le mois d'avril de la même année. Selon les responsables de la chaîne cités par GURSOY (Gérard SAINT PAUL et Agnès LEVALLOIS), c'est suite au succès de la version francophone que cette décision a été prise. Mais en réalité ce qui a précipité le lancement de la version arabophone est ce qui s'apparente à un raté de la part de la chaîne à l'occasion de la guerre libano-israélienne de 2006.

Au départ l'antenne arabophone de France 24 comptait 4 heures de diffusion quotidienne entre 16h et 20h puis le temps d'antenne s'est étendu à 10 heures (voir annexe n°02 et 03), puis aux 24h, avec des programmes spécialement conçus pour le canal et de moins en moins de contenus traduits de la version française comme cela a été au départ du canal arabophone. Mais je note, tout de même, que c'est au bout de quatre ans après son lancement en décembre 2006, que la chaîne lance les 24 heures d'antenne du canal arabophone.

En effet le canal en langue arabe de France 24 passe à 24 heures de diffusion quotidienne à partir du mardi 12 octobre 2010. Mais avant cela, la chaîne était passée à 10 heures quotidiennes de programmes depuis avril 2009, chose qui témoigne d'un processus long de mise en place de ce canal. Mais à aucun moment les responsables de France 24 n'ont évoqué les difficultés relatives au recrutement de journalistes arabophones suffisamment bien formés et opérationnels.

Nous pouvons donc pointer du doigt, à juste titre, un amateurisme au lancement des programmes arabophones. La précipitation de la chaîne pour lancer le canal, semble être motivée par une logique du marché et une logique géopolitique faisant de l'espace public arabe un secteur de niche en termes médiatique. Mais les responsables de France 24 ne semblent pas anticiper en termes de ressources humaines le lancement des 24 heures de ce canal.

La chaîne se dit fidèle à sa mission initiale. France 24 arabophone proposera aussi une perspective française sur l'actualité mondiale sur ses 24 heures de diffusion. Toujours en termes de ressources humaines, si Monsieur SAINT PAUL et Madame LEVALLOIS respectivement directeur en charge de l'information et des programmes, et directrice adjointe en charge des contenus en arabe, se réjouissent à l'époque d'une équipe de rédaction du desk arabophone composée de « vingt journalistes de diverses nationalités », la diversité de cette équipe va s'avérer, avec l'élargissement du temps d'antenne, une question épineuse pour le canal, qui connaîtra quelques temps après, une crise au sein de sa rédaction arabophone relative à la politique du recrutement, une question que nous allons évoquer un peu plus loin.

Ce passage aux 24 heures de diffusion était né dans la douleur même si 80 % des leaders d'opinion au Moyen-Orient étaient favorables au passage aux 24 heures, selon les chiffres avancés par le groupe. Des spécialistes et même certains membres du personnel du canal étaient contre cette démarche, mettant en cause le fait que le canal n'était pas prêt, ni sur le plan logistique ni sur le plan professionnel, pour être au niveau de cette démarche. Car ce

passage aux 24 heures est un engagement sérieux qu'il ne faut pas négliger. Or le canal ne disposait pas d'un très bon réseau de correspondants ni d'un nombre suffisant de rédacteurs et de journalistes qui permettaient de fournir la matière nécessaire pour couvrir les 24 heures de diffusion, sachant aussi, que les quatre années précédentes n'étaient pas suffisantes pour achever la formation du desk du canal pour qu'il s'adapte à la nouvelle plage horaire imposée.

Ce nouveau dispositif des 24 heures du canal arabophone est présenté par les responsables de la chaîne en ces mots : « qu'à l'instar des deux autres canaux de la chaîne, en langues françaises et anglaises, serait en mesure de s'appuyer sur les piliers fondateurs de la ligne éditoriale de France 24, l'actualité, l'économie, la culture, les sports...etc. ».

Le nouveau dispositif était destiné à renfoncer le poids et la présence de la chaîne dans le Proche et Moyen-Orient, et le Maghreb. En France, France 24 en langue arabe était disponible dès le 12 octobre 2010 sur tous les réseaux ADSL : Free (canal 97), Neufbox (canal 238), DartyBox (canal 576), Alice (canal 119), Bbox (canal 205) et sur CanalSat (canal 351). Avec l'élargissement du temps d'antenne du canal arabophone qui deviendra un canal autonome en termes de programmation, le groupe affiche clairement son ambition. « A travers cette démarche le canal vise désormais une part de marché de 15 % au Moyen-Orient dès 2011, contre 2,1 % en fin 2010 »³⁰.

Pour faire la promotion à ce passage en force aux 24 heures, Alain de POUZILHAC, président-directeur général de la chaîne et Christine OCKRENT, directrice générale déléguée, se rendent, accompagnés de représentants de la rédaction, à Alger, Amman, Beyrouth, Le Caire, Casablanca et à Dubaï, entre le 10 et le 18 octobre 2010, afin de présenter les nouveaux programmes de la chaîne.

V.3.3 : La synergie du canal arabophone de France 24 avec RMC Doualiya.

Dans le cadre de son développement, le canal arabophone de France 24 met en place un projet de synergie avec Monte Carlo Doualiya, la filiale arabophone de RFI, pour un certain nombre d'émissions, comme une revue de presse dédiée à l'actualité arabe, internationale mais aussi israélienne, ou encore des débats de société.

³⁰ Ibid. Daoud.

Ainsi, la direction du pôle arabophone de l'Audiovisuel Extérieur de la France, qui comporte deux rédactions, celle de France 24 arabophone et celle de Monte Carlo Doualiya, a été confiée à une seule et même personne. Selon les dirigeants de la chaîne et de l'Audiovisuel Extérieur de la France, cette mutualisation des équipes et des programmes vise des objectifs de perfection. Ce projet de rapprochement rentre dans le cadre d'un projet de synergie générale entre RFI, sa branche arabophone MCD et France 24, son canal arabophone, ce qui donne une double combinaison RFI/France 24, MCD/France 24 arabophone. (voir annexe n°01).

Nous pouvons lire dans le rapport d'expertise qui présente cette nouvelle synergie : « L'objectif pour les deux antennes est d'avoir une grille riche sans dépenser plus d'argent »³¹.

Concrètement, cette coalition comporte plusieurs facettes. Elle s'apparente en réalité à un mariage de raison en faveur de France 24, qui pourrait désormais profiter de l'expertise des journalistes de la radio qui comptent de longues années d'expérience, permettant ainsi de combler les lacunes de la chaîne. Ainsi les deux rédactions mettent en place les mêmes envoyés spéciaux « tout en enrichissant l'antenne »³².

Un réseau de correspondants communs devrait même être créé dans le cadre de ce rapprochement. Des émissions sont faites en synergie avec France 24, tel le Club de la presse du jeudi, enregistré à France 24 et diffusé sur MC Doualiya au même moment. De son côté, France 24 fait un débat de 19h15 à 20h repris sur MCD tel quel, avec le flash de France 24 de 19h30. L'émission « économie bourse » de France 24 est reprise à 17h sur MC Doualiya.

Les informations sportives sont réalisées par le journaliste sportif de MC Doualiya qui travaille avec les moyens techniques de France 24. Les flashes sportifs qui paraissent le soir sur France 24 sont repris sur MC Doualiya le lendemain matin.

En matière de personnel, outre bien évidemment la réduction des activités pour MC Doualiya, cette synergie entre les deux antennes se traduit par des transferts de personnel, mais à sens unique, de MC Doualiya vers France24, soit par démission/embauche (avec reprise de l'ancienneté), soit sous forme de mise à disposition.

³¹ Selon le Rapport Expertise CHSCT, TECHNOLOGIA SAS de Juillet 2009, Monte Carlo Doualiya – Projet de réorganisation.

³² Id.

Il est vrai que les besoins de France 24 augmentent puisque cette antenne est passée de quatre heures à dix heures puis à 24h sur 24. Mais ce rapprochement entre les deux rédactions n'a jamais fait l'unanimité au sein de MCD notamment, où un mouvement syndical important s'est mobilisé pour dénoncer une synergie déséquilibrée et défavorable à la radio.

Dans un communiqué de presse datant de septembre 2011, l'intersyndicale de la radio expose les arguments du refus de cette fusion, intitulé « voici pourquoi nous disons non à une synergie au rabais entre MCD et France 24 ! ». Les syndicats dénoncent un système de rémunération discriminatoire, mais surtout l'arrivée tardive du projet de la synergie, qui est déjà en vigueur depuis deux ans. Pour les syndicats, la formalisation de cet accord de synergie « est une tentative tardive de régulariser une situation illégale »³³.

En 2012 avec le changement de la majorité présidentielle, survient l'éviction d'Allain de POUZILHAC à la tête de l'Audiovisuel Extérieur de la France et avec elle l'enterrement du projet de synergie entre la station radio et la chaîne de télévision, une promesse de campagne de François Hollande. Ainsi chacune retrouve son autonomie. Cela illustre la fragilité de la structure de France 24. La différence de perception des politiques et des gouvernements qui se succèdent empêcherait une stabilité et un fonctionnement optimal de la chaîne.

Si contrairement à Al Jazeera l'Etat n'intervient pas directement dans la politique éditoriale de la chaîne, les interventions de ce dernier dans l'organisation et l'administration de la chaîne, semblent produire à peu près les mêmes résultats au niveau des orientations de la chaîne et de son rôle. L'avortement du projet de synergie entre France 24 arabophone et MCD nous renseigne sur la situation complexe de l'Audiovisuel Extérieur de la France qui se retrouve fragilisé. Cette situation a été, à juste titre, résumée par Aude DASSONVILLE dans *Télérama*, qui écrit : « Cinq années d'errements, dont les politiques, les dirigeants et les syndicats se sont rendus également responsables, pour en arriver à ce rafistolage ! Car si l'autonomie préservée de RFI lui permet de garder son périmètre et son aura, elle ne permettra sans doute pas à l'AEF de s'épanouir ». (DASSONVILLE Aude, 2012, en ligne).

³³ Communiqué de presse Intersyndicale MCD. Du 29/09/2011. Voici pourquoi nous disons non à une synergie au rabais entre MCD et France 24 !

V.3.4 : Une diffusion privilégiant l'Internet.

La Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes (DGCCRF) n'a autorisé la chaîne française internationale d'informations France 24 à être diffusée en France et à commercialiser des spots publicitaires dans tous les pays où elle sera diffusée qu'en fin 2006, c'est-à-dire une année après sa création. Cependant la chaîne ne diffuse pas de publicité nationale, mais seulement des publicités transnationales, c'est-à-dire les mêmes spots diffusés partout, comme les chaînes internationales CNN, BBC World ou Al Jazeera.

Concernant l'autorisation de diffusion en France, France 24 avait obtenu en 2005 une première autorisation de la DGCCRF pour sa diffusion mondiale, à l'exception de l'Hexagone, car le projet ne prévoyait pas alors de diffusion de la chaîne en France. Fin 2005, la direction de France 24 s'était engagée à diffuser la chaîne en France, sur le câble et le satellite.

La DGCCRF a dû avant vérifier si la diffusion de la chaîne dans l'Hexagone allait avoir un impact ou non sur la concurrence en France au sein du marché télévisuel et si la diffusion de spots publicitaires pouvait avoir un impact sur le marché publicitaire en France.

En choisissant d'être d'abord diffusée en ligne, France 24 Arabophone, comme les deux autres filiales, temporise avant d'obtenir les autorisations nécessaires.

Dans un article diffusé par Le Journal du Net du (07/12/2006), un responsable de la chaîne revient sur cette exclusivité internet de la chaîne. Pour la chaîne française d'informations internationale, accessible en ligne avant sa diffusion par câble et satellite, Internet n'est pas un canal mineur. « Nous envoyons un symbole fort au public et au marché. Pour nous, il n'y a pas de différences entre Internet et le broadcaste », souligne Stanislas LERIDON, responsable internet de la chaîne. (RUBAT Baptiste, 2006, en ligne).

La vidéo sera également au cœur du site, avec la quasi-totalité des sujets diffusés en streaming. Selon l'actualité, la diffusion en ligne pourra même précéder les autres. La chaîne veut proposer une consommation non linéaire. « Les habitudes du public ont changé, il consomme l'information de façon nomade ». Les programmes, produits par une rédaction unique, seront ainsi diffusés en VOD, également en streaming (pas de téléchargement) avec Windows Media Player.

Ce contenu lourd avec des vidéos nécessite obligatoirement des connexions en haut débit, loin d'être majoritaires à l'échelle du monde. Même si elle envisage la création d'une version allégée de son site, la chaîne internationale table plutôt sur la généralisation, à terme, du haut débit. La réalité sur le terrain est loin de correspondre aux prévisions des dirigeants de la chaîne. C'est notamment le cas dans la plupart des pays d'Afrique et du moyen Orient où le haut débit n'a pas connu une progression rapide. Par ce choix relativement prématuré d'une diffusion via Internet, la chaîne rétorque qu'elle cible en priorité les "leaders d'opinions", souvent équipés de connexions rapides. Elle tablait fin 2006 sur 4 millions de leaders d'opinion, mais l'obsession de la chaîne pour cette catégorie de public nous semble être exagérément, encore une fois, une démarche de légitimation.

Les responsables de France 24, notamment Monsieur SAINT PAUL, affichent leur satisfaction de ce dispositif internet. Ce dernier précise que « la direction, ainsi que l'ensemble des journalistes, sont en grande majorité satisfaits de l'accueil dès le 6 décembre. Ils soulignent l'impact de la convergence des deux médias, broadcast et internet, dans ce succès ». (GURSOY, 2009, p.91).

Les dirigeants vantent aussi l'aspect interactif qui serait l'autre pilier du site. Les internautes peuvent envoyer leurs commentaires sur l'ensemble des programmes, un dispositif déjà mis en place sur d'autres sites internet d'autres médias, que la chaîne reprend à sans tour, sans donc rien innover en ce sens. Un nuage de tags permet également de faire remonter les contenus les plus consultés et il est possible de hiérarchiser les vidéos de la chaîne. Un autre outil Web 2.0 est proposé, celui de la diffusion par fils RSS.

France 24 collabore dans son projet internet avec deux prestataires, Nurun et LSF Network, qui ont répondu ensemble à l'appel d'offres, deux entreprises apparemment choisies en partie, selon la direction, pour leur forte implantation internationale. Le premier avait déjà conçu le site d'une autre chaîne publique, France 5, en l'ouvrant largement à la vidéo. Le second a orienté la conception du site pour en optimiser le référencement naturel. Il s'occupe également du référencement payant et des autres outils de génération de trafic.

Le lancement de la chaîne s'est ainsi accompagné d'une campagne de bandeaux sur des sites médias français et étrangers. Un spot publicitaire a également été diffusé sur les sites de partage vidéos You Tube et Daily motion, « des sites que France 24 souhaite utiliser pour diffuser gratuitement ses contenus. Elle avait entamé également des discussions avec des portails Internet comme AOL ou MSN pour leur proposer ses programmes en syndication.

Elle a également signé un accord avec la place de marché vidéo Brightcove ». (RUBAT Baptiste, 2006, en ligne).

La chaîne annonce en préparation pour 2010 une version enrichie du site. Parmi les nouvelles fonctionnalités, on trouve des broadcastes vidéo et des newsletters personnalisables. La stratégie "multi supports" de la chaîne s'est traduite par une déclinaison sur mobile, i Phone, i Pad, avec un site WAP et un site vidéo, développé avec Jet Multimédia, par ailleurs hébergeur.

Dans le cadre de ses synergies avec RFI/MCD, une refonte des sites Internet de France 24 arabophone et de MC Doualiya, ainsi que de France 24 et RFI est réalisée avec la mise en place d'une même plate-forme technique permettant d'entrecroiser les informations de façon plus simple et de permettre une meilleure visibilité et des pages plus accessibles de l'audiovisuel français vers la communauté arabophone. Aux dires du personnel impliqué dans cette démarche, « le site est notamment utilisé par la diaspora arabe qui ne peut plus écouter la radio. Ceci permet aussi d'élargir l'écoute puisque 30% des internautes viendraient au travers des moteurs de recherche ». ³⁴

Mais avec l'enterrement des projets de synergies France 24 arabophone, MCD et France 24 RFI, la mutualisation des sites internet a pris fin. Ainsi les deux radios retrouvent leurs sites internet indépendamment de France 24. Il en demeure quelques collaborations entre les rédactions fondées sur le principe du volontariat. Sur le support multimédia, internet comme sur les autres supports classiques. Le grand projet de rapprochement des différentes composantes de l'Audiovisuel Extérieur de la France semble limité, et une vraie synergie reste à écarter en attendant d'éventuels changements politico-institutionnels qui pourraient remettre ces projets à l'ordre du jour.

³⁴ Ibid., Rapport, TECHNOLOGIA SAS.

V.4 : Le contexte médiatique et géopolitique de France 24.

V.4.1 : Médias et diplomatie: le « soft power » par l'image.

Le lien entre diplomatie et médias est ancien mais s'est considérablement diversifié au fil de l'histoire. Nous avons précédemment évoqué l'âge d'or de la propagande, puis celui de l'internationalisation des médias, ensuite celui des usages de ces derniers comme outils d'influence, de « soft power ».

Les pouvoirs publics ont depuis longtemps utilisé les médias à des fins de nature diplomatique. Dans la seconde moitié du XXe siècle, les relations entre médias et diplomatie se sont diversifiées et sont devenues moins unilatérales. Dès lors, se posait la question de savoir si les médias avaient une influence déterminante sur les politiques étrangères des Etats. Selon Jean-André TUDESQ : « Les médias sont devenus de vrais acteurs dont les actions et omissions sont déterminantes pour la vie internationale ». (TUDESQ, 1997, p. 54). Mais toutefois, le pouvoir des médias sur la diplomatie reste limité du point de vue de l'auteur.

Plusieurs personnalités à travers l'histoire ont très vite compris l'importance des médias et leur utilité pour atteindre des objectifs diplomatiques. Mais les médias de leur côté, ont aussi eu cette reconnaissance des qualités diplomatique et médiatique de ces personnalités. Diplomatie et médias ont ainsi été présentés comme indissociables, le bon usage des seconds étant la condition de réussite de la première. Cette affirmation est-elle fondée ou alors faut-il la considérer comme une forme d'auto-consécration de la presse? Audrey COLLE (2006), fait référence dans un article à l'usage historique des médias par les hommes d'Etats. Elle souligne que, « Bismarck fait sans doute figure de pionnier en matière de corruption stratégique des médias étrangers. Parallèlement à l'instauration d'un véritable système de presse en Allemagne, il a en effet assuré un financement massif des journaux libéraux français soutenant la cause prussienne ». En temps de guerre et notamment pendant les deux guerres mondiales, la propagande dans le camp ennemi a constitué une arme redoutable.

D'une part, la distribution aérienne de tracts, la diffusion d'émission de radio (notamment celle de la BBC en France pendant la Seconde Guerre Mondiale), les journaux clandestins, ont ainsi permis aux pouvoirs étrangers de diffuser des informations souvent fausses pour démoraliser ou désorganiser les combattants, mais aussi d'organiser la résistance, ...etc.

Après la Seconde Guerre mondiale, le contexte de la Guerre Froide constitue sans doute une période d'approfondissement, de renouvellement et de structuration de l'usage stratégique des médias.

Certes dans les dernières années, ce sont les américains (étasuniens), qui ont le plus exploité cette perspective diplomatique à travers les médias. Ce fut notamment le cas durant la première Guerre du Golfe où CNN a très bien mené la guerre diplomatique au côté de la diplomatie officielle et du Pentagone.

D'autre part, les méthodes pour mettre en place les stratégies de « public diplomacy » ont évolué. Ainsi, le recours à des firmes spécialisées dans la communication s'est développé. Ces firmes mènent campagne dans des pays étrangers pour promouvoir les intérêts de l'Etat qui a commandé ses services. Un exemple illustre cet usage, celui de l'administration J.W Bush pour promouvoir auprès des pays arabes le projet du « Grand Moyen Orient ».

Un autre exemple est celui des monarques Koweïtiens qui avaient engagé une entreprise spécialisée pour promouvoir la libération du Koweït auprès de l'opinion Américaine avant le déclenchement de la première Guerre du Golfe.

Si le public « diplomacy » est une stratégie ancienne qui a connu des évolutions, les autres modèles médiatiques employés à l'aube du XXIème siècle constituent des nouveautés, notamment avec l'avènement de l'ère globale et internationale des télécommunications et des médias.

La diplomatie, de son côté, a connu une grande mutation dans ses institutions et canaux. Alors qu'auparavant, la diplomatie s'inscrivait dans des structures stables (traités, protocoles, accords) et était caractérisée par le secret, elle est devenue, par un lent processus, une sorte de « diplomatie des signes », basée sur l'interprétation des faits et gestes des différents protagonistes de l'espace mondial. Alors que la diplomatie de structure se suffit à elle-même, la diplomatie des signes nécessite des vecteurs pour transmettre les signaux c'est-à-dire des relais, des canaux et des médias. Ce serait sans doute le cas de la diplomatie française par rapport à France 24 qui servirait de canal pour la diplomatie officielle.

V.4.2: À la reconquête de l'espace public arabe, sur les traces d'Al Jazeera.

Dans la perspective de l'analyse et de la définition des logiques qui sont derrière la création des chaînes transnationales arabophones, nous avons trouvé un point intéressant évoqué par Tourya GAAYBESS. D'après l'analyse de l'auteure, la logique qui prime dans les médias du genre, transnationaux ou internationaux, est celle de la géopolitique alors que la logique commerciale et économique est « reléguée au second plan ». (GAAYBESS, 2009, p.120). Dans ses propos, l'auteure met l'accent sur l'intérêt géopolitique de la région arabe qui suscite un vif intérêt en Occident. D'autres auteurs mettent les considérations économiques au même niveau que les considérations géopolitiques à l'exemple de Guy LOCHARD ou de Tristan MATTELART dont nous avons précédemment exposé les points de vue concernant l'internationalisation des médias.

Pour notre part, nous considérons qu'une conjoncture entre les intérêts géopolitiques et une rentabilité intéressante sur le plan économique serait le levier et le moteur de ce genre de chaînes d'informations. Si France 24 a tardé à voir le jour, c'est sans doute à cause d'une réflexion prolongée concernant la rentabilité de cette dernière au vu du rôle géopolitique qu'elle pourrait ou qu'elle est censée remplir. Mais dans le cas du canal arabophone de France 24, si l'intérêt géopolitique l'a largement emporté au départ, la rentabilité économique elle, a permis le passage aux 24 heures de diffusion et la pérennité du projet.

Cette mise en valeur de l'aspect diplomatique puis, économique de la part des pouvoirs centraux français, s'est sans doute traduite par la création puis la consolidation de ce canal arabophone. Par contre, c'est à partir d'une conviction d'ordre géopolitique et géostratégique que se conçoivent les discours et les images du monde arabe, tels que véhiculés par ce média.

L'auteure nous explique ainsi que « la région arabe est aujourd'hui au cœur des tensions géostratégiques mondiales. Les interventions politiques provenant d'acteurs extérieurs à la région, sont omniprésentes et diverses, provoquant des lectures plurielles des événements qui s'y passent. Il semble que cette activité politique très intense s'accompagne désormais d'un foisonnement médiatique confus, la logique commerciale derrière le lancement de nouvelles chaînes est souvent reléguée au second plan ».

Ainsi nous pourrions en déduire que France 24 arabophone, en tant que média transnational, se situe dans cette vision, qui veut que la logique géopolitique soit la principale préoccupation. C'est tout naturellement, que sa programmation et ses discours sont imprégnés

par ce message. Dans ce cas, nous glissons du terrain du rôle et des enjeux médiatiques de la chaîne à celui de la représentation et du positionnement géopolitique.

Il serait également important de souligner que malgré des recettes publicitaires modestes, la chaîne peut compter sur les dotations de l'Etat qui injecte de l'argent dans la structure, lui permettant d'étoffer son offre et ses contenus. Ce que l'auteure n'a pas évoqué ici c'est la corrélation entre les deux aspects, économiques et géopolitiques, car dans le cas des relations de la France avec les pays arabes, un des moteurs essentiels serait l'économie. Un rayonnement et une influence française importants dans la région, auront sans doute des retombées intéressantes pour l'économie française. Nous pouvons ainsi dire que les deux aspects sont indissociables tant ils sont dépendants l'un de l'autre.

Autre élément d'analyse des prémisses qui ont annoncé l'arrivée de ces nouvelles chaînes, la théorie de l'espace public ne reste pas à l'écart des considérations des spécialistes, quant à son influence sur ces nouveaux médias. En effet, il faut pour comprendre la relation entre France 24 arabophone et l'espace public arabe -et comment les spécificités de ce dernier adhèrent à constituer un amas de représentations médiatiques, se basant sur les données relatives au contexte sociopolitique et culturel de la région- une approche de l'espace public arabe est indispensable pour cet exercice. Nous trouvons cette approche exposée dans le même livre déjà cité de GAAYBESS. Dans cet ouvrage, l'auteure nous parle de l'émergence d'un nouvel espace public arabe, exposant ainsi un point de vue qui se base sur la mutation des supports médiatiques comme générateurs d'un nouvel espace public arabe. C'est une conséquence de la multiplication des sources d'informations et de « la globalisation » des médias, un terme que nous préférons remplacer par internationalisation.

C'est cette représentation de cet espace public dont il est question, un espace public considéré comme un vrai terrain d'activité : « l'espace public n'est pas un simulacre mais bien un domaine d'activité dans lequel de nouveaux acteurs proposent de nouvelles interprétations à travers de nouveaux médias, constituant de ce fait une nouvelle manière de percevoir et de ressentir ce qui est espace public ». (GAAYBESS, 2009, p.25).

Mais dans son analyse consacrée à l'émergence d'un nouvel espace public arabe ou arabophone, nous remarquons que l'auteure s'est focalisée d'avantage sur l'aspect technique et l'évolution des technologies satellitaires, notamment pour expliquer l'avènement de ce nouvel espace public. Nous estimons alors nécessaire d'évoquer l'aspect socio-politique non négligeable qui rentre dans cette dynamique. Si le progrès technique a permis la

multiplication des offres en termes de médias, il a également permis une diversification des usages, une interaction sociale différente et surtout une ouverture politique et une politisation des sociétés arabes, jusqu'à la tributaies d'un champ médiatique verrouillé.

Nous pouvons également ajouter à cela les effets des mouvements de population, de l'immigration interne et externe, de la progression de la population citadine et le contact avec d'autres pays et cultures qui impliqueraient la diaspora arabophone dans le processus de l'avènement d'un nouvel espace public.

Nous pouvons donc conclure sur ce point que le canal arabophone de France 24 émerge dans un contexte géopolitique dominé par l'intérêt porté à la région arabe, dans un paysage médiatique international marqué par la concentration et la spécialisation des médias, mais aussi au moment de l'émergence d'un nouvel espace public arabe plus ouvert, plus politisé. Ces ingrédients réunis font que l'arrivée de ce canal, dans ce contexte donné, est une sorte d'obligation qui s'est imposé à la France pour ne plus rester à la traîne par rapport aux autres pays qui convoitent ce secteur de niche, face à toutes les chaînes internationales et arabophones d'informations.

L'autre point abordé par certains spécialistes est celui de l'effet des médias panarabes sur l'émergence des médias transnationaux arabophones en Occident, ce qui est plus connu sous le nom de « l'effet Al Jazeera » qui nous rappelle inévitablement le « CNN effect » en référence à l'effet CNN sur le développement des chaînes d'informations en continu à travers le monde.

Un effet similaire serait alors exercé par Al Jazeera dans le développement du secteur des chaînes d'informations arabophones. Pour les auteurs pris en référence, le développement des médias panarabes, surtout celui de la chaîne Qatari Al Jazeera, est l'élément déclencheur du phénomène de médias transnationaux arabophones aux Etats-Unis et en Europe.

Ainsi Thourya GAAYBESS et Olfa LAMLOUM, nous exposent cette vision, et plus précisément le rôle joué par les médias panarabes qui constituent une sorte de revanche sur le monopole Occidental de l'information. GAAYBESS, souligne : « Concevoir des chaînes d'information arabes de télévision dans un contexte de globalisation des médias suscite de nombreuses questions qui se rapportent essentiellement à la tension entre ce qui est considéré comme le 'le centre' et la 'périphérie' ». (GAAYBESS, 2009, p.97). Cela engendre un questionnement sur le véritable rôle de ces médias panarabes dans l'avènement d'un nouveau

genre de chaînes d'informations que nous appellerons trans-arabes en opposition à panarabes. À cette question GAAYBESS répond par une série d'interrogations ; « les médias arabes représentent-ils un contre-pouvoir face à la domination des flux médiatiques Occidentaux, longtemps hégémonique ? Ne reflètent-ils pas davantage une reconfiguration de l'hégémonie de façon différente ou peut-être plus complexe ? ».

La question de l'hégémonie est ici mobilisée à juste titre pour éventuellement signifier que ces chaînes arabes imposent désormais leur modèle aux quatre coins du monde, ce qui conviendrait plus d'appeler à notre sens une « contre-hégémonie » au sens de GRAMSCI, et non une hégémonie comme le souligne l'auteur.

Cependant il ne faut pas négliger le fait que ces chaînes destinées, à la base, à l'espace public local, à avoir une influence intra-arabe et non extra-arabe, ont été précipitées sur la scène internationale par un certain nombre d'éléments, de conjonctures que nous avons déjà évoquées, notamment le regain de tension dans la région arabe, le terrorisme international...etc.. C'est notamment le cas de la chaîne Qatari Al Jazeera.

Le rôle hégémonique présupposé de ces dernières serait donc à remettre en cause et à nuancer. En tout cas, ces nouveaux médias ont certes joué un rôle important dans le paysage des médias internationaux, et ont imposé un nouveau point de vue dans le traitement informationnel qui en est fait de cette région, influençant cette dernière et incitant l'Occident à accorder plus de considération à ces régions (parfois) délaissées.

Mais la démarche des pays Occidentaux en créant à leur tour des chaînes d'informations internationales et arabophones, ne peut pas être une simple réaction au succès des chaînes panarabes, car d'autres points sont à prendre en considération, notamment les enjeux géopolitiques et les retombées économiques générées par ce genre de médias à large diffusion. Ceci nous laisse donc affirmer que France 24 arabophone pourrait être considérée en ce sens, plus qu'une réponse, une réaction de l'Audiovisuel Extérieur Français vis-à-vis des changements de la scène médiatique internationale, portant un projet différent de celui de ses concurrents, mais un projet à visée géostratégique.

D'une part, c'est dans ce contexte que, l'état Français s'est rendu à l'évidence que pour ne pas perdre son influence dans cette région du monde, il fallait alors se lancer à sa reconquête par voie médiatique.

D'autre part, en usant de la langue locale, c'est-à-dire de l'arabe pour diffuser sa chaîne, elle pourra exploiter des compétences parmi l'émigration et diaspora arabe qui constituent un autre levier pour le lancement de la chaîne. Nous remarquons à ce titre que certains spécialistes en la matière, considèrent que ces chaînes sont « le produit des migrations de travail ». (GAAYBESS, p.28). C'est alors ce staff qui se compose en majorité d'une certaine élite du monde arabe, qui s'est immigrée ou réfugiée en Occident dont la France pour différentes raisons (politiques, financières ou techniques), qui se trouve au centre des intérêts de ces nouveaux médias.

Ces derniers constituent une bonne compétence, mais ils ne sont pas pour autant souvent mis aux postes clés dans les organigrammes de ces médias. Ils seraient donc de simples exécutants, autrement dit, ils ne sont pas « techniciens de la mondialisation » mais de « simples acteurs participants ».

La complexité de ces dispositifs que sont les chaînes d'informations Occidentales et arabophones réside justement dans leurs ressources humaines. Si dans le cas d'Al Jazeera ou d'autres médias panarabes, ce sont les Arabes qui parlent aux Arabes, dans celui de ces chaînes Occidentales par exemple France 24, ce sont les Français qui parlent aux Arabes par la voix d'autres Arabes. Cette relation complexe de représentation de soi et de représentation de soi tel que perçu par l'autre, constitue un élément intéressant à étudier pour une meilleure compréhension de ce genre de médias.

V.5: Représenter l'autre : le monde arabe de France 24.

Dans le cadre du sujet traité, la « représentation » est un axe important autour duquel s'articule notre analyse du canal arabophone de France 24. En effet, il est question de décrire et d'analyser un type de représentation ; celui du monde arabe par le canal arabophone de France 24, une représentation médiatique d'une région du monde.

La représentation sociale selon Denise JODELET est : « une forme de connaissance socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social ». (JODELET. 1989, p.36). De son côté, Serge MOSCOVICI, dans la théorie qu'il a développée et qui s'appuie sur les pensées de WEBER et DURKHEIM, la qualifie de « cadre de référence et un vecteur de l'action des individus ». (JODELET, p.37). À cela s'ajoute une spécificité caractérisant la relation entre représentation

collective et individuelle, celle de la double séparation comme dans le concept des perceptions ou des images, concernant leur variabilité de réception et d'interprétation d'un individu à l'autre.

L'importance des représentations d'une manière générale, est le fait « qu'elles nous guident dans la façon de nommer et définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de l'interpréter, statuer sur eux, et le cas échéant, prendre une position à leur égard et la défendre ». (JODELET, p.31). Il s'agit donc, d'une nomination, d'une définition et d'une réalité commune. Ce sont justement ces nominations et définitions des réalités qui constituent les éléments clés d'une représentation, notamment médiatique. Tout ceci est engendré par la manière dont sont traités les événements, l'angle journalistique choisi et la matière médiatique produite. La réalité quant à elle, est l'information, autrement dit l'actualité dans toutes ses dimensions. De même, l'interprétation et la prise de position que constitue la représentation médiatique sont propres à chacun et se déterminent en fonction de la sensibilité des uns et des autres. Une même et seule information peut être perçue et vécue par le public en mille et une façons.

Nous avons évoqué la complexité des dispositifs des chaînes d'informations internationales arabophones, notamment celles qui émanent des pays non Arabes. Ce genre de médias nous pousse à nous poser des questions par rapport à l'interaction entre la représentation faite du monde arabe et les personnes par lesquelles cette représentation s'effectue.

Autrement dit, le cas des chaînes d'informations du genre de France 24 arabophone serait inédit, car c'est une chaîne destinée à un espace public bien défini sur le plan linguistique, bien que les créateurs de ces chaînes n'appartiennent pas forcément à cet espace médiatico-linguistique. Ces derniers se retrouvent ainsi dans l'obligation d'avoir recours à des compétences appartenant à cet espace parmi sa diaspora.

Malgré la prééminence des programmes d'informations dans ce genre de chaînes, il est aussi question de traiter en profondeur des sujets relatifs à cette région du monde, impliquant la représentation des sociétés et des cultures de cette dernière.

Afin d'éviter de se retrouver dans un modèle de média communautaire ou dans une sorte de journalisme missionnaire, ces chaînes notamment France 24 se sont engagées dans une politique de recrutement et une organisation hiérarchique leur permettant de définir une ligne

éditoriale de synthèse entre la vision française et celle des journalistes ressortissants de la région arabe.

Cette équation a donné par la suite une représentation du monde arabe hétérogène, répondant à peu près aux sensibilités dominantes au sein de la rédaction de la chaîne. Mais cette question de recrutement et de politique de ressources humaines, comme nous l'avons souligné précédemment, n'a pas manqué de susciter un vif débat, voire même une polémique au sein de la chaîne. Les responsables de la chaîne ont privilégié au départ des journalistes arabes issus de la diaspora libanaise, des laïcs, chrétiens et francophiles, convaincus que c'était la meilleure façon de constituer une rédaction compatible avec les orientations de l'état français en matière de diplomatie médiatique.

Mais cette stratégie en termes de recrutement a connu une crise importante en mars 2011 avec l'amorçage d'un mouvement de grève décidé par plus de 75% des journalistes du desk arabe, une grève qui dénonce un fossé entre l'administration du canal et les journalistes en matière de recrutement. Dans un article paru le 30 mars 2011, l'Expression titre : « Les Maghrébins se rebellent à France 24 ». Le journal souligne qu'un conflit compliqué oppose les responsables libanais du canal aux journalistes maghrébins. Ces derniers contestent la responsable du service arabophone de l'époque, l'ancienne journaliste de TF1, la Franco-Libanaise Nahida NAKAD qui aurait pratiqué, selon eux, une sorte de clientélisme et de communautarisme envers ses compatriotes libanais.

Selon les journalistes du canal « sur les onze rédacteurs en chef (ayant le titre ou intérimaires), sept sont d'origine libanaise. Quant aux grands reporters et présentateurs, ils sont 50% à appartenir au pays des cèdres alors que les autres nationalités du monde arabe sont reléguées aux tâches ingrates. « Scandaleuse, insoutenable et même discriminatoire cette forte présence libanaise au sein d'une chaîne arabophone s'adressant à 300 millions d'arabes dont seulement 4 millions de Libanais ! », s'exclamaient les journalistes. (MIDAOUI Ahmed, 2011, en ligne).

Du fait de cette configuration en termes de ressources humaines et de la politique de recrutement, émane une représentation du monde arabe particulièrement hétérogène et très clivante, reprenant ainsi les conflits de base entre les différentes composantes des sociétés arabes. Je pourrais dire à ce titre qu'une importation des conflits idéologiques arabes au sein même de la rédaction du canal, a une influence sur la représentation faite par ce dernier du monde arabe.

V.5.1 : Sujets et objets au sein d'une représentation.

Dans son ouvrage déjà cité, Denise JODELET relate l'omniprésence du processus de représentations dans différents domaines de la vie, en insistant sur le caractère communicationnel et médiatique de ces dernières. « Elles circulent dans les discours, sont portées par les mots, véhiculées dans les messages et image médiatique, cristallisées dans les conduites et les agencements matériels ou spatiaux ». (JODELET, 1989, p.32).

Cette conception médiatique de la représentation s'inscrit parfaitement dans ma perspective, et dans l'objectif de mon sujet, qui s'interroge également sur l'image véhiculée par le canal arabophone de France 24 concernant le Monde Arabe. Néanmoins, l'auteur nous laisse devant une toute autre réalité, celle de la transversalité de la notion de représentation. Selon elle, chaque sujet a une approche spécifique, et l'élocution des conceptions qui donnent sens à la représentation, sont variables, et changent, selon le sujet et l'objet de représentation.

De même, d'autres éléments relatifs à ce domaine jouent un rôle déterminant dans l'orientation et le sens qu'elle dégage. C'est cet aspect transversal qui donne de l'importance aux champs d'études des représentations et « cette multiplicité des relations confère à la représentation un statut transversal qui interpelle et articule divers champs de recherche...dans cette transversalité réside sans doute l'un des apports les plus prometteurs de ce domaine d'étude ». (JODELET, 1989, p.41).

Dans le cas de la représentation du monde arabe qui transite par les écrans du canal arabophone de France 24, le processus est doublé d'une complexité, celle de l'implication des auteurs de la représentation dans le groupe social représenté.

En effet dans ce cas, on est face à une représentation d'un groupe social par des personnes appartenant elle aussi à ce groupe, tout en donnant l'impression de constituer un regard extérieur sur ce groupe social. Il est également à noter que le cadre de référence de ces personnes n'est pas du tout le même avec celui des décideurs et responsables de cette chaîne.

Notre recours à cette notion pour étudier un sujet à proportion médiatique, peut être justifié par son apport considérable, ainsi que par son importance dans différentes études dont les sciences humaines et sociales, mais aussi afin de dénouer la complexité du processus de représentation auquel nous nous sommes confronté dans le cas du canal arabophone de France 24.

Le processus des représentations est caractérisé par un aspect contextuel déjà défini, « background » ou éléments de référence, reposant sur un élément déclencheur, propre à chaque type de représentation qui « s'étayent sur des valeurs variables selon les groupes sociaux dont elles tirent leurs significations comme sur des savoirs antérieurs réactivés par une situation sociale particulière ». (JODELET, 1989, p.35)

Les représentations sont donc imprégnées par une accumulation de savoirs antérieurs, et sont subordonnées aux groupes sociaux, qui sont à l'origine de leur formulation et élaboration. JODELET estime qu'« elles sont reliées à des systèmes de pensée plus larges, idéologiques ou culturels, à un état des connaissances scientifiques, comme à la condition sociale.». (JODELET, 1989, p.37). Ce sont donc des systèmes de pensées reposant sur des données idéologiques, culturelles et vérités scientifiques, qui sont le savoir qui nourrit les représentations. Alors les représentations surgissent d'une opération mentale, ou d'une sorte de raisonnement, qui met en interaction les éléments ci-dessus cités et leur expression, à travers la communication sociale. Les représentations sont présentées comme des opérations cognitives, c'est-à-dire comme un acte de pensée par lequel un sujet se rapporte à un objet. Cet objet est aussi considéré comme l'élément le plus important dans toute représentation car « il n'y a pas de représentation sans objet ». (JODELET, 1989, p.37). C'est ce rapport entre sujet et objet, qui donne naissance à une représentation. Cet objet peut être une chose, une personne, un événement, une idée, et dans le cas de notre sujet de recherche, il est question de représentation d'un groupe social ou d'une représentation dans un contexte médiatique, et qui dit médias, dit événements, informations ...etc.

L'objet de représentation dans notre sujet de recherche est défini comme groupe social d'importance géopolitique (le monde arabe).

L'acte de penser qui donne forme à la représentation, qui la traduit en faisant le lien entre sujet et objet, possède « des caractéristiques spécifiques par rapport à d'autres activités mentales ». Autrement dit, il se différencie des autres opérations mentales. Le mécanisme dans lequel ce processus s'enchaîne est bien décortiqué par JODELET. C'est un rapport de symbolisation, puis d'interprétation entre sujet et objet qui entraîne cette opération : « la représentation est avec son objet dans un rapport de symbolisation, elle en tient lieu, et d'interprétation, elle lui confère des significations ». (JODELET, 1989, p.43). Ceci montre que la représentation tient compte de son sujet par un ensemble de symboles, le présente dans un premier temps de façon symbolique, puis dans un deuxième temps, elle l'explique,

l'analyse, le décode en lui donnant un sens. Ce processus fait de la représentation une « construction », et une « expression » du sujet objet de représentation.

Considérée comme « forme de savoir », la représentation se présente comme « une modélisation de l'objet directement lisible dans, ou inférée de, divers supports linguistiques, comportementaux ou matériels. ». (JODELET, 1989, p.47).

Cet aspect de représentation comme forme de savoir, est ici mis en valeur, un savoir modélisateur de vérités, de réalités, qui nous permettent de modeler l'objet de notre représentation. À l'ombre de ce qui a été dit, nous pouvons constater la compatibilité des données relatives à la représentation, telle qu'elle est élaborée et analysée par JODELET avec notre conception de la représentation dans notre sujet. Pour les besoins de notre travail, l'analyse méthodologique spécifique nous conduit à enquêter sur la fiabilité et la pertinence hypothétique du mode de représentation que nous allons suggérer concernant le cas du canal arabophone de France 24 et le monde arabe.

V.5.2 : La représentation et sa pertinence communicationnelle.

Nous trouvons la pertinence et la force de la perspective communicationnelle de la notion de représentation, dans l'analyse schématisée élaborée par MOSCOVICI, qui donne une très grande importance à la communication, vu le rôle joué par cette dernière. Elle est ainsi définie comme « les échanges et interactions qui concourent à l'institution d'un univers consensuel. ». MOSCOVICI a analysé cette incidence de la communication à trois niveaux. Premièrement, il l'analyse « au niveau de l'émergence des représentations dont les conditions affectent les aspects cognitifs ». Au nombre de ces conditions se rangent la dispersion et le décalage des informations concernant l'objet représenté, et qui sont intégralement accessibles selon les groupes, il analyse ensuite « la focalisation sur certains aspects de l'objet en fonction des intérêts et de l'implication des sujets ; la pression à l'inférence due à la nécessité d'agir, prendre position ou obtenir la reconnaissance et l'adhésion des autres ». À ce niveau, MOSCOVICI analyse le début de la mutation cognitive, concernant l'objet représenté. Selon lui, le point le plus important dans cette mutation est probablement la focalisation sur quelques côtés de l'objet en fonction de l'intérêt porté par le sujet. Souvent, cet intérêt est orienté dans une direction précise : celui de marquer un point de vue, influencer, minimiser, exagérer...etc.

Deuxièmement, il élabore une analyse « au niveau des processus de formation des représentations, l'objectivation et l'ancrage qui rendent compte de l'interdépendance entre l'activité cognitive et ses conditions sociales d'exercice, aux plans de l'agencement des contenus, des significations et de l'utilité qui leur sont conférés ». Dans cette étape, il est question de la mise en marche de la représentation, de sa conception et de sa mise en œuvre, mais aussi de la définition de l'agencement des contenus par rapport au sens qui leur a été réservé, ou prévu.

Le dernier niveau que Moscovici a analysé, est l'élément qui se réfère au but, et à la finalité de la représentation, « au niveau des dimensions des représentations ayant trait à l'édification de la conduite : opinion, attitude, stéréotype sur lesquels interviennent les systèmes de communication médiatique. Ceux-ci, selon les effets recherchés sur leur audience, présentent des propriétés structurales différentes correspondant à la diffusion, la propagation et la propagande. ». Ainsi l'objectif de la représentation par rapport au public ciblé et aux audiences visées définit son orientation par la « diffusion, propagation, propagande ».

Ces trois modes ici exposés sont bien définis et leur cadre d'usage est relié à une opération cognitive. En effet « la diffusion est mise en rapport avec la formation des opinions ».

Le mode de diffusion est donc celui qui se relie à la cristallisation et à l'expression des opinions. Quant à la propagation, elle est assimilée aux attitudes et aux comportements, plutôt à une expression d'une façon de réagir, de se situer par rapport à un objet, idée personne...etc. Enfin le mode propagande, est mis en rapport avec la logique des stéréotypes, celle de la reproduction des idées reçues, de clichés préexistants par rapport à l'objet de la représentation.

À travers cette analyse à trois niveaux de MOSCOVICI, on se rend compte que la situation de la communication médiatique dont il est question, s'adapte parfaitement aux objectifs escomptés par notre analyse, la représentation du monde arabe. Pour cela, il suffit d'appliquer les éléments en notre possession à notre objet d'étude. Le processus de représentation se configure sur les trois étapes exposées par MOSCOVICI.

Nous avons dans un premier temps l'émergence de la représentation du monde arabe dans la chaîne, qui par son existence même et le choix de son public implique un début de représentation. Quant au traitement d'informations, les différents genres journalistiques et la programmation de façon générale, ils constituent la ligne éditoriale de la chaîne, ainsi que son

identité et cela constitue un cadre de référence à partir duquel la représentation prend forme. Ensuite, l'analyse de cette représentation donnera lieu à un schéma représentatif, une image ou des images de l'objet représenté, en l'occurrence le monde arabe. Mais avant d'aborder cette dernière étape, nous allons d'abord nous intéresser à d'autres éléments de la littérature scientifique, d'autres concepts qui rentrent dans le processus de la représentation.

V.5.3 : Le stéréotype une notion et plusieurs conceptions.

La notion de stéréotype a fait l'objet de plusieurs études, et recherches dans le domaine des sciences humaines et sociales. Ruth AMOSSY a accordé une importance particulière à cette notion à travers un ouvrage consacré à cette dernière, intitulé « stéréotypes et clichés » (1997), en essayant de la distinguer des autres notions avoisinantes, avec lesquelles on la confond souvent. AMOSSY nous rappelle qu'historiquement le stéréotype comme « formule figée », est développée pour la première fois par le journaliste publiciste Américain Walter LIPPMANN dans son ouvrage « opinion publique » (1922), où il l'a définie comme « les images dans notre tête qui médiatisent notre rapport au réel ». (AMOSSY, 1997, p.26).

Sur un autre point, il évoque implicitement la relation du stéréotype avec la représentation qu'il considère comme support de stéréotype. « Il s'agit des représentations toutes faites, des schémas culturels préexistants, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante ».

Le stéréotype est donc, pour LIPPMANN, personnalisé et instrumentalisé par les représentations, qui elles-mêmes adhèrent à la filtration des réalités.

Mais ce qui est plus important dans la réflexion de LIPPMANN, est la nouvelle conception du stéréotype, contrairement à de nombreux chercheurs, qui ont longtemps fait usage de cette notion que dans l'optique de son « caractère réducteur et nocif ». Ces derniers estiment que la focalisation sur cet aspect de stéréotype comme préjugé, est due à la définition commune de cette notion, qui « relève d'un processus de catégorisation et de généralisation ». (AMOSSY, 1997, p.27), favorisant ainsi la vision schématique déformant l'image de l'autre.

À la différence de cette vision, il a essayé de donner un autre sens au stéréotype, comme élément indispensable à la vie en société, car « sans elles, l'individu serait incapable de comprendre le réel, de le catégoriser ou d'agir sur lui ». C'est cette utilité de médium que possède le stéréotype qui lui laisse suggérer un côté positif.

La confusion qu'il y a entre stéréotype et cliché est relevée par AMOSSY, à travers d'autres définitions de la notion de stéréotype, élaborées auparavant comme « clichés, images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social. ». C'est ainsi qu'elle est définie par MORFAUX cité par AMOSSY. FISCHER, quant à lui, parle de « manière de penser par clichés, qui désigne les catégories descriptives simplifiées basées sur des croyances et des images réductrices par lesquelles nous qualifions d'autres personnes ou d'autres groupes sociaux, objet de préjugés ».

Ces définitions, bien qu'elles décrivent des caractéristiques du stéréotype, font état de confusion entre cliché et stéréotype apparaissant là comme synonymes. Cette confusion est née de l'idée archaïque qu'on avait du stéréotype, comme si cette notion du stéréotype est en elle-même objet de stéréotypie. Une réévaluation de la notion s'impose donc pour rejoindre l'idée de LIPPMANN, celle de l'aspect positif du stéréotype, du moins en ce qui concerne son importance dans la connaissance, et la relativisation des reproches faits au stéréotype.

En ce sens, John HARDING dans l'encyclopédie internationale des sciences sociales définit le stéréotype comme « simple plutôt que complexe et différencié ; erroné plutôt que correct ; acquis de seconde main plutôt que par expérience directe avec la réalité qu'il est censé représenter ; enfin il résiste au changement ». (AMOSSY, 1997, p.02). Cette définition relativise donc les reproches traditionnellement faits au stéréotype.

Cependant malgré cette réévaluation de la notion, surtout par les chercheurs américains (Lippmann, Harding), AMOSSY relève que la nouvelle définition n'est jamais parvenue à se substituer à l'ancienne définition, mais elle coexiste avec elle. Cette coexistence, est interprétée comme une « bivalence constitutive de la notion de stéréotype dans la pensée contemporaine ». (AMOSSY, p, 28). Mais c'est ce double usage de la notion du stéréotype qui permet aux sciences sociales « d'analyser le rapport de l'individu à l'autre et à soi, ou les relations entre les groupes et leurs membres individuels. ». Cette analyse peut ainsi prendre en compte les deux façons de voir le stéréotype. Néanmoins, nous privilégierons le modèle de LIPPMANN qui évoque « l'emploi vulgaire et savant » à la fois relatif à l'utilisation de la notion de représentation.

Notre objectif ici est d'évoquer le stéréotype comme élément constituant d'une représentation, tout en restant éloigné du sens péjoratif que peut revêtir ce concept.

Cet usage est surtout justifié par l'omniprésence des stéréotypes dans les médias. Il n'y a pas de médias sans stéréotypes. L'emploi vulgaire, désigne l'usage traditionnel de la notion de stéréotype, quant à l'emploi savant, c'est l'usage développé par LIPPMANN.

L'usage relatif aux médias et à la communication figure ainsi parmi les domaines de recherche qui privilégient l'usage relativement positif ou du moins neutre de la notion de stéréotype, en tous cas comme notion élémentaire dans l'analyse d'une représentation.

A : L'archétype.

L'archétype est un autre élément très important qui rentre dans l'analyse des représentations. Sachant que chaque représentation se repose sur des stéréotypes, qu'en est-il alors des archétypes ?

L'archétype est un concept appartenant à la psychologie analytique élaborée par le psychiatre suisse Carl Gustav JUNG (1907), qui le définit comme une forme de représentation donnée a priori, ou encore comme une « image primordiale renfermant un thème universel, commun à toutes les cultures humaines mais figuré sous des formes symboliques diverses, et structurant la psyché inconsciente ». (JUNG Carl Gustave, Glossaire, p.453, en ligne). Cependant, un stéréotype peut aussi parfois être considéré comme thème universel d'un sujet de représentation, alors la nuance avec l'archétype du même sujet sera difficile à cerner. AMOSSY revient à ce titre sur ce qui pourrait faire la différence entre les deux concepts. Il souligne : « En fait, l'archétype est indépendant de tous les aprioris et ne tient compte d'aucune convention, il s'agit de la représentation la plus fidèlement représentative de ce qu'est le sujet général et ce le plus objectivement qu'il soit possible ». (AMOSSY, 1997, p. 40). Mais avant d'éclaircir la différence entre stéréotype et archétype, nous devons nous intéresser à la différence de ce concept entre son sens philosophique et son sens psychologique.

Dans le sens philosophique, l'archétype est un modèle général représentatif d'un sujet, alors que dans son sens psychologique ce dernier, tel que défini par JUNG est une structure psychique, un apriori impliquant un symbole universel concernant une personne ou un groupe social. Cet apriori serait une sorte d'idéal, d'images idéales impliquées dans la représentation d'un individu, d'une région ou d'un groupe social. Ce concept serait même une sorte de structure de représentation.

Contrairement au stéréotype, qui lui est une image médiatrice au sens de LIPPMANN, et serait à ce titre une composante parmi d'autres qui rentre dans le processus de représentation, qui d'une manière autonome ne peut pas être considéré comme une représentation, l'archétype est une matrice, qui à elle seule constitue une représentation. S'ajoute à cela la spécificité de l'archétype qui peut être considéré comme une sorte d'image flatteuse à l'encontre de la personne ou du groupe social représenté, car elle revêt un caractère idéaliste, une image idéale.

Nous avons jugé important d'aborder les différents concepts qui rentrent dans le processus de représentation, ainsi que les différences entre ces derniers. En effet ces différents concepts vont me permettre, dans le cadre de l'analyse de la représentation du monde arabe par le canal arabophone de France 24, de pouvoir éclairer quels concepts rentrent dans cette dernière. Concrètement parlant, nous comptons mobiliser ces différentes notions dans notre analyse afin de savoir lesquelles rentrent dans une représentation de type médiatique et dans quelle mesure elles sont opérantes.

B : Mise au point sur les différentes notions qui relèvent du domaine de la représentation :

À ce stade du travail, une mise au point s'impose pour que nous puissions intégrer dans notre analyse les différentes définitions de notion de représentation, et de stéréotypes, et autres notions proches d'elles. Dans notre analyse nous tâchons d'éviter la confusion entre la notion de stéréotype et celle de la représentation sociale, dont nous avons déjà parlée. En effet, une distinction entre les deux notions est abordée par AMOSSY, qui évoque l'usage confus de stéréotype et de représentation par l'école Française, notamment par MOSCOVICI.

Il nous expose alors cette distinction du point de vue de Jean MAISONNEUVE, pour qui la représentation désigne : « un univers d'opinion ». Quant au stéréotype il n'est, selon lui, que « la cristallisation d'un élément ; il sert seulement d'indicateur ». (AMOSSY, 1997, p. 51).

Le stéréotype n'est donc qu'un indice, une articulation liée à la représentation ; « une marque ponctuelle » subordonnée à la représentation. À travers cette différenciation, la notion de représentation a l'avantage sur la notion de stéréotype, de ne pas porter une connotation négative, celle qui est souvent assimilée au stéréotype.

Cette mise au point vient consolider notre perspective quant au double usage de la notion de stéréotype. Cette bivalence et même parfois polyvalence, dans les usages de la notion de

stéréotype, fait de la notion en question un concept important, et vaste qui peut être intégré dans différents domaines de recherche en sciences humaines et sociales.

Selon MAISONNEUVE « les investigations des sciences sociales situent le stéréotype à la croisée de plusieurs interrogations. Dans son versant négatif, elles le relient à la question du préjugé et des tensions entre groupes sociaux. Dans son versant positif, elles le mettent au centre d'une réflexion sur l'identité sociale. Pris dans le dynamisme du stéréotype, il permet d'explorer la cognition sociale ». (Maisonneuve Jean, cité par AMOSSY, 1997, p.52). Ainsi dans le cas de notre sujet, nous nous sommes aussi confrontés à la notion de stéréotype assimilée à celle de la représentation, mais nous choisissons plutôt de privilégier le côté relativement positif du point de vue de « LIPPMANN » de la notion du stéréotype, à savoir celle relative à tout discours médiatique.

Le contexte dans lequel se situe notre analyse, fait en sorte que ce soit ce côté à connotation plutôt neutre du stéréotype que nous préférons mobiliser dans cet exercice d'analyse de représentation, ainsi que dans l'identification de la nature des stéréotypes et d'images, qui en ressortent à travers la représentation du monde arabe par le canal arabophone de France 24.

Après avoir exposé les différentes définitions des concepts connexes à la représentation et les différentes nuances portées par leur usage, nous intégrerons la notion de stéréotypes, dans notre travail, de façon à ne pas se focaliser sur l'une ou l'autre des définitions déjà citées. Ainsi, nous parviendrons à dégager différentes formes de stéréotypes existantes ou co-existantes, à travers la représentation, notre intérêt rappelons le, consistant à analyser la représentation du monde arabe par le canal arabophone de la chaîne France 24.

Dans un premier temps, nous déterminerons le type de représentation et l'inclusion de la stéréotypie dans cette dernière, puis dans un second temps la classification ou la dénomination des types de stéréotypes relevés.

Un dérivé du stéréotype surgit des divers travaux de recherches consultés. Il s'agit des « stéréotypes ethniques et raciaux », thème qui pourrait nous être utile dans le cadre de notre travail. Cette notion est apparue dans les études ayant « le souci de détecter les images et les croyances qui stigmatisent un groupe et ses membres ». (AMOSSY, 1997, p. 32).

Ce genre d'aspect serait intéressant à relever dans la représentation que nous analysons. L'existence de différents stéréotypes serait alors inévitable dans la représentation du monde arabe par France 24 arabophone.

Notre démarche consiste grâce au choix du corpus de savoir, si oui ou non, les représentations et les stéréotypes évoqués, reflètent réellement cette région du monde, si elles lui sont fidèles, ou s'il s'agit seulement de données portées sur des clichés ethnico raciaux. Nous arriverons à conclure comment se construit la représentation du monde arabe par ce canal, et quel genre de stéréotypes et d'archétypes sont mobilisés dans ce processus.

V.5.4 : France 24 : Plusieurs mondes arabes ?

Les résultats de l'analyse des représentations du monde arabe par le canal arabophone de France 24, que nous allons aborder, proviennent d'un travail de recherche que nous avons précédemment réalisé et qui s'intitule « le monde arabe vu par France 24 arabophone, représentation médiatique ou regard diplomatique ? ». (OUCHIHA, 2010). Nous avons pu conclure d'une façon générale à une représentation hétérogène de cet objet, mais sur certains sujets spécifiques cette règle n'est pas toujours valable.

À travers l'analyse sémio-discursive et socio-discursive des contenus de la chaîne et de ses représentations à travers l'analyse d'une série de programmes de la chaîne, constituée de magazines, reportages diffusés entre 2010 et 2011, ces derniers constituaient notre corpus d'analyse nous avons pu dégager les résultats suivants :

La représentation du monde arabe par le canal arabophone de France 24 est généralement hétérogène, elle est influencée par plusieurs facteurs, d'ordre géopolitique et diplomatique et d'autres relatifs aux orientations de l'équipe de rédaction de la chaîne.

La reprise des points de vue de la diplomatie française officielle est avérée, notamment lors d'évènements ou de crises impliquant de près l'Etat français, à l'exemple de la révolution Libyenne.

Il en ressort une représentation postcoloniale impliquant des stéréotypes ethniques, basée sur la subordination de certains pays de la région où l'influence française reste importante, à l'exemple des pays du Maghreb. La chaîne propose parfois des sujets et reportages dressant un comparatif entre l'époque coloniale et l'époque actuelle, notamment sur le plan socio-économique, en gloire de la période coloniale.

Un certain nombre de stéréotypes interviennent dans la représentation du monde arabe par ce canal, notamment d'ordre culturel, religieux : manque de parité hommes-femmes dans les

sociétés arabes, violation des droits de l'Homme. Le canal a tendance à mettre les pays de la région dans le même panier sans distinction et parfois montrer une image exagérément à charge vis-à-vis de ces pays concernant les sujets évoqués.

Dans le cas de la représentation du Liban, nous avons pu remarquer un stéréotype récurrent celui du pays qui fait figure d'exception dans la région, un certain complexe de supériorité pouvant être relevé dans la représentation de ce pays. Pays plus ouvert et plus européenisé que les autres, le cliché de « la suisse du Moyen Orient » prend alors tout son sens.

Nous avons relevé une surmédiatisation et une focalisation sur les minorités religieuses comme étant persécutées, avec une exagération de l'implication du fait religieux dans certaines crises, notamment dans le cas de la crise Soudanaise au Darfour, où le canal a présenté la différence religieuse comme un fait majeur à l'origine de cette crise.

Nous avons constaté aussi une ambiguïté dans la relation du canal avec certains pays de la région, notamment les pétromonarchies, critiquées certes mais avec une grande modération de façon à ne pas froisser la diplomatie officielle et préserver ainsi les bonnes relations économiques de la France avec ces pays, notamment le Qatar et l'Arabie Saoudite.

Nous avons constaté une situation de sous-représentation de l'Egypte en dehors des sujets d'aspect historico-touristique, pourtant le pays est le plus peuplé du monde arabe.

Nous pouvons ainsi conclure que le monde arabe vu par France 24 est un monde arabe ambivalent, perçu tantôt comme une seule entité, tantôt comme un ensemble de pays aux différences évidentes. C'est une représentation qui change au gré des contextes, des pays et d'éléments qui pèsent le plus d'un point de vue géopolitique.

Par l'écran de France 24, nous pouvons percevoir un monde arabe à la fois moderne, riche, mais aussi sous-développé, arriéré, archaïque et des régimes népotiques.

La représentation du monde arabe est également impactée par une certaine méconnaissance de la région, doublée d'un certain regard mystificateur et fascinant, donnant lieu parfois à une représentation archétypique d'un Orient lointain surgissant des contes des mille et une nuit.

Dans cette partie nous avons essayé de mettre en évidence un élément important dans l'analyse de l'orientation médiatique de France 24, depuis sa création et ces différentes mutations jusqu'à la maturation du projet du canal arabophone. Cet élément vient compléter notre prochaine démarche d'analyse comparative. En nous basant sur une précédente

recherche consacrée à l'analyse de la représentation du monde arabe par le canal arabophone de France 24, nous avons pu mettre en exergue des éléments importants relatifs à cet aspect de représentation et d'image véhiculée par ce canal. Cela nous permettra de nous ouvrir dans la prochaine partie sur d'autres perspectives d'analyse de contenus et d'identité de ce canal en le comparant avec la chaîne Al Jazeera. C'est l'analyse comparative concrètement construite à partir de nos typologies comparatives qui sera l'objet de la partie de ce travail qui va suivre.

VI : L'analyse comparative

VI.1. : Présentation des typologies de comparaison.

Le choix des unités de comparaison répond à une logique d'ordre épistémologique et méthodologique, à savoir le dénominateur commun entre les cas comparés. Cette condition sine qua none est requise pour toute comparaison se basant sur deux cas de comparaison.

À partir du moment où nous avons clairement identifié le dénominateur commun entre les deux cas de comparaison, nous pouvons étayer notre analyse en nous servant des typologies de comparaison que nous avons dégagées. Plus concrètement, les typologies de comparaison sont les unités sur lesquelles se formule notre comparaison, elles répondent à la question de savoir ce que l'on compare entre deux cas comparatifs.

Notre démarche repose sur une comparaison de deux cas. Cela nous permet d'emblée d'émettre une ou des hypothèses, que nous pouvons tester sur chacun des deux cas d'une manière approfondie à l'aide d'outils d'analyse qualitatifs et quantitatifs. Selon DOGAN et PELASSY, cités par VIGOUR, « l'analyse binaire permet, premièrement, une confrontation détaillée et en conséquence de trouver un bon équilibre entre le général et le particulier, deuxièmement d'affiner la connaissance de certains processus et troisièmement de mettre en évidence des spécificités et des originalités ». (VIGOUR, 2005, p. 182). Concrètement, notre étude s'intéresse à deux cas, celui d'Al Jazeera et du canal arabophone de France 24. Notre objectif, quant à lui, serait de savoir si, oui ou non, le poids géopolitique et diplomatique est important dans ces deux chaînes et dans quelle mesure.

Pour cela, nous avons fait le choix de confronter trois typologies de comparaison pour tester la véracité de nos hypothèses, il s'agit de l'analyse binaire des trois typologies comparatives déjà exposées.

Le choix des typologies de comparaison répond aussi à un autre impératif, celui du mode de comparaison, car ce dernier est impliqué dans le choix de l'analyse des typologies, selon un mode ou un autre. On privilégie alors plutôt une analyse quantitative ou qualitative.

Le mode de comparaison dit « approche par les cas », répond à une logique d'analyse qualitative. Ce mode est exposé par Charles RAGIN (1989), qui souligne que : « l'approche par les cas repose sur l'examen minutieux et la confrontation de plusieurs cas, incluant une dimension historique, politique, économique, sociale...etc. ». Ce genre d'approche favoriserait

une analyse qualitative. Ceci s'explique par une analyse qui veille sur l'intégrité des cas étudiés. Dans cette approche, les typologies de comparaison qui se dégagent des cas comparés découlent de ces mêmes cas. Ainsi les cas étudiés restent liés aux typologies analysées et ne constituent qu'une partie des cas jugés importants par le chercheur. Cela implique une approche de contextualisation de chaque typologie analysée.

Cette approche a aussi la spécificité d'analyser les mêmes typologies pour l'ensemble des cas étudiés. C'est l'analyse qualitative qui s'intéresse aux typologies de comparaison qui nous livre une vue d'ensemble sur les cas étudiés.

En revanche, l'approche par les variables ne s'attache pas à l'intégrité des cas, mais expose ces derniers en différentes variables jugées pertinentes par le chercheur. Ces variables se substituent entièrement aux cas étudiés. Cette approche s'attache davantage à l'analyse quantitative, car c'est la présence de certains facteurs et leur représentativité au sein d'un phénomène et dans ces variables, qui guident les résultats de la recherche. La comparaison entre les variables et leur analyse quantitative constitue donc la matrice principale de cette approche.

D'autres chercheurs, à l'exemple de Theda SKOCPOL ou Margerie SOMERS (cités par VIGOUR), ont élaboré des modèles de synthèse entre les deux démarches, qui combinent entre l'analyse quantitative et qualitative. Mais ce modèle hybride n'est pas compatible avec toutes les recherches, et présente deux contraintes importantes, celle du temps nécessaire pour la réalisation de la recherche, ainsi que celle d'un risque de dilution de l'analyse et des résultats de cette dernière.

Nous avons donc jugé qu'une approche par les cas est celle qui est la plus pertinente pour notre recherche. En effet l'intégrité des deux cas étudiés est très importante pour nous et les unités de comparaison ne sont que des marqueurs sur lesquels notre comparaison se base. Mais le plus important reste les deux cas étudiés, car ils représentent deux institutions de médias producteurs de contenus et d'informations. Une approche qualitative serait donc plus intéressante à explorer. De plus la comparaison par les cas nous permet une analyse binaire basée sur les mêmes typologies et unités d'analyse pour les deux cas étudiés, nous évitant ainsi une dispersion entre plusieurs variables enchevêtrées.

VI.2: L'analyse de contenu, un outil incontournable.

Dans notre réflexion méthodologique et dans le souci de renforcer notre démarche comparative, nous allons faire appel à une autre démarche qui se situe au cœur des outils qualitatifs de l'analyse. Il s'agit de l'analyse de contenu.

Cette démarche a été définie par BERELSON comme « une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste et latent, des communications, ayant pour but de les interpréter ». (BERELSON, 1952, p 189). De son côté Laurence BARDIN (1997), définit cette démarche : « l'analyse de contenu est un ensemble de techniques d'analyse des communications ».

À travers ces définitions, nous pouvons dire que l'analyse de contenu peut s'appliquer à différentes formes de communication : langagières, comme les articles, déclarations, textes de lois...etc. Elle est également applicable pour réaliser une analyse sur des supports visuels, films et contenus audiovisuels. C'est notamment ce cas de figure qui nous intéresse dans notre recherche.

Contrairement à l'analyse de contenu en linguistique, dans les sciences sociales et les sciences de l'information et de la communication, l'objectif n'est pas de comprendre le fonctionnement du langage en tant que tel, mais de chercher à comprendre les activités cognitives du locuteur (son idéologie, ses attitudes et opinions). Dans notre cas, c'est l'analyse des contenus des deux chaînes d'information qui sera appliquée. L'analyse des différents contenus des deux médias nous permettra de connaître le positionnement de chacun d'eux dans le paysage régional et international, l'intégration de ce processus à travers leurs lignes éditoriales et ainsi dans leur traitement de l'actualité. Cette démarche inclura l'analyse qualitative de contenus (grille des programmes, émissions, contenus visuels, logos, slogans, chartes graphiques).

Nous commencerons d'abord par répondre aux fameuses questions d'Harold LASSWELL (1948), dont chaque question se réfère à un acteur ou à un élément qui compose ces médias : Qui parle ? (analyser l'émetteur), pour dire quoi ? (contenu manifeste), comment ? (les moyens ou véhicules des messages, rhétorique), à qui ? (analyse du récepteur, l'espace public arabophone dans notre cas), dans quel but ? (l'objectif des deux chaînes, ce à quoi elles tendent), avec quel résultats ? (les effets des deux chaînes sur le public, et leur influence), dans quel contexte ? (dans notre cas, il s'agit du paysage international d'informations).

Ce sont nos réponses à ces questions qui vont constituer le pivot de notre analyse de contenu.

Comme évoqué ci-avant, le choix de l'analyse de contenu est motivé par le fait que cette démarche peut nous fournir un outil d'analyse qualitative incontournable dans le cadre de l'analyse de nos typologies comparatives.

Cette démarche binaire se concrétise par les éléments de discours pris en compte, par le contenu manifeste (opinions, idées, croyances, idéologie), ou par le contenu latent (tensions émotionnelles, expression de l'inconscient, ce qui est dit entre les lignes).

Nous appliquerons cette analyse, notamment et d'une manière particulière à la typologie qui s'intéresse à définir et à analyser la ligne éditoriale des deux chaînes. Cette démarche va donc s'intéresser à cette typologie en la décomposant en sous-catégories, qui seront chacune analysée dans une perspective d'avoir une idée générale sur cette typologie.

L'importance d'intégrer cet outil d'analyse qualitative qui est l'analyse de contenu est cruciale dans notre recherche, car nous ne pouvons pas envisager une analyse des médias sans nous intéresser à leurs contenus. De plus cette alliance entre la méthode comparative et l'analyse de contenu est d'une importance méthodologique, celle de nous offrir un corpus d'analyse varié, représentatif et complémentaire.

VI.3 : L'analyse des typologies de comparaison.

Fort de cet arsenal méthodologique analytique, nous pouvons à présent nous nous intéresser à l'analyse des typologies de comparaison que nous avons préalablement dégagées et exposées.

Comme nous l'avons précédemment souligné, pour notre analyse comparative, nous avons choisi trois typologies ou unités de comparaison. Ces typologies ne sont pas choisies par hasard, mais sont le résultat d'un cheminement, d'un raisonnement autour de la démarche comparative et de ses exigences. Notre démarche consistant à une approche par les cas, nous oblige à sélectionner des typologies de comparaison intrinsèques aux cas comparés et non indépendantes. Ces typologies de comparaison seront les mêmes pour les deux cas de notre recherche, Cela nous permet de confronter les deux cas et de dresser une comparaison sur ces unités en question, pour pouvoir répondre à une problématique précise et de vérifier la véracité de nos hypothèses de départ.

C'est ainsi, que nous sommes parvenus à identifier trois typologies d'analyse pour nos deux cas de recherche. Al jazzera et le canal arabophone de France 24, sont deux chaînes d'informations internationales et arabophones dont les identités, les rôles, et les objectifs peuvent converger ou diverger. Nous avons alors sélectionné trois facteurs sur la base desquels nous établirons notre analyse.

En premier, il s'agit d'aborder le contexte dans lequel émerge chacune des deux chaînes qui pourrait constituer un élément important dans le positionnement de ces deux dernières au sein du paysage médiatique international et celui du monde arabe en particulier.

En deuxième, définir la ligne éditoriale de chaque chaîne, ses orientations, sa politique de rédaction et les opinions qu'elles véhiculent, ce sont les éléments qui constituent cette unité d'analyse, qui pourrait nous renseigner sur l'identité de chaque chaîne, ses objectifs et ambitions.

En troisième, le rôle joué par chaque chaîne depuis son émergence au sein de l'espace médiatique mondial et arabophone est un élément qui devrait nous renseigner sur l'usage fait de ces chaînes par leurs commanditaires, le rôle qu'elles sont censées remplir, la façon dont elles sont reçues et perçues par leur public, leur marge de manœuvre en terme d'influence.

L'ensemble de ces trois unités de comparaison, vont nous permettre d'avoir au final une image générale des deux chaînes d'informations que nous étudions. À partir de cette image générale nous pourrions répondre à la question principale de notre recherche, et d'affirmer ou de rejeter nos hypothèses.

VI.3.1 : L'analyse du contexte d'émergence d'Al Jazeera et du canal Arabophone de France 24.

Nous avons déjà évoqué dans les parties précédentes, le contexte général et plus particulier de l'émergence de la chaîne Qatari Al Jazeera et de France 24, puis du canal arabophone de cette dernière.

En effet, c'est une succession d'événements, de conjonctures, qui est dans les deux cas à l'origine de l'émergence de chacun des deux acteurs.

Il faut savoir qu'une décennie sépare l'avènement de la chaîne Qatari Al Jazeera et celui de la Française France 24, et les deux chaînes émanent de deux pays aux différences évidentes.

Il va alors de soi que les contextes (général et particulier) dans lesquels émergent ces chaînes peuvent être différents, mais certaines similitudes sont tout de même à relever.

Nous avons souligné, que la chaîne Qatari Al Jazeera, à son lancement, a été caractérisée par un contexte à trépied, à savoir un contexte local, un contexte général à caractère économique et technologique, puis un contexte général relatif à la région arabe et au monde.

Le contexte local est relatif au changement du pouvoir dans le pays, suite au coup d'état du Prince Hamed contre son père. Cet événement a engendré des bouleversements importants dans le pays. En quête d'une légitimité, le nouveau Prince lance le pays dans des grands chantiers de renouveau et de réformes, la création d'Al Jazeera est l'une de ces nouvelles réformes de modernisation et d'ouverture du pays. Mais surtout elle s'avère l'un des moyens les plus efficaces pour la promotion des réformes conduites par le nouveau Prince, la chaîne sera en effet une vitrine de légitimation du pouvoir de ce dernier.

Le contexte relatif à la situation économique et technologique place Al Jazeera dans un contexte des médias de plus en plus dépendants vis-à-vis des nouvelles technologies.

La prospérité du pays grâce aux revenus des hydrocarbures, permet à la chaîne d'être en mesure de se procurer les dernières nouveautés en termes de technicité, rendant ainsi sa genèse plus facile. Le contexte économique, quant à lui, s'apparente à la tendance à l'internationalisation dans différents secteurs économiques dans les années 90 sous l'impulsion des nouvelles technologies, avec surtout l'essor de la réalité d'un monde en réseau permis par Internet.

Cette nouvelle logique donne naissance à des nouveaux marchés de niches en termes des médias, à l'exemple des chaînes internationales d'informations et de l'information en continu et en temps réel.

Le contexte international et régional dans lequel émerge Al Jazeera est marqué par des changements incessants :

D'abord au niveau régional, la région du monde arabe a connu des conflits majeurs à l'exemple de la première guerre du Golfe en 1991. Une redistribution des poids et des influences entre les différents pôles de la région et surtout un monopole saoudien de plus en plus flagrant, ont caractérisé cette période. C'est ainsi que le Qatar s'invite à la table des puissances régionales et se livre à une concurrence importante avec l'Arabie Saoudite sur différents fronts, visant le leadership régional et celui du premier partenaire des Etats-Unis et des puissances occidentales. Ces constats sont relevés notamment par El OIFI (2013), et KHAYAT (2013).

Ensuite, au niveau des relations internationales, le monde arabe devient de plus en plus incontournable pour diverses raisons, notamment avec la richesse de son sous-sol, mais aussi parce qu'il est un vaste territoire jouissant d'une position géographique stratégique. Al Jazeera arrive également dans une période de regain de tension dans la question palestinienne et s'est donc engouffrée dans cette brèche, pour constituer une voix régionale qui se consacre à la couverture de cette crise de longue durée.

La compréhension de ces facteurs et contextes dans lesquels émerge Al Jazeera est importante pour pouvoir la situer sur le plan chronologique, mais aussi pour pouvoir analyser la mission de cette chaîne et le rôle qu'elle est supposée jouer. Cependant la prééminence d'un des trois contextes expliqués est aussi capitale pour mesurer l'importance d'Al Jazeera pour le pays qui est à l'origine de sa création. Nous retiendrons ici que le facteur local reste donc le plus important dans l'avènement d'Al Jazeera. En effet sans le changement important opéré à la tête du pays, une chaîne d'information internationale comme Al Jazeera n'aurait sans doute pas vu le jour. Enfin, la nécessité d'un pareil acteur en cette période est aussi évidente.

Contrairement à Al Jazeera, le canal arabophone de France 24 se situe dans une autre conjoncture et dans un contexte légèrement différent. La nature même du canal fait que ce dernier nous interpelle, car il s'agit d'une chaîne arabophone émanant d'un pays non Arabe contrairement à Al Jazeera. Ce canal constitue également une déclinaison de la version

originelle de France 24, un décrochage en langue arabe, lancé dans le sillage d'un projet plus important de l'Audiovisuel Extérieur de la France.

Le projet de création de cette chaîne contrairement à celui d'Al Jazeera, -dont la mise en place s'est faite très rapidement- est un aboutissement de près de 30 ans de rapports, d'audits et d'études en tous genres. Les contextes dans lesquels émerge cette chaîne peuvent être divisés en deux contextes, le local et l'international.

Au niveau local, France 24 répond à une demande et à un besoin d'un acteur médiatique français au niveau international suite à un constat de carence à ce niveau. Plusieurs spécialistes et hommes politiques ont exprimé ce besoin. Le développement et la réforme de l'Audiovisuel Extérieur de la France ont aussi favorisé l'accélérer le projet de création de la chaîne.

Sur la plan international, élément le plus important qui a marqué la motivation du lancement de la chaîne, je constate un contexte marqué par une perte d'influence de la France sur la scène internationale et notamment son influence dans la région du monde arabe.

France 24 arrive dans un contexte marqué par l'après 11 septembre 2001 et la guerre contre le terrorisme international. La position de la France par rapport à la guerre en Iraq a notamment pesé dans le repli du rôle de la France dans les crises internationales principalement dans la région du Moyen-Orient.

Cette période est également marquée par l'émergence en occident de plusieurs chaînes internationales arabophones d'information (Al Hurra aux Etats Unis, BBC Arabic au Royaume Unis, Deutsche Welle en Allemagne et Russia Al Yaoum en Russie...etc.). Cette nouvelle tendance dans les médias internationaux laisse en France un vide auquel il fallait répondre.

Au niveau médiatique aussi, l'influence croissante et importante d'Al Jazeera serait derrière cette dynamique de création de chaînes internationales d'informations. On parlait alors de « Al Jazeera effect » pour reprendre les termes de Philip SEIB (2008).

France 24 vient alors pour contrer cette influence. S'ajoutent à cela l'émergence d'un nouvel espace public arabe issu des chamboulements politiques dans cette région, et une ouverture de plus en plus des publics pour l'information internationale et politique comme alternative à ce que proposent les acteurs locaux dans cette région.

Pour France 24, au même titre qu'Al Jazeera, l'intérêt du monde arabe comme une région importante dans les relations internationales et dans les rapports de force entre les grandes puissances mondiales est un élément important, dans le contexte de création de ces chaînes. Néanmoins, dans le cas de France 24, cet élément reste à considérer avec beaucoup plus d'importance, car le contexte international et celui des bouleversements dans la région du monde arabe sont beaucoup plus considérables dans l'avènement de cette chaîne d'informations.

Pour conclure sur ce point relatif aux contextes de la création des deux chaînes d'informations objets de notre étude comparative, nous pouvons dire que la décennie qui sépare l'arrivée d'Al Jazeera et du canal arabophone de France 24 sur la scène médiatique internationale, place les deux acteurs dans des contextes légèrement différents, bien qu'ils comportent également des similitudes.

Les différences constatées sont notamment relatives à l'importance des contextes locaux des deux pays d'où émanent les deux chaînes, où nous avons constaté une prééminence du contexte local dans la création d'Al Jazeera. En revanche le contexte international, quant à lui, reste relativement le même, marqué par des bouleversements et conflits dans la région du monde arabe, ainsi que par l'intérêt de plus en plus porté à cette région au sein de la géopolitique mondiale.

Tant le contexte régional que le contexte mondial ont donc été favorables à la création des deux chaînes. Nous ne pouvons l'ignorer, car leur compréhension conditionne la compréhension de la nature même de ces chaînes. Nous pouvons également ajouter l'importance du contexte économique et technologique dans l'émergence d'Al Jazeera, alors qu'au moment de la création de France 24, la démocratisation de l'outil technologique était à son apogée.

VI.3.2 : L'analyse de la ligne éditoriale d'Al Jazeera et du canal arabophone de France

24.

L'analyse de ligne éditoriale des deux chaînes d'informations comme typologie de comparaison, nous permettra de mettre en évidence un élément très important de l'identité de ces dernières en tant qu'acteurs de l'information internationale au sein de l'espace public arabe.

L'analyse de cette typologie s'appuie, comme nous l'avons précédemment souligné, sur un outil incontournable de l'analyse qualitative. Il s'agit de l'analyse de contenu. Cette analyse s'intéressera à plusieurs points qui constituent selon nous des indicateurs importants par rapport à ligne éditoriale de chaque chaîne et à l'orientation au sens médiatique de ces dernières. Nous soumettrons donc ici ces éléments à une analyse de contenu. Il s'agit notamment de : l'identité visuelle et sonore (logo, bandes d'annonces) de chacune des deux chaînes, leurs programmations, leurs émissions cultes, l'éventail des différentes opinions exprimées sur ces deux chaînes.

Dans une démarche sémiotique, nous avons analysé les éléments visuels des deux chaînes, à savoir leur logo, leur charte graphique, et leur habillage, l'analyse de ces éléments nous a conduite à :

Pour la chaîne Qatari Al Jazeera, sa charte graphique s'articule autour de deux couleurs, le rouge et le doré. Ces deux couleurs véhiculent une identité typique de la chaîne. Le rouge peut renvoyer à la passion mais aussi à la contradiction, il symbolise aussi le dynamisme et l'autorité. Quant au doré, c'est la couleur du prestige par excellence, elle symbolise aussi la richesse et la durabilité. La combinaison entre ces deux couleurs façonne donc l'identité d'une chaîne qui se veut passionnée, puissante et durable. Dans le cas de France 24, la charte graphique repose sur deux couleurs le blanc et le bleu. Le bleu est une couleur appréciée dans les cultures occidentales, elle symbolise la pureté, la vérité mais aussi la sagesse et une quête de justice et de sérieux.

Le blanc quant à lui, bien qu'il ne soit pas vraiment considéré comme une couleur, peut en étant associé à une autre couleur, revêtir un certain sens. Ici le blanc renvoi à l'équilibre, à la paix, il symbolise aussi la vérité et la pureté.

Pour ce qui est des logos des chaînes, une analyse graphique et sémiotique nous permet de mieux comprendre l'identité des deux chaînes. À ce titre KHAYAT, souligne :

« Actuellement, on imagine mal une chaîne de télévision se présenter à son public sans logotype, il est l'exemple par excellence du croisement porteur de sens informatif et esthétique entre la lettre, le chiffre et l'image ». (KHAYAT, 2013, p.39).

Pour Al Jazeera nous commençons par le nom de la chaîne qui signifie « l'île ». Ce nom ne nous renvoie à aucun territoire géographique connu, ni au pays originaire de la chaîne. C'est donc un lieu neutre qui pourrait avoir une signification géopolitique relative à la presque île d'Arabie, un territoire qui regroupe un certain nombre de pays du Golfe arabo-persique.

Ce nom pourrait aussi être porteur d'une connotation intrinsèque à l'imaginaire relatif à ce qui est insulaire à savoir « l'exception, la particularité, la liberté, l'évasion...etc. », comme le souligne KHAYAT.

Le nom de la chaîne est écrit en lettres de calligraphie arabe, ce qui peut renvoyer à l'ancrage régional et linguistique de la chaîne, mais peut aussi faire référence à une période historique, l'âge d'or de la civilisation arabo-musulmane où la calligraphie constituait une expression artistique typique. Ce logo est parfois accompagné du nom de la chaîne écrit en lettres alphabétiques arabes. Le logo de la chaîne ne remplit pas uniquement une fonction statique celle de figurer sur l'écran. Il a également une fonction dynamique notamment dans l'annonce des programmes et des journaux télévisés, où nous pouvons voir ce dernier surgir des profondeurs d'une mer ou d'un océan comme une sorte de révélation.

Ci-dessous le logo de la chaîne Al Jazeera, dans le format dynamique puis statique :



La version dynamique du logo d'Al Jazeera



La version statique du logo

Contrairement à Al Jazeera, le nom de la chaîne France 24 arabophone renvoie à une double référence, géographique et linguistique, ou plutôt « géolinguistique ». France 24 fait, en effet, référence à un territoire, à un pays à l'origine de sa création. Ce territoire est donc entièrement assumé par la chaîne qui revendique clairement une appartenance à un pays en l'occurrence la France et non à une région ou à un ensemble géopolitique comme dans le cas d'Al Jazeera. La connotation linguistique, quant à elle, est relative à la langue du canal, l'arabe en l'occurrence, tout en précisant qu'il s'agit d'un canal au sein du groupe France 24, cela a son importance.

Le nom « France » est aussi associé au chiffre 24, qui dans le contexte d'une chaîne d'informations internationale fait référence aux 24 heures que constitue la journée, et signifie l'information en continu 24h/24. Enfin, l'ensemble est agrémenté d'une précision quant à la langue du canal qui rappelle qu'il fait partie du groupe France 24. L'assimilation linguistique est ici claire, car rédigée en alphabet arabe, une référence linguistique et régionale. Cependant cette inscription n'accompagne pas toujours le logo de la chaîne, en tout cas pas dans sa version statique qui apparaît sur l'écran. On en la retrouve que pour les annonces des programmes et dans les jingles.

L'analyse sémiotique du logo nous révèle la fidélité de ce dernier à l'habillage et à la charte graphique de la chaîne, à savoir les couleurs bleu et blanc. Il se compose d'une sorte de sphère dessinée par des arcs blancs faisant penser à la sphère terrestre, cette forme pourrait symboliser le monde, l'international. Cette forme est également surplombée d'une écriture en blanc du nom de la chaîne France 24 en lettres majuscules. La prééminence et la clarté du nom de la chaîne accompagnant le logo insiste sur l'ancrage de la chaîne dans un territoire national, l'ensemble reposant sur un fond bleu.

Dans ce logo, trois éléments sémantiques sont identifiés, le monde et l'international symbolisé par la sphère, le nom de la chaîne qui fait référence au pays, la France, puis le chiffre 24 qui fait référence à l'information en continu.

Ci-dessous le logos de la chaîne France 24, en format dynamique et statique:



Logo dynamique du canal arabophone de France 24



version statique du logo

Au niveau de la charte graphique et des logos, nous pouvons dire que les deux chaînes ont adopté des codes couleurs et des logos très différents. Chacune des deux chaînes puise son inspiration dans ses propres références culturelles et régionales. Cependant nous pouvons remarquer qu'en terme visuel et graphique, Al Jazeera se distingue par un logo sobre qui met en valeur ses spécificités, l'usage dynamique de son logo, contrairement à France 24, lui donne un avantage. Nous pouvons dire que l'identité visuelle d'Al Jazeera reste plus forte, plus imprégnée et accrocheuse que celle de France 24 dont le logo est surchargé rendant son assimilation difficile, d'autant plus qu'il est quasiment le même que celui de la version francophone et anglophone de France 24.

Si les éléments visuels et graphiques adhèrent à la construction de l'identité d'une chaîne d'informations, l'élément sonore lui aussi s'avère d'une importance capitale dans la construction de cette identité. Al Jazeera depuis sa création a adopté une identité sonore forte, avec la même voix off qui annonce les différents programmes et les journaux télévisés, l'annonce des programmes est souvent accompagnée d'un court texte narratif et descriptif lu par la voix off.

Il s'agit d'une voix grave, une voix d'homme. Les annonces sonores de la chaîne commencent toujours par : « la chaîne Al Jazeera » suivi du nom du programme à venir. Le choix de cette voix d'homme symbolise plusieurs choses. La gravité de son timbre inspire une certaine

maturité, du calme et de la sagesse. Pour les auditeurs elle se veut une voix rassurante mais peut aussi être autoritaire.

Le rappel constant du nom de la chaîne et parfois du pays où cette dernière se trouve, est omniprésent dans les annonces sonores de la chaîne, rappelant l'appartenance de cette dernière à cet Etat, mais aussi l'attachement des journalistes au nom de leur chaîne, où l'individu s'efface au détriment de l'entité qu'il représente.

Dans le cas de France 24, nous avons constaté une identité sonore quasi inexistante. Les journaux télévisés ne sont pas annoncés, et les bandes d'annonces des autres programmes restent classiques, sans aucun récit. On note juste les informations relatives au nom du programme et à sa plage horaire. Cette carence en termes d'identité et d'accroches sonores ne nourrit pas l'identité de la chaîne. Hormis le jingle précédant les journaux télévisés, la chaîne ne marque pas ses auditeurs et les téléspectateurs par des éléments sonores particuliers contrairement à Al Jazeera qui se distingue par la force de ses accroches sonores.

Dans son analyse consacrée à Al Jazeera KHAYAT souligne également cette présence importante d'éléments sonores et visuels dans l'identité de la chaîne et notamment à travers ce qu'il appelle « les espaces interstitiels » qu'il définit comme « temps courts et utiles, des passages qui assurent la fluidité du flux sans le rompre et qui préparent le téléspectateur à ce qui va suivre ». (KHAYAT, 2013, p. 89).

Nous avons également relevé cette caractéristique dans notre analyse, où nous avons signalé que la chaîne se distingue par des courts récits lus par la voix off et qui accompagnent les bandes d'annonce des différents programmes. L'auteur souligne que ces courts récits se mettent en position « méta-discursive » si on en vient à les comparer avec les énoncés standards de la programmation, car leur visée est explicative, ils servent à la compréhension.

Un autre élément fondamental dans la cristallisation de l'identité et de la ligne éditoriale d'une chaîne d'informations internationale et que nous analysons, est la programmation.

Cet élément peut nous renseigner sur les programmes autour desquels s'articule la stratégie éditoriale des deux chaînes, mais aussi sur le positionnement et la lecture que fait chacune d'elle de l'actualité régionale et internationale. La programmation nous révèle également l'orientation idéologique de ces chaînes, que nous pouvons résumer dans les points suivants :

La programmation d'Al Jazeera s'articule autour de différents genres de programmes, avec des programmes importants qui jouissent d'une pérennité sur la grille des programmes de la

chaîne et des diffusions en « prime-time », et d'autres programmes que je peux qualifier de temporaires ou d'occasionnels, qui sont conçus pour accompagner un évènement particulier et qui permettent d'être au diapason de l'actualité du moment. Puis il y a d'autres programmes qui, bien qu'ils bénéficient d'une certaine pérennité restent des programmes secondaires sensés donner une certaine diversité au contenu de la chaîne. À côté des journaux télévisés diffusés chaque heure, les rendez-vous forts de l'information sur la chaîne s'articulent autour de trois moments forts de l'information dans la journée, à savoir « Al Jazeera montasaf al yaoum » Al Jazeera midi, « Al Nachra al Magharibiya » le JT du Maghreb, et « Hassad Al Yaoum » la moisson du jour.

Ces trois rendez-vous de l'information peuvent s'étaler en fonction de l'actualité sur une heure ou plus, où un duo de journalistes passe en revue l'actualité dans les moindres détails avec des interventions de correspondants, de spécialistes parfois sur le plateau ou par télécommunication. Le dernier rendez-vous de l'information, comme son nom l'indique « la moisson » est une synthèse détaillée de l'actualité de la journée, diffusé en « prime-time ». Ce journal constitue à lui seul près de 30% de du temps consacré à l'information par la chaîne.

À côté de l'information, la chaîne propose d'autres programmes essentiellement des débats ou des décryptages de l'actualité. Trois programmes, en particulier, représentent ce que nous avons désigné comme les programmes importants de la chaîne, il s'agit du trio : « Al itidjah al mouaakis » qui veut dire directions opposées, « Bila Houdoud » sans frontières, et « Ma oura al khabar » derrière l'information.

« Directions opposées », est un programme de débat qui traite un sujet pour chaque numéro. Il s'agit, en général, d'un sujet à caractère polémique et controversé dans l'espace public arabe ou dans un pays de la région, la plus part du temps à caractère politique. Le principe de l'émission consiste à confronter deux points de vue très divergents entre deux personnes qui représentent une autorité, une partie impliquée dans le sujet. Les invités s'installent avec l'animateur dans une sorte de huit-clos où chacun reste sur ses positions à coups d'arguments et de contre arguments. Le programme jouit d'une audience considérable à travers les pays arabes, les deux invités se livrant à un vrai combat sans concession et l'animateur, qui doit jouer le rôle du modérateur est souvent là pour attiser le feu, pour pousser ses invités à réagir voire à l'énervement. Parfois l'échange verbal peut dégénérer en confrontation physique.

Le spectacle est assuré par un animateur rendu célèbre par cette émission, le sulfureux Faycel AL KACEM, un animateur proche des milieux laïcs Arabes, d'origine syrienne. Il a

également la nationalité britannique ; c'est dans ce pays qu'il a suivi une partie de ces études. Mais au-delà de son éloquence et de son style particulier, c'est surtout ses talents d'animateur/acteur, qui forgent sa réputation. Il n'est d'ailleurs pas issu d'une formation journalistique, mais est titulaire d'un doctorat en littérature, spécialité comédie dramatique.³⁵ En plus des deux protagonistes sur le plateau, d'autres protagonistes peuvent parfois intervenir en visioconférence. Cette émission par sa liberté de ton, sa popularité et les controverses qu'elle a suscitées est intrinsèquement liée à l'identité de la chaîne.

« Sans frontières », est une émission en forme d'interview, où l'animateur reçoit dans chaque numéro un invité en sa qualité de spécialiste dans son domaine, ou en tant qu'impliqué dans une affaire ou dans un sujet particulier. Ce dernier répond aux questions de l'animateur. L'interview est structurée en plusieurs chapitres, qui comprennent chacun une question différente. Le programme est confié au journaliste Ahmed MANSOUR, un égyptien qui, lui aussi, jouit de la nationalité britannique, et est proche des milieux religieux, notamment des frères musulmans. Outre le style du journaliste très posé mais pugnace, l'émission a acquis une notoriété grâce à la qualité de ses invités, souvent des opposants politiques aux régimes en place dans le monde arabe, ou des personnalités impliquées dans des affaires à caractère controversé.

« Derrière l'information », est une émission de décryptage de l'actualité qui consiste à analyser l'actualité arabe ou internationale du jour avec des spécialistes de tous bords via la visioconférence. Contrairement aux deux autres émissions, ce programme n'a pas d'animateur attitré. Ce sont donc les présentateurs des journaux télévisés qui se relaient à la présentation de chaque numéro. Le programme, bien qu'il soit moins clivant et moins controversé que les deux autres, occupe une place importante au sein de la programmation de la chaîne, car c'est un programme interactif, qui donne l'occasion au public des différents pays arabes d'intervenir par téléphone ou via les réseaux sociaux. C'est la réunion de ces trois éléments, l'aspect interactif, l'analyse et le décryptage des actualités en profondeur, qui a donné à l'émission son succès.

Le reste de la programmation, est composé d'autres programmes d'actualité, de reportages réalisés par les différents correspondants de la chaîne, mais aussi des émissions de débat

³⁵ Source Wikipédia.

confiées à certains correspondants à l'exemple de l'émission «Min Washington », depuis Washington ».

Les programmes à caractère non politique sont marginaux au sein d'Al Jazeera. On y retrouve souvent des reportages ou des portraits à caractère culturel ou artistique.

Nous pouvons également noter une émission d'une relative importance diffusée par la chaîne, il s'agit de « Al chariaa wa al hayat » la Charia et la vie, une émission qui intégra la grille des programmes dans les années 2000. Elle consiste en une interview abordant un aspect de la vie quotidienne, consistant parfois en plusieurs questions liées à la famille, l'éducation, la finance, l'organisation de la vie publique et autres sujets. L'émission a comme invité permanent le Cheikh AL KARADAQUI, un des leaders de la confrérie des frères musulmans égyptiens, exilé au Qatar et très proche de la famille princière. L'arrivée de cette émission sur Al Jazeera coïncide avec un virage éditorial opéré au sein de la chaîne, qui se rapproche des discours religieux et de l'Islam, politique prônée par la confrérie égyptienne.

Certains programmes ont marqué l'existence de la chaîne sans toutefois s'inscrire dans la durée. Ce sont des programmes dont la diffusion est circonstancielle, suivant une actualité marquante. Ce fut notamment le cas de l'émission «Al machad al iraki », la scène iraquienne, qui couvrait l'actualité du pays depuis la chute du régime de Saddam. Dans cette catégorie, nous pouvons aussi trouver « Hadith al thaoura », parole de révolution, coïncidant avec les révolutions arabes. Bien qu'ils ne soient pas pérennes, ces programmes ont permis à la chaîne d'engranger des audiences importantes et d'être présente sur le terrain des grandes crises de la région.

Ci-dessous un tableau récapitulatif des principaux programmes d'Al Jazeera :

Titre du programme	Genre du programme	Durée du programme
Al Jazeera Midi	Information/JT	45 minutes/1h
Le JT du Maghreb	Information/ JT	45 min/1h
La moisson du jour	Information/JT	1 heure
Directions opposées	Débat/ politique	50 minutes
Sans frontières	Interview	50 minutes
Derrière l'information	Décryptage/information	26 minutes

Du côté du canal arabophone de France 24, la programmation s'articule autour de trois temps forts de l'information avec des journaux télévisés chaque heure. Les trois temps forts de l'information sont, le journal télévisé de la mi-journée, celui du soir (20h00), et enfin le JT du Maghreb à 21h00. Contrairement à Al Jazeera, les trois rendez-vous quotidiens de l'information sont d'un format relativement court, ils n'excèdent pas 30 minutes. Ce sont également des JT présentés par un seul présentateur, il n'y a pas de duo.

Les autres programmes de la chaîne peuvent être répartis en trois catégories : programmes de premier plan et permanents, programmes occasionnels et programmes de moindre importance.

Les programmes permanents de la chaîne et les plus significatifs sont : « le débat », « observateurs » et « correspondants ».

Le « débat » comme son nom l'indique, est une émission qui réunit des invités autour d'un sujet de débat, souvent en rapport avec l'actualité du moment. Cette émission se base sur un échange entre différentes opinions avec plusieurs intervenants autour de l'animateur et d'autres invités via une visioconférence. Cette configuration donne au débat plus un aspect d'échange que celui de confrontation. L'enjeu est d'enrichir le débat avec plusieurs opinions et non de mettre en scène un combat de « coqs ».

« Observateurs », est présenté par le canal comme un concept innovant. Il s'agit d'un programme mixte entre enquêtes de terrain et reportages réalisés entièrement à partir de contenus amateurs, photos, vidéos et témoignages, en provenance des quatre coins du monde. Les acteurs sont des observateurs du canal, qu'ils soient passionnés de journalisme, d'investigation, de photos reportages ou juste de simples témoins oculaires de leur quotidien. Les informations et les contenus sont ensuite vérifiés par une équipe de programmation et de rédacteurs du canal pour être ensuite diffusés sur la chaîne. L'interactivité du programme et son ouverture sur la participation du public, comme acteur de l'actualité, sont plébiscitées par la direction du canal et par le public, faisant de ce programme un des temps forts de la chaîne. Ce dernier a également permis également à certains pays où les journalistes ne peuvent pas se rendre.

« Correspondants », est un programme d'informations générales, oscillant entre différents genres journalistiques, reportages, enquêtes, interviews. L'émission est réalisée en collaboration avec les correspondants de la chaîne à travers le monde. Un large éventail de thématiques est abordé, société, culture, politique, santé, art de vivre, sport...etc. Les sujets sélectionnés par la rédaction peuvent être en accord avec l'actualité du moment, mais cela n'est pas systématique. L'émission permet, parfois, de revenir en détail sur des sujets déjà évoqués et, quand cela est possible, l'émission s'achève par un débat en présence du correspondant qui a réalisé le numéro, ou avec d'autres invités sur le plateau. L'émission est toujours au programme et cela depuis la création du canal. Son importance réside dans son format, mais aussi dans la possibilité de réaliser des focus sur des sujets importants.

À l'instar d'Al Jazeera et d'autres chaînes d'informations, la chaîne accorde dans sa grille des programmes, une importance aux contenus occasionnels et relatifs à l'actualité majeure du moment. C'est dans l'émission « reportages » que le canal consacre des numéros spéciaux pour élargir sa couverture à certains événements importants, à l'exemple des attentats terroristes et des révolutions arabes. Le programme s'intéresse dans chaque numéro à un événement en particulier dans un format de reportage ou d'une série de reportages en général.

Ce programme permet à la chaîne de rester au cœur de l'actualité et de proposer un traitement différent de cette dernière dans un format plus long que ce qui est permis au journal télévisé. Nous pouvons également citer dans cette catégorie de programmes occasionnels, l'émission Tunis-Paris, qui a été lancée en mars 2016 pour suivre l'évolution de la situation en Tunisie, après la révolution. Le programme est le fruit d'une collaboration entre le canal arabophone

de France 24 et la chaîne nationale tunisienne « Al Watania 1 ». Le concept s'articule autour d'un format mêlant interviews et débats en présence de deux journalistes des deux chaînes qui co-animent l'émission. La collaboration entre deux chaînes de deux pays différents pour la production de ce programme est en effet intéressante à analyser dans l'avenir, notamment pour savoir si ce partenariat n'empêche pas une certaine liberté de ton dans le traitement de sujets sensibles, notamment du côté tunisien.

La dernière catégorie de programmes que nous évoquerons est celle des programmes secondaires. Le canal arabophone de France 24 contrairement à Al Jazeera propose un large choix de programmes apolitiques qui s'intéressent à d'autres sujets. C'est notamment le cas des programmes « culture », « mode » et « vous êtes ici ». Les trois exemples cités proposent des contenus de format court, soit en reportage, soit en interview.

« Culture » est un programme qui s'intéresse à la culture au sens large, au moyen d'interviews, de témoignages d'artistes à travers le monde. Le programme s'intéresse aussi à la couverture de manifestations culturelles importantes dans le monde entier. « Mode » est un programme consacré à l'actualité de la mode, collections, défilés, mais aussi aux grandes marques et noms de la haute couture française et mondiale.

« Vous êtes ici », est le programme ambassadeur par excellence de la chaîne. L'émission est centrée sur l'art de vivre à la française, elle s'intéresse à l'art, la gastronomie, l'agriculture et au terroir français. C'est un programme qui met en valeur le savoir-faire français dans ses différents domaines et qui est, par conséquent, une bonne vitrine pour l'art de vivre français ainsi que la diffusion de ce dernier à l'international.

Aux côtés de ces programmes, le canal accorde aussi une importance aux émissions de revues de presse, de décodage des unes de la presse écrite mondiale, arabe et européenne, qui occupent un temps d'antenne et des plages horaires intéressants dans la grille des programmes de la chaîne. C'est un genre que nous ne trouvons pas dans la programmation d'Al Jazeera.

Ci-dessous un tableau récapitulatif des principaux programmes du canal arabophone de France 24 :

Titre du programme	Genre du programme	Durée du programme
Le journal de la mi-journée	Information/JT	26 minutes
Le journal du soir	Information/ JT	26miutes/45 minutes
Le journal du Maghreb	Information/JT	26 minutes
Observateurs	Général/ international	15 minutes
Le débat	Débat/ politique	45 minutes
Correspondants	Général/ investigation	15 minutes

L'analyse de la ligne éditoriale des deux chaînes passe aussi par l'analyse des valeurs et opinions véhiculées par ces dernières. Al Jazeera depuis son lancement a veillé à la représentativité des différentes opinions dominantes du monde arabe. Nous avons pu évoquer cette stratégie de la chaîne qui consiste à donner la parole aux différentes mouvances et idéologies du monde arabe. Cela commence au sein même de sa rédaction, où la chaîne a opéré un recrutement de journalistes venant de tous bords, laïcs, proches des frères musulmans ou encore des milieux salafistes.

Cette stratégie de la chaîne étant d'être la chaîne du monde arabe par excellence, l'a amené à cette quête d'un équilibre entre les différentes fractions et courants idéologiques de la région, laissant l'expression à un éventail très large des opinions régionales et même internationales. La chaîne sert, par exemple, de porte-voix aux autorités américaines et israéliennes dans le monde arabe comme je l'avais souligné.

Nous avons également relevé que cet équilibre fragile a fini par voler en éclat à l'occasion des révolutions arabes et de l'implication de plus en plus flagrante des autorités qataries dans la politique éditoriale de la chaîne. Ces changements ont mené à un rapprochement important entre la chaîne et la mouvance des frères musulmans, ce qui a valu à la chaîne des critiques virulentes de la part des autres mouvances. Nous pouvons donc dire que la ligne éditoriale de la chaîne est évolutive, passant d'un certain pluralisme de façade, à un rapprochement significatif avec les milieux religieux. À ce titre la présence du Cheikh Al KARADAOUI, figure importante du mouvement des frères musulmans, est une preuve suffisante de ce rapprochement.

Le discours religieux est aussi un élément inhérent aux discours véhiculés par la chaîne, depuis sa création, Al Jazeera multiplie les références religieuses en faisant la promotion de l'islam politique. Le conflit religieux entre d'un côté les frères musulman et les wahhabites, et de l'autre, entre les sunnites et les chiites a toujours alimenté le discours de la chaîne.

D'une façon générale, la ligne éditoriale d'Al Jazeera est structurée autour du conflit et du « buzz », bruit médiatique, (sociales, culturel, politique, religieux), à travers ses émissions de débats houleux, la chaîne assumant son statut de « fouteur de trouble » dans la région, un statut prôné au nom de la liberté d'expression et de l'information.

La ligne éditoriale d'Al Jazeera est basée sur l'action, plaçant la chaîne comme un acteur, non seulement, sur la scène médiatique de la région, mais aussi politique, sociale, religieuse.

À travers ses couvertures quotidiennes de l'actualité régionale et internationale, la chaîne se positionne comme acteur de cette actualité et non seulement comme relais au sens médiatique du terme.

Le canal arabophone de France 24, depuis sa création, reste sur une ligne éditoriale constante. Hormis un début marqué par une tentative de libanisation de la chaîne, comme nous l'avons déjà abordé, il reste fidèle à son image de chaîne alternative aux médias arabes souvent trop impliqués dans les conflits de la région dans une dimension supra-médiatique.

Le canal arabophone de France 24 véhicule des valeurs attachées à celle de la république française. Les références à ces valeurs sont récurrentes que ce soit sur le plan visuel ou sur celui des contenus. Le canal assume parfaitement ces valeurs qu'il tend à exporter vers l'international, les références culturelles françaises sont omniprésentes sur la chaîne à l'exemple de l'adoption du slogan « liberté, égalité, actualité », depuis 2013. (DARAGON Benoit, 2013, en ligne).

Le discours religieux, quant à lui, reste faible, bien qu'il puisse être exprimé par certains invités de la chaîne. Contrairement à Al Jazeera, qui exploite les différents courants idéologiques du monde arabe pour façonner sa ligne éditoriale, France 24 propose une perspective purement française sur l'actualité internationale. À ce titre nous pouvons souligner que la ligne éditoriale de la chaîne se base sur la représentation, un élément que nous avons déjà abordé. Représenter l'autre, en l'occurrence le monde arabe, porter un regard sur cet autre sans pour autant paraître impliqué, ou être acteur de ce qui se joue dans la région est la stratégie investie par le canal arabophone de France 24 contrairement à Al Jazeera.

Cette prise de distance face aux changements du monde arabe, reste concrète à partir du moment où la France n'est pas directement impliquée dans un conflit. Car dans le cas contraire, la chaîne a tendance à s'aligner sur les positions officielles françaises, faisant d'elle un porte-voix de ce pays. Ce fut notamment le cas à l'occasion des crises Libyennes et Maliennes.

D'une façon générale, la ligne éditoriale du canal arabophone est ancrée dans les valeurs républicaines françaises, d'où une certaine notoriété de cette chaîne auprès des milieux laïcs arabes, qui ont vu en elle une alternative aux chaînes arabes enlisées dans la crise des révolutions arabes. En revanche cette ligne éditoriale centrée sur la laïcité et les valeurs républicaines, contrairement à celle d'Al Jazeera, offre un éventail, en termes d'opinions, très restreint empêchant toute divergence importante dans l'animation des débats proposés par la chaîne, qui peuvent, par la même, virés parfois à l'ennui.

VI.3.3 : L'analyse du rôle joué par les deux chaînes dans l'espace public arabe et international.

L'analyse du rôle des deux chaînes, est la dernière typologie comparative que nous allons aborder. Cet élément que nous avons précédemment abordé dans notre présentation des deux chaînes, sera repris ici avec une approche analytique différente.

L'analyse du rôle des deux chaînes implique l'interrogation de plusieurs éléments, à savoir la relation des deux chaînes avec leurs pourvoyeurs de fonds, la stratégie de ces derniers dans la création de ces chaînes, mais aussi le rôle qu'elles sont supposées jouer et celui qu'elles jouent concrètement. À travers ces éléments évoqués, l'analyse des temps médiatiques forts des deux chaînes, et leurs couvertures d'événements significatifs, je peux conclure au rôle de chacune d'elles au sein de l'espace public arabe et international.

Cette démarche de l'analyse du rôle des chaînes, serait, de notre point de vue, plus pointue si elle pouvait s'appuyer sur une étude de réception. Après une longue hésitation quant au recours à une étude de réception et conscients du temps nécessaire et des moyens importants qu'il nous faudrait pour mener cette étude, nous nous sommes finalement résignés à abandonner cette démarche qui pourtant pourrait nous apporter plus d'éléments d'éclairage au sujet du rôle des deux chaînes.

Nous avons évoqué au début de ce travail le rôle des théories sociologiques dans la construction des méthodes d'analyse des médias, notamment la théorie « des usages et gratifications » développée par KATZ, (1974). Cette dernière constitue « le socle de l'étude de la réception des médias développée par la suite par l'école de Birmingham et le courant structuraliste ». (QUERE, 1996, p.34).

Dans son article intitulé « faut-il abandonner l'étude de la réception ? », Louis QUERE tente de substituer une approche de l'étude de réception moins critique et moins idéologique que celle proposée par le courant structuraliste. Pour cela, il souligne que cette approche doit être dissociée entre trois aspects dans le processus de la réception, à savoir « la réception comme activité située », « la réception comme acte figurant » et enfin « la réception comme appropriation ». (QUERE, 1996, p.35). Ces trois aspects de la réception s'apparentent à trois logiques différentes. L'activité située renvoie au fait de considérer l'exposition aux médias ou leur consommation comme une activité qui se base sur des compétences du public concerné, un acte délibéré. L'acte de configuration, est celui qui dote les textes, les contenus d'un sens, d'une intention. Ce sens est relatif à un mode de compréhension de l'ensemble tel qu'il

pourrait être décrit par le récepteur et comment et dans quelle mesure cette compréhension pourrait modifier ses comportements.

L'appropriation, est une continuité de l'acte figurant, mais elle est encore relative à l'usage fait par le récepteur des contenus des médias. Ce mécanisme lui servira à s'approprier les contenus pour comprendre sa situation, modifier ses habitudes et son environnement cognitif, dans l'objectif de corriger ou d'enrichir sa perception de certaines réalités et d'orienter son jugement par rapport à un sujet en particulier. En somme, cet aspect s'apparente à l'analyse de l'effet des contenus médiatiques sur les comportements du public concerné.

Certes, la démarche présentée ici par QUERE est ambitieuse, car elle est doublement bénéfique pour une approche de la réception. Premièrement, elle nous permet de nous écarter de la focalisation sur l'aspect purement idéologique qui caractérise souvent les études de réceptions. Deuxièmement, elle nous permet également de simplifier et de conceptualiser les éléments qui rentrent dans le processus de l'étude de réception. Mais une telle approche, pour nous, serait contraignante sur le plan du temps nécessaire à la construction d'un cadre analytique et méthodologique et sur le plan des moyens, qu'il nous faudrait engager pour mener cette démarche.

Nous avons jugé, à travers notre recherche et au vu des éléments déjà évoqués, que nous sommes en possession d'éléments et d'outils qualitatifs et quantitatifs qui peuvent nous permettre d'analyser le rôle du canal arabophone de France 24 et celui d'Al Jazeera sans forcément se baser sur une étude de réception.

Le premier élément auquel nous nous intéressons, dans l'analyse du rôle des deux chaînes, est celui de leur relation avec leurs pourvoyeurs de fonds, à savoir les instances ou Etats qui sont à l'origine de leur création.

Pour Al Jazeera, la naissance de la chaîne coïncide avec la naissance d'un nouveau régime au Qatar suite au coup d'états du jeune Prince Hamad en 1995 comme nous l'avons déjà souligné. Le projet de création de la chaîne et ses futures orientations est donc intrinsèquement lié à ce nouveau Prince. La relation entre le couple Al Jazeera/ Qatar n'est pas évidente à saisir, car des deux côtés, des efforts sont consentis pour étouffer ce rapprochement et cette relation, même si le conseil d'administration de la chaîne a toujours été présidé par le prince du Qatar. En effet, Al Jazeera depuis sa création, a évité de traiter des affaires qui touchent au pays. Les apparitions des responsables du pays sont très rares sur l'écran d'Al Jazeera, qui a su comment brouiller les pistes en affichant des opinions souvent

opposées à celle de Qatar, notamment vis-à-vis du premier allié occidental du pays, les Etats Unis.

Dans sa stratégie de conquête du monde arabe, la chaîne a choisi d'arborer une identité régionale arabe qui assimile toutes les mouvances et les courants de pensées, et non une identité nationale. À plusieurs occasions, la chaîne s'est montrée virulente face à des pays pourtant alliés du Qatar. Ce double jeu de la chaîne et de l'Etat, est notamment à relever à l'occasion de la guerre en Afghanistan et en Iraq, où le paradoxe assumé par Al Jazeera a été à son paroxysme avec d'un côté une chaîne engagée sur le terrain, contre ce qu'elle appelait la guerre contre l'Iraq ou l'invasion de l'Iraq et d'un autre côté le pays qui sert de base militaire principale pour les américains et leurs alliés dans cette guerre.

Mais cette stratégie n'a pas pu résister face aux révolutions arabes, où la chaîne s'est retrouvée dans l'obligation de s'aligner sur les positions officielles du Qatar.

La stratégie du couple est de diluer tous signes d'influence et d'ingérence de l'Etat dans la politique éditoriale de la chaîne, malgré des nominations et des licenciements de responsables de la chaîne qui peuvent susciter des interrogations. Mais cela n'a pas empêché Al Jazeera d'être une vitrine pour le régime Qatari, avec le succès et le rayonnement de la chaîne dans l'espace médiatique arabe et international, c'est le Qatar qui en profite pour forger son image de pays moderne et ouvert sur le monde. Mais ce canal est surtout incontournable dans les relations internationales.

Al Jazeera à sa création, est censée jouer le rôle du média arabe fédérateur et venir remplir un vide à ce niveau, celui de l'absence d'une chaîne d'informations internationale arabophone. Mais elle est aussi une incarnation du renouveau dans le monde arabe et un outil de contre-hégémonie médiatique de l'occident. La chaîne s'est vite imposée comme une scène politique de substitution dans le monde arabe, pour reprendre les termes de KHAYAT, et cela notamment, par son ouverture aux oppositions opprimées dans cette région. En réalité la mission principale d'Al Jazeera est celle de légitimer le pouvoir d'un jeune Prince avide de pouvoir, qui en s'appuyant sur la chaîne, projetait d'acquérir un droit d'ingérence dans les affaires politiques des pays de la région, pour plus tard se hisser en acteur de premier plan dans la préparation de l'après révolutions arabes.

Nous pouvons alors dire que le rôle d'Al Jazeera dépasse celui d'un simple média, elle s'avère être un vrai « soft power » pour un Etat dépourvu de « hard power ». Nous revenons ici sur ces deux notions, que nous avons abordées précédemment, pour expliquer l'importance

de la corrélation entre ces deux dernières, dans la mesure où le recours au soft power serait plus pertinent en l'absence de hard power. Mais le soft power pourrait être aussi une sorte de complément au hard power, une sorte de pouvoir qu'on pourrait utiliser plus facilement, plus souvent, en laissant le hard power comme dernier recours.

Le « soft power » proféré par Al Jazeera au Qatar, s'est construit petit à petit, au gré des changements et bouleversements régionaux dont Al Jazeera rend compte chaque jour, qu'elle a accompagnés et parfois même orientés. Nous avons souligné dans le chapitre précédent que la ligne éditoriale d'Al Jazeera se basait sur l'action, plaçant la chaîne comme témoin et acteur de l'actualité du monde arabe et de ses bouleversements. La notoriété acquise par la chaîne a progressivement permis à l'Etat de devenir incontournable dans les relations régionales et internationales, gagnant ainsi un poids géopolitique inattendu.

Même si d'autres éléments rentrent dans cette mutation du Qatar, notamment le poids économique et énergétique, Al Jazeera reste de notre point de vue un élément fondateur de cette ascension du Qatar.

Deuxièmement, le rôle d'Al Jazeera, dans la politique régionale, est lui aussi important, car malgré le fait qu'elle soit un outil de soft power entre les mains du Prince du Qatar, la chaîne a pu amorcer des changements politiques importants dans la région arabe. En s'ouvrant aux différentes oppositions de cette région, la chaîne a pu bousculer un certain nombre de régimes arabes et les a même poussés à revoir leurs copies sur certains sujets. Cette dernière émerge avec un nouvel espace public arabe très politisé en quête d'ouverture sur le plan politique, Al Jazeera, à ce titre, est le parfait média alternatif par lequel ces oppositions pouvaient s'exprimer, permettant de toucher un large public et obliger les régimes en place à les prendre en considération.

Pour le canal arabophone de France 24, contrairement à Al Jazeera sa création ne survient pas dans un contexte de changement à la tête du pays, mais reste influencée par les changements de gouvernements. Au départ la chaîne ne suscitait pas beaucoup d'enthousiasme au sein de la classe dirigeante du pays. Mais l'intérêt porté à cette chaîne ne cessa de s'amplifier, la relation de la chaîne avec les pouvoirs publics français est donc plus complexe que celle d'Al Jazeera avec le Qatar. Au départ la chaîne est le fruit d'un partenariat public, privé, entre le groupe TF1 et France télévision. Elle est en partie placée sous la tutelle du ministère de la culture. Mais suite au retrait du groupe TF1, la chaîne se retrouve dans une situation 100% publique. Avec le changement politique en 2007 et l'arrivée de Nicolas SARKOZY à la tête du pays, le rapprochement entre la chaîne et l'Etat devient de plus en plus important.

En 2008 le nouveau président ordonne la création de la holding France Monde, regroupant l'ensemble des chaînes qui faisaient partie de l'Audiovisuel Extérieur de la France. La chaîne est alors placée sous la tutelle directe du ministère des affaires étrangères. Mais dès janvier 2010 un nouveau rebondissement vient encore une fois changer le ministère de tutelle auquel la chaîne est rattachée, elle retrouve ainsi le ministère de la culture, en vertu de l'article numéro 7 de la loi du 5 mars 2009, relative à la liberté de communication³⁶.

Ces changements incessants de tutelle témoignent d'une chaîne qui n'arrive pas à trouver sa place, et des responsables mal à l'aise à l'idée de l'assumer en plus et malgré l'existence d'un conseil d'administration, les postes clés au sein de la chaîne sont souvent désignés par l'autorité de tutelles. Ce mode de gouvernance a quelques fois donné lieu à des polémiques à l'exemple de l'éviction d'Alain de POUZLHIAC en 2012 en désaccord avec les orientations du nouveau gouvernement.

L'Etat n'est pas présent de la même façon, au sein de France 24, qu'il ne l'est dans Al Jazeera. La présence de l'Etat français dans France 24 prend davantage une forme administrative, avec parfois la mise en place de nouvelles réformes, de rapports ou de changement d'orientations.

Contrairement à Al Jazeera où les références au pays dont elle dépend sont très rares, France 24 affiche son appartenance à la France, à commencer par son logotype, sa charte graphique et même par sa programmation. La perspective française sur l'information internationale est donc parfaitement assumée, la chaîne se donnant le rôle d'être un porte-voix des valeurs républicaines françaises.

Le rôle investi par France 24 en tant que média, est celui de proposer une information internationale d'un point de vue français. La chaîne met en valeur la liberté d'expression dont jouit le pays pour plaider sa propre liberté de ton. La chaîne s'est aussi positionnée comme une alternative aux médias du monde arabe, notamment ses concurrentes Al Jazeera et Al Arabyia en prônant une mission d'information neutre, un média désintéressé par les enjeux politiques de la région.

En réalité la chaîne et le pays dont elle dépend ne sont pas aussi désintéressés que ça par rapport aux enjeux politiques et géopolitiques de la région du monde arabe. Si la chaîne n'a pas la prétention de se positionner comme acteur politico-médiatique et comme une scène

³⁶ Source Wikipédia.

politique de substitution du monde arabe comme l'a fait Al Jazeera, elle s'aligne automatiquement sur les positions officielles de la France. Ce fut notamment le cas lors de la révolution Libyenne et de l'intervention militaire française dans le pays, où la chaîne a servi de porte-parole à la diplomatie française et à la présidence de la république. Le même cas s'est reproduit lors de la crise en Syrie.

Malgré une ligne éditoriale basée sur la représentation plutôt que sur l'action, permettant à la chaîne de mettre une certaine distance avec la scène politique arabe, sa mission diplomatique est clairement identifiable dans ses discours et sa représentation du monde arabe.

Si le rôle d'Al Jazeera est de légitimer et promouvoir le modèle Qatari afin de rendre ce pays incontournable dans des relations régionales et internationales, celui de France 24, comme outil de soft power est bien différent, notamment sur ses objectifs. Le rôle de France 24 est d'être un appui diplomatique à un pays qui jouit déjà d'une place importante dans les relations internationales. En cela la chaîne serait une sorte de complément, un outil parmi d'autres pour faire valoir le point de vue français dans le monde et dans le monde arabe en particulier.

Le soft power proféré par France 24, vient compléter un hard power dont jouit la France comme étant une des puissances du monde occidental. Le pays a d'ailleurs longtemps hésité quant à l'utilité de ce genre de soft power. Mais les réalités du monde moderne où les relations internationales tendent davantage à une diplomatie basée sur les outils du soft power ont poussé le pays à s'investir dans le soft power médiatique.

Nous pouvons également dire que dans les deux cas, le rôle de ce genre de médias n'est pas souvent d'être un porte-voix pour les Etats à l'origine de leurs créations ou du moins, pas toujours d'une façon claire et affichée. En effet ils servent parfois à défendre des positions que la diplomatie officielle ne pourrait pas défendre pour des raisons géopolitiques ou de stratégie. Les deux chaînes ont souvent brouillé les pistes quant à leur rôle, se montrant en divergence avec leurs pourvoyeurs de fonds. Mais cela n'est qu'un jeu de rôle permettant de faire valoir par les médias, des prises de positions parfois sensibles, en surfant sur la prétendue liberté des médias, les Etats pouvant profiter d'un double jeu efficace en substituant le soft power à la diplomatie officielle.

Des cas de ce genre de parade sont à relever dans les deux cas. Par exemple Al Jazeera se montre farouchement opposée à la politique de Washington dans la région, mais cela n'empêche pas le Qatar d'être le premier partenaire économique et sécuritaire des Etats Unis. De la même façon France 24, peut se montrer parfois critique vis-à-vis du régime Saoudien, mais cela n'empêche pas le président Français de vendre des avions rafales à ce pays et même de décerner la légion d'honneur au Prince héritier de ce pays.

Avant de conclure sur les typologies de comparaison que nous venons d'analyser, nous allons présenter ce tableau récapitulatif de ces trois typologies comparatives :

Typologies	Al Jazeera	France 24
Contexte d'émergence	<ul style="list-style-type: none"> - Changement de régime à la tête du pays. - Reconfiguration du rapport de force dans la région - Développement important de la technologie numérique et satellitaire. - Tendance à l'internationalisation des médias. - L'importance du monde arabe dans les relations internationales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le développement des chaînes d'information internationales et arabophones. - Contexte international marqué par la guerre contre le terrorisme. - Recul de l'influence française sur la scène internationale. - L'importance croissante du monde arabe dans les relations internationales.
Ligne éditoriale	<ul style="list-style-type: none"> - Forte identité visuelles et sonore. - Ligne éditoriale basée sur le conflit et l'action, la chaîne comme acteur des changements du monde arabe. - Discours très politisé, une part importante pour le discours religieux. - Politique éditoriale évolutive en fonction des priorités du pays. - Large éventail en termes d'opinions exprimées. - Absence de références nationales, mais plutôt régionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identité visuelle forte, absence d'identité sonore. - Ligne éditoriale basée sur la - représentation, le regard extérieur sur le monde arabe. - Discours politisé moins engagé. - Politique éditoriale constante. - Une pluralité en termes d'opinions relativement restreinte. - Fortes références, nationales, valeurs de la république française.
Rôle joué	<ul style="list-style-type: none"> - Un rôle de légitimation et de promotion du régime Qatari. - Un rôle de média comme substitut à la scène politique arabe. - Un outil de soft power pour un état dépourvu de hard power. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un rôle de promotion des valeurs françaises et du point de vue français. - Un rôle de voix alternative à celle des médias du monde arabe. - Un outil de soft power complémentaire au hard power.

VI.3.4 : Synthèse et résultats de l'analyse des typologies comparatives.

À travers les trois typologies de comparaison que nous avons analysées, nous avons essayé de construire un cadre méthodologique comparatif à la fois basé sur des outils qualitatifs et quantitatifs. La logique de base d'une démarche comparative tend à démontrer ce qui est commun et ce qui diverge entre les cas étudiés, et cela sur la base de typologies de comparaison qui nous servent de repères dans notre analyse.

Mais au-delà d'une simple répartition de points de convergence et de divergence, le raisonnement comparatif doit nous mener à conclure à des résultats et à restituer ces résultats de l'analyse. Dans ce sens Pierre LEGRAND, souligne que : « le discours comparatiste est un discours interprétatif en ce qu'il donne à connaître non pas les choses en elle –mêmes, mais bien la connaissance que le comparatiste en a acquise ». (LEGRAND, 1996, p.21).

On y voit l'importance d'une restitution de l'analyse comparative qui soit rigoureuse mais aussi interprétative des typologies de l'analyse. Notre rôle n'est pas alors seulement d'analyser nos typologies mais aussi d'interpréter les résultats de cette analyse au regard de notre questionnement de départ.

La comparaison entre Al Jazeera et le canal arabophone de France 24, concernant la part de la diplomatie dans la mission de ces deux chaînes, nous a amené à dégager trois typologies comparatives que nous avons analysées afin de savoir comment et dans quelle mesure cette part de diplomatie dans la mission des deux chaînes pouvait être vérifiée.

L'analyse des trois typologies comparatives, nous a permis de mettre au jour, des points de convergences et de divergence entre les deux cas de comparaison. Ces différents points de convergence et de divergence résultent à la base de la situation communicationnelle dans laquelle se place chacune des deux chaînes, comme étant à la fois média mais aussi outil d'exercice d'une certaine diplomatie au service de ceux qui sont à l'origine de leur création.

Nous tenons ici à rappeler qu'Al Jazeera et le canal arabophone de France 24, sont deux chaînes d'informations internationales et arabophones. Leur premier point de convergence réside dans l'aspect international de leur mission, mais aussi dans leur langue d'émission. À ce titre, elles se partagent également un même public, arabophone en conséquence.

Cependant, un point de divergence important réside notamment dans leurs origines géographiques et institutionnelles. L'analyse du contexte de l'émergence des deux chaînes

nous a permis de mieux comprendre les raisons qui ont poussé un micro-Etat pétrolier et la cinquième puissance mondiale à s'investir dans une chaîne d'informations internationale.

Si pour le Qatar, des changements majeurs à la fois de la configuration locale et régionale, puis un contexte international favorable à l'internationalisation des médias étaient des éléments décisifs dans sa création, le canal arabophone de France 24, quant à lui, vient répondre à un contexte international et régional favorable à sa création. Malgré cela, nous avons pu dégager dans cette typologie, deux dénominateurs communs qui expliqueraient le cheminement des deux projets. Il s'agit notamment de la tendance à l'internationalisation des médias comme résultat d'une mondialisation de plus en plus importante et d'une région, le monde arabe en l'occurrence, de plus en plus primordiale dans les relations internationales. Ces éléments à eux deux, sont de notre point de vue, suffisamment convaincants pour inciter le Qatar et la France à se lancer dans l'arène mondiale des chaînes internationales d'information. Que ce soit dans l'exemple d'Al Jazeera ou dans celui de France 24 ou d'une façon générale dans celui de toutes les autres chaînes internationales d'informations, cela nous laisse dire que c'est l'aboutissement d'un modèle mondial, transnational en termes des médias, qui est à l'origine de leur création.

Cet aspect n'est pas non plus dénué de toute ambition géopolitique. Se positionner dans l'échiquier diplomatique mondial après avoir compris le poids des médias et se disputer aussi une place importante au sein de l'espace public et géopolitique du monde arabe, sont des arguments importants à retenir.

Ainsi les contextes dans lesquels les deux chaînes sont créées sont indissociables de la trajectoire prise par chacune d'elles et des perspectives qu'elles se sont fixées. Si certains contextes se sont eux même imposés aux parties à l'origine de ces deux chaînes, d'autres par contre ont constitué une aubaine pour ces dernières. Il s'agit, dans le cas d'Al Jazeera d'accompagner et de promouvoir un nouveau régime, aux ambitions régionales et internationales importantes, et dans le cas de France 24 de redorer le blason d'une France de plus en plus timide sur la scène internationale afin d'apporter sa voix dans un paysage médiatique mondial de plus en plus important et concurrentiel.

L'analyse de la ligne éditoriale des deux chaînes, qui implique l'analyse de leurs identités visuelles et sonores, ainsi que leurs dispositifs en termes de programmes et d'orientation, nous a permis de mieux cerner les mécanismes purement médiatiques mis en œuvre par ces deux dernières afin de conquérir la place à laquelle elles aspirent auprès du public.

Nous avons pu constater des différences dans les stratégies mises en place par les deux acteurs. Cela s'explique par un facteur déterminant celui de l'appartenance des deux chaînes.

De son côté, le canal arabophone de France 24 peut compter sur l'image de prestige dont dispose la France sur la scène internationale, notamment en termes de démocratie et de liberté d'expression, image que la chaîne n'a pas hésité à mobiliser depuis sa charte graphique, son logo jusqu'au choix de sa grille des programmes. La mission d'Al Jazeera, quant à elle, s'avère plus difficile, car c'est à elle seule de construire cette image dont elle porte les couleurs, d'où une ligne éditoriale beaucoup plus agressive, plus conflictuelle et paradoxale. Cela pourrait s'expliquer également par une meilleure connaissance et une meilleure maîtrise du contexte sociopolitique du monde arabe.

En investissant un créneau médiatique très politisé, Al Jazeera a pu s'attribuer un rôle beaucoup plus important que celui de France 24 dans l'espace public arabe. Si cette typologie est marquée par davantage de divergences entre les deux chaînes, que dans les autres typologies, c'est parce que la stratégie des deux chaînes est différente. En tentant de s'adapter à leurs contextes respectifs, chacune a fait un choix différent en termes de politique éditoriale. Pour Al Jazeera il s'agit d'amplifier les conflits du monde arabe, de soutenir les oppositions politiques dans cette région, afin de s'attribuer un rôle important dans le paysage médiatique arabe et donner une place importante au Qatar, Etats pourvoyeurs de fonds de cette chaîne. Mais pour cela, Al Jazeera se retrouve dans l'obligation d'avancer masquée pour ne pas compromettre la stratégie du Qatar. La fragilité du statut de leadership régional du pays, ainsi que les reproches qui peuvent lui être fait par rapport à son régime politique, notamment son manque de démocratie, l'ont obligé à éviter d'afficher tous signes d'appartenance à ce système. C'est donc un paradoxe qu'Al Jazeera a tenté d'assumer, celui d'être une voix libre au sein d'un pays qui ne répond pas aux normes occidentales de démocratie. Ce paradoxe, Al Jazeera l'a nourri et a tenté de le maintenir auprès de son public. C'est ainsi que sa programmation et sa ligne éditoriale se retrouvent chargées de cette revendication de liberté et que la chaîne est beaucoup impliquée dans les conflits du monde arabe.

En revanche, France 24 se trouve dans une situation que nous pouvons qualifier d'hégémonie naturelle, jouissant du prestige du système français souvent cité en exemple. Cela lui facilite la tâche de se revendiquer comme une alternative, neutre et indépendante à ses concurrentes directes.

La chaîne a ainsi fait des valeurs républicaines françaises son cheval de bataille et parfois ses slogans. En arborant ainsi ces valeurs, la chaîne pense s'affranchir de toute forme de légitimation de son indépendance vis-à-vis de l'Etat français, car son statut de média libre est acquis à partir du moment où elle émane d'un pays qui a adhéré à façonner les normes occidentales de la démocratie, contrairement à Al Jazeera et au Qatar.

L'analyse de la ligne éditoriale des deux chaînes nous a permis de comprendre les orientations et les identités qu'elles revendiquent. Cependant entre leur revendication, ce qu'elles placent au premier plan auprès de leur public et la réalité des enjeux qui les animent, il y a une différence. L'analyse de la ligne éditoriale, permet également de mettre en valeur les pratiques et le professionnalisme des deux chaînes. Cet élément est révélateur de leurs compétences en termes journalistiques. C'est ainsi que nous avons constaté que la chaîne Qatari Al Jazeera jouit d'une identité forte, mais aussi de compétences importantes au sein de son équipe de rédaction et de journalistes, la plaçant loin devant sa concurrente française en termes d'efficacité et de compétence purement médiatique.

La dernière typologie que nous avons analysée, à savoir le rôle des deux chaînes, nous a permis de mettre la lumière sur le vrai rôle joué par ces deux chaînes loin des postures du marketing médiatique. Dans cette typologie nous avons constaté une convergence au niveau de leur rôle et de leur mission. Dans les deux cas, nous avons constaté qu'Al Jazeera et France 24 tendent à remplir un rôle d'outil de soft power au service des Etats qui sont à l'origine de leur création. Malgré des différences dans le processus suivi par chacune d'elles, leur rôle au final s'avère être le même, celui de constituer un complément à la diplomatie officielle. Elles se retrouvent toutes les deux au centre d'une stratégie de diplomatie publique très rodée, celle de se subordonner parfois aux prises de positions et aux opinions officielles et parfois de les contredire afin de brouiller les pistes et de permettre une certaine ambiguïté par rapport aux positions réelles des Etats. En effet, elles disent parfois tout haut ce que leur pays pense tout bas, c'est la formule qui résume le mieux l'usage subtil fait des médias dans une perspective diplomatique.

Conclusion.

Notre objectif à travers ce travail est d'analyser deux médias, deux chaînes internationales d'informations qui ont émergé dans deux contextes différents, deux acteurs importants dans le paysage médiatique mondial et arabophone. Ce sont deux acteurs qui s'interrogent aussi à leur manière sur l'actualité mondiale et régionale avec des sensibilités différentes, des analyses différentes, mais surtout des orientations différentes. Mais malgré ces différences il s'est avéré que ces deux chaînes se partagent des points de convergence, notamment relatifs à leur mission, leur rôle et leur relation avec les pays qu'elles représentent.

Notre objectif à travers cette recherche est de déterminer si les médias du genre d'Al Jazeera et France 24 portent une part de diplomatie dans leur mission et comment ils traitent les enjeux géopolitiques. Le rôle de ces médias comme soft power pour les pays qui sont à leur origine est notre questionnement de départ, auquel nous avons tenté de répondre, mais aussi d'analyser comment ce rôle se définit. Est-ce que les deux acteurs que nous étudions sont égaux vis-à-vis de ce rôle, notamment dans la perception de ce dernier par les spécialistes et par la communauté scientifique ?

Nous nous sommes engagés dans cette recherche dans une étude comparative entre ces deux chaînes internationales d'informations, Al Jazeera et le canal arabophone de France 24. Dans notre démarche nous étions amenés à structurer notre travail autour de différentes références théoriques et méthodologiques. Cela implique la mobilisation de certains concepts élémentaires pour expliquer et analyser notre sujet, mais aussi des outils d'analyse qualitatifs et quantitatifs qui ont permis à notre analyse d'aboutir à un postulat crédible du point de vue scientifique.

Dans cette perspective nous avons désigné les mots clés impliqués dans notre recherche et qui définissent les contours de notre sujet. Nous avons aussi évoqué ces concepts et leur interaction et dans quelle perspective nous les mobilisons. C'est notamment le cas avec l'internationalisation des médias, l'hégémonie ou encore le soft power. Sur le plan méthodologique et dans une démarche comparative, nous construisons un modèle comparatif d'analyse qui se base sur trois typologies comparatives associées à nos deux cas de comparaison. L'analyse de ces typologies a mobilisé des outils d'analyse à l'exemple de l'analyse de contenus, l'analyse des représentations, qui nous ont permis d'aboutir aux résultats que nous avons présentés dans notre synthèse des résultats.

À travers ces deux exemples, c'est une réflexion sur l'ensemble des acteurs médiatiques de ce genre que nous avons voulu aborder. Ce cheminement nous a alors permis de répondre à nos

interrogations de départ, de savoir si les chaînes internationales d'informations sont un outil de soft power pour les pays qui sont derrière leur avènement.

L'existence de ces médias fait partie d'une stratégie de diplomatie publique mise en place par différents pays à la recherche de plus d'influence et de visibilité sur la scène internationale.

Nous pouvons donc dire, que oui les médias du genre d'Al Jazeera et du canal arabophone de France 24 sont porteurs d'une dimension diplomatique dans leur discours, dans leur analyse de l'actualité mondiale et dans leur représentation de l'autre.

Le pouvoir des médias d'une façon générale, et des chaînes internationales d'informations en particulier, n'est finalement pas un pouvoir en soi, dont peuvent jouir ces acteurs comme étant des institutions de pouvoir. Contrairement au mythe qui présente la presse ou les médias comme un quatrième pouvoir, il s'avère ici que ce ne sont pas les médias qui ont ce pouvoir. Ils se réduisent, en fait à un outil de pouvoir entre les mains des États et autres partis qui les financent. Un prétendu pouvoir qui serait au service d'un autre pouvoir n'est dès lors pas un vrai pouvoir, mais plutôt un instrument de pouvoir et d'influence. C'est le cas des chaînes internationales d'informations.

Avec le développement technique et technologique, le pouvoir proféré par les médias n'est plus l'apanage des puissances mondiales occidentales. Les pays émergents et certains micro-États se sont invités à la table des puissances en quête de l'arme médiatique. Mais ce que nous pouvons qualifier de tentative de contre hégémonie sur les médias de la part de ces pays, n'est pas perçu de la même façon des deux côtés. Cette irruption de pays jusqu'ici marginaux dans les relations internationales cristallise une certaine méfiance et une diabolisation de la part des anciennes puissances, voyant en cela une menace sur leur hégémonie. Ces derniers semblent être pris au piège d'une mondialisation et d'une internationalisation qu'ils n'ont eu de cesse de promouvoir, mais qu'ils n'ont jamais imaginée pouvant servir les autres pays qui voudraient s'émanciper.

Si contrattaquer sur le plan médiatique s'est vite imposé comme une solution pour les grandes puissances, en s'adressant directement aux peuples opprimés des pays émergents dans leurs langues, ces puissances ont aussi profité de cette ouverture médiatique internationale pour échafauder des projets et des stratégies d'avenir pour ces pays. En diabolisant la contre hégémonie médiatique des pays émergents et en mettant la démocratie à l'occidental comme modèle suprême et condition sine qua non à toute liberté d'expression, ces pays entendent imposer leur modèle aux autres ou au mieux les contraindre à rester des pays sous-tutelle.

Nous avons pu à travers ce travail, observer la mutation des médias et leur implication de plus en plus importante dans les relations internationales. Les deux modèles que nous étudiés présentent à ce titre des similitudes mais aussi des divergences dans leurs stratégies. Mais au final, leur mission reste la même, être un moyen d'appui aux politiques étrangères de leur pays, et représenter un soft power indispensable au positionnement géopolitique de chacun des Etats impliqués. Si des pays comme le Qatar, à la tradition politique dite totalitaire, investissent le créneau des médias, c'est que ce genre de pays a bien pris conscience que la violence de l'Etat ne suffirait plus à réprimer les aspirations de liberté et qu'il fallait trouver d'autres moyens d'influence plus efficaces et moins douloureux. La création d'Al Jazeera fait partie d'une stratégie de politique publique de communication mise en place par ce pays. Les grandes puissances n'échappent pas elles non plus, à cette logique. Naom CHOMSKY a écrit dans ce sens : « l'aspiration à la liberté ne pouvait plus être contenue par la seule violence d'Etat. On s'est donc tourné vers les technologies de la "fabrique du consentement". L'industrie des relations publiques produit, au sens propre du terme, du consentement, de l'acceptation, de la soumission. Elle contrôle les idées, les pensées, les esprits. Par rapport au totalitarisme, c'est un grand progrès : il est beaucoup plus agréable de subir une publicité que de se retrouver dans une salle de torture ». (CHOMSKY Noam, 2007, p. 8-9).

Cette phrase résonne bien à notre sens avec les objectifs des Etats opérateurs au sein des médias et des chaînes internationales d'informations, celui de trouver une alternative fiable à la violence pour soumettre et contrôler leur propre peuple puis les autres peuples. C'est ici que la logique du soft power en opposition au hard power prend tout son sens.

Nous estimons par ailleurs, que cette recherche a répondu à nos questionnements de départ et qu'elle a répondu aux objectifs escomptés, malgré les difficultés que nous avons rencontrées lors de la réalisation de cette dernière. Ces difficultés sont à peu près les mêmes que celles rencontrées par tout chercheur et doctorant, à savoir le manque du temps nécessaire à la réalisation du travail ou une mauvaise gestion de ce dernier et la difficulté à explorer davantage le terrain ou à accéder à certains terrains de recherche, soit pour des raisons budgétaires ou pour d'autres raisons. Dans notre cas, un déplacement sur les sites des deux chaînes et des rencontres avec leurs dirigeants auraient pu nous aider à développer certains éléments d'analyse.

S'ajoute à ces difficultés, un manque de documentation relatif à certaines parties de notre travail, notamment concernant le cas de France 24 et de son canal arabophone, qui reste un média très peu étudié. En conséquence toute documentation relative à ce sujet reste rare.

De même pour la méthode comparative appliquée aux études sur les médias, où nous avons pu constater une approche méthodologique peu exploitée dans cette perspective.

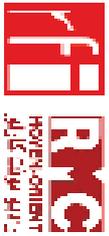
Malgré un aboutissement de notre recherche à des résultats probants et exploitables, il nous semble judicieux d'exposer certaines pistes qui peuvent nous permettre de développer ce dernier dans l'avenir pour une analyse plus approfondie. En ce sens nous pouvons dire que la piste d'une étude de réception serait très bénéfique pour aboutir à des résultats plus solides dans le cadre d'un développement de notre sujet. Nous pouvons également ajouter à nos deux cas de comparaison d'autres cas qui s'inscrivent dans la même logique afin d'affiner certaines de nos analyses et de permettre d'apporter d'autres typologies d'analyse enrichissantes pour ce travail. Nous pouvons également suggérer une analyse de contenus plus approfondie et plus complète sur plusieurs typologies comparatives, nous permettant de développer une analyse qualitative plus aboutie. La dernière perspective que nous pouvons également développer et qui s'est imposée à nous en finissant ce travail, est relative aux changements du monde médiatico-technique de notre époque, avec l'irruption de nouveaux moyens de communication qui ont favorisé une tendance à l'auto-médiatisation et à la production autonome de contenus d'informations, notamment à travers internet et les réseaux sociaux. Cette nouvelle logique vient en effet bousculer le paysage médiatique mondial et mettre à mal les grandes chaînes internationales d'informations.

À l'heure de l'information en temps réel et du libre accès aux différents contenus, le pouvoir proféré par les médias aux pays semble de plus en plus fragile face aux démarches citoyennes et autres initiatives qui s'organisent via internet et les réseaux sociaux. Nous pouvons ainsi nous interroger dans une perspective de réflexion sur le devenir des chaînes internationales d'informations face à cette nouvelle réalité et face à la méfiance quant à la neutralité de ces chaînes et à leur impartialité. Les nouveaux usages en termes d'informations semblent de plus en plus se rapprocher d'une certaine autonomie pour le public qui ne se satisfait plus d'être un récepteur passif, mais qui tend à jouer un rôle important dans la médiatisation à une échelle mondiale. C'est ainsi que la dernière décennie a été marquée par des révélations, des débats et des conflits qui se sont joués sur un autre terrain que celui des médias classiques. Ces changements vont-ils redistribuer encore une fois les cartes de l'influence et de l'hégémonie sur le système international d'informations et pousser les Etats à développer de nouvelles stratégies afin de garder la mainmise sur l'information?

Partenariat éditoriaux



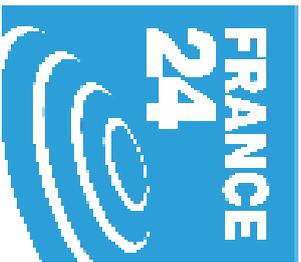
- ▶ Mise à contribution du réseau de correspondants : pages web et contenu, images potentielles importées (films et 30 mn extra de correspondants de France 24)
- ▶ Formation de modules spécifiques (par exemple : un tour en image pour découvrir l'actualité économique)
- ▶ Formation du boudier de France 24 en français, arabe et anglais



- ▶ Mise à contribution du réseau de correspondants page web et contenu (2 – et 3 – extra de correspondants de France 24)
- ▶ Mise à contribution notamment sur une ou deux expertises des relations internationales de RFI et RMC Moyen-Orient : débriefing de l'actualité internationale
- ▶ Contribution sur une ou deux communications des études et de la recherche
- ▶ Formation de modules spécifiques



- ▶ Contribution de l'actualité parlementaire
- ▶ Echanges : matériels d'image, reportages et émissions



Partenariats de distribution potentiels



- ▶ Réseau de France 24 (français, anglais et arabe) et autres émissions proposées à la reprise sur TV partenaires de France 24 dans le monde (cinquante francophones Liban, Syrie, Jordanie, Viet-Nam, Cambodge) – satellite radio de la visibilité des programmes de France 24

TV et chaînes d'information étrangères

- ▶ Exemple : RFI, une chaîne d'information en continu de langue française et en français
- ▶ Echanges : matériels d'image et reportages
- ▶ Contribution sur une ou deux expertises de correspondants



AITV

- ▶ Experte par France 24 des images et reportages réalisés par l'AITV - administration des journaux et du média 24 heures en français
- ▶ Mise à contribution de journalistes de l'AITV/Radio à Paris : couverture de l'actualité d'Asie du Sud-Est - Océan et Pacifique et en France, médias régionaux en Asie et en France - Océan
- ▶ Examens d'images d'Asie et Océan sur une ou deux expertises africaines de l'AITV
- ▶ Contribution de l'actualité des DOM - TOM

Schéma représentatif du projet de fusion RFI, MCD avec France 24

Audiovisuel**France 24 émet désormais en arabe dix heures par jour****Par A.F.P. le 30/04/2009.**

La chaîne publique française d'information internationale France 24 est passée depuis lundi de quatre à dix heures d'émissions quotidiennes en arabe. « France 24 est une vraie grande réussite dans le Maghreb, et nous développer en arabe est notre priorité », a déclaré son PDG, Alain de Pouzilhac, en présentant au Caire ce nouveau bond dans la diffusion.

Il a espéré que la diffusion de sa chaîne 24 heures sur 24 intervienne au premier trimestre 2010, avec pour concurrents directs sur l'ensemble du monde arabe d'autres chaînes comme Al Jaazira. France 24 n'a cessé d'augmenter son audience auprès des leaders d'opinion, en particulier d'Algérie, (88 % selon une étude TNS-Soffres), du Maroc (80 %) et de Tunisie (73%), juste derrière Al Jaazira, mais devant CNN et la BBC. Avec 36 journalistes du canal arabe, sous la direction de Nahida Nakad, France 24 va émettre de 14h (12h GMT) à minuit (22h GMT), avec plus de directs, de débats et d'interactivités. M. Pouzilhac a encore souligné que France 24 entendait apporter un « regard français » sur l'actualité, avec un accent sur la culture « *qui est aussi importante que l'économie* », et un espace de débats et de confrontations. Une soirée de débats au Caire et de duplex de Ramallah, d'Alger et de Tunis est présentée lundi en soirée à l'occasion du lancement des 10 heures de diffusion en langue arabe. Une chronique économique en arabe est diffusée quotidiennement, à partir du Caire, en collaboration avec l'AFP. France 24 fait partie, avec Radio France Internationale (RFI) de la Holding Audiovisuel extérieure de la France, qui détient par ailleurs la majorité des parts de la chaîne francophone TV5Monde.

La chaîne diffuse en arabe quotidiennement pendant dix heures
« En Algérie, 40% des leaders d'opinion regardent France 24 chaque jour »

France 24 semble trouver audience auprès des leaders d'opinion en Algérie. « Chaque jour, 40% des leaders d'opinions regardent France24 en Algérie et 90% déclarent la connaître », a annoncé, hier à l'hôtel El Djazaïr à Alger lors d'une conférence de presse, Alain De Pouzilhac, président-directeur général de l'Audiovisuel extérieur de France et président du directoire de France 24.

En deux ans d'existence, cette chaîne a, selon lui, doublé sa part d'audience auprès de cette frange de la population. Au Maghreb, et selon une étude TNS-Sofres, 80% des leaders d'opinion tunisiens déclarent regarder cette chaîne contre 73% au Maroc. Alain De Pouzilhac est venu à Alger accompagné de ses collaborateurs dont Nahida Nakad, directrice adjointe de la rédaction en charge des contenus en langue arabe. Depuis le 27 avril 2009, France 24 en arabe diffuse pendant dix heures, soit six heures de plus que par le passé (de 13 à 23 h). Cette augmentation du volume horaire permettra, selon les responsables de la chaîne, une conquête de nouveaux téléspectateurs et internautes. France 24 arabe va s'appuyer sur le réseau dense des correspondants de Monte-Carlo Doualiya, filiale de Radio France internationale (RFI).

Avec TV5 Monde, RFI, Monte-Carlo D, France 24, avec ses programmes en français, en anglais et en arabe, fait partie de Audiovisuel extérieur de France (AEF) dont la directrice générale est la journaliste Christine Ockrent. L'AEF est doté d'un budget annuel de 300 millions d'euros dont 130 millions d'euros sont affectés à RFI et 90 millions d'euros à France 24. « Nous avons 750 correspondants pour les trois langues. L'objectif est de passer à 1000 correspondants avec l'utilisation des journalistes bilingues et trilingues. Nous voulons créer une synergie entre Internet, radio et télévision. Une synergie au niveau des langues et au niveau des technologies », a précisé Alain De Pouzilhac. France 24 va recruter au moins une centaine de journalistes arabophones. Nahida Nakad avoue avoir reçu un nombre important de demandes de recrutement. « France 24 est une chaîne libre où l'on peut exprimer ses opinions. Les journalistes arabes en ont besoin. Il n'y a pas de pressions politiques », a-t-elle indiqué. Alain De Pouzilhac est allé dans le même sens soulignant que la chaîne est indépendante des pouvoirs publics français et des annonceurs. « Il y a un mur infranchissable. Je tiens à l'indépendance de la chaîne. Si l'on perd cette indépendance, on perd sa crédibilité et on perd son audience. Si on a envie de critiquer un fait d'actualité, on le fera », a-t-il soutenu.

Selon Nahida Nakad, qui a travaillé pendant 20 ans à TF1, les conflits que connaît la région du Moyen-Orient seront présentés par la rédaction arabophone de France 24 d'une manière irréprochable. « Nous avons un intérêt culturel et historique à parler en arabe, une des langues les plus parlées dans le monde », a déclaré Nahida Nakad. La programmation de France 24 en arabe est proche, selon elle, de celle de la chaîne en anglais et en français. « C'est le même regard. Le format du journal a changé avec 13 minutes. On a rajouté des revues de la presse arabe et internationale et une revue de la presse israélienne et palestinienne. La presse israélienne intéresse le monde arabe », a-t-elle expliqué. France24 arabe produira des reportages sur le monde arabe qui seront adaptés aux programmes en français et en anglais. « Le grand message est de créer un pont entre la France et les pays arabes. Cela peut être exprimé par des émissions sur les faits liés aux sociétés arabes », a observé Nahida Nakad.



France 24 : un soft power à la française ?

JEAN-BERNARD CADIER 17 Février 2011



Les crises tunisienne et égyptienne ont montré les limites de l'appareil diplomatique de la France. Elles ont montré aussi la force de son appareil audiovisuel extérieur, notamment la chaîne France 24. Des milliers de témoignages ont afflué de Tunisie au cours du mois de janvier pour souligner le rôle joué par France 24 dans l'amplification du mouvement qui a abouti au départ du président Ben Ali. Les révolutions tunisienne et égyptienne sont en train de confirmer le rôle crucial des chaînes d'information internationales satellitaires, véritables instruments de soft power dans la mondialisation de l'information et des luttes d'influence. La vague de contestation dans le monde arabe pourrait jouer pour ces chaînes le rôle qu'avait joué la Guerre du Golfe pour CNN au début des années 1990. Les grands bénéficiaires en Tunisie et en Egypte ont été Al-Jazeera et Al-Arabiya. Mais juste derrière, France 24 commence à s'imposer notamment en arabe et en français.

À partir des événements de Sidi Bouzid à la mi-décembre les Tunisiens ont eu un immense besoin d'information. Les médias locaux étant silencieux, la population n'a eu de cesse de trouver des sources d'information alternatives sur Internet et sur les chaînes internationales. Ils se sont massivement portés sur France 24 qui leur offre une chaîne en français, une chaîne en arabe ainsi qu'un site Internet en chaque langue (elle propose aussi les mêmes services en anglais). La pénétration réelle de la chaîne reste en Tunisie comme ailleurs difficile à quantifier (qui organisera un sondage Médiamétrie dans 190 pays ?) mais les progrès du site Internet donnent une idée de l'ampleur du phénomène. Pendant la semaine qui a conduit à la chute de Ben Ali le site de France 24 en arabe a connu une augmentation de fréquentation de 53%, le site en anglais de 17% le site en français de 13%. La page Facebook des « Débats de France 24 » entièrement consacrés à la Tunisie cette semaine-là a connu en sept jours une hausse de 118%.

Pourquoi France 24 ? On peut penser que la chaîne bénéficie là de son positionnement de chaîne à la fois française et internationale. Qui ne tombe pas dans les travers sensationnalistes (voire militants) d'Al-Jazeera et se distingue des autres chaînes d'information françaises par la place consacrée à l'actualité internationale.

FRANCE 24 LANCE SON AL-JAZEERA ARABE A LA FRANCAISE

TOL PRESSE DU 13/10/2010 à 02:05

Dernière modification : 12/10/2010

- France – Médias

Lancement des 24 heures d'antenne en langue arabe

Quatre ans après son lancement en décembre 2006, France 24, première télévision française à proposer une chaîne arabophone entièrement dédiée à l'information internationale, lance ses 24 heures d'antenne en langue arabe.

Par FRANCE 24 (texte) Nahida NAKAD, directrice de la rédaction du pôle arabophone.

Le canal en langue arabe de FRANCE 24 passe à 24 heures de diffusion quotidienne à partir du mardi 12 octobre à midi (heure de Paris). Moins de quatre ans après son lancement en décembre 2006, FRANCE 24 est la première chaîne française à proposer une chaîne en langue arabe entièrement dédiée à l'information internationale. D'une diffusion de 4 heures par jour depuis le 2 avril 2007, la chaîne était passée à 10 heures quotidiennes en avril 2009.

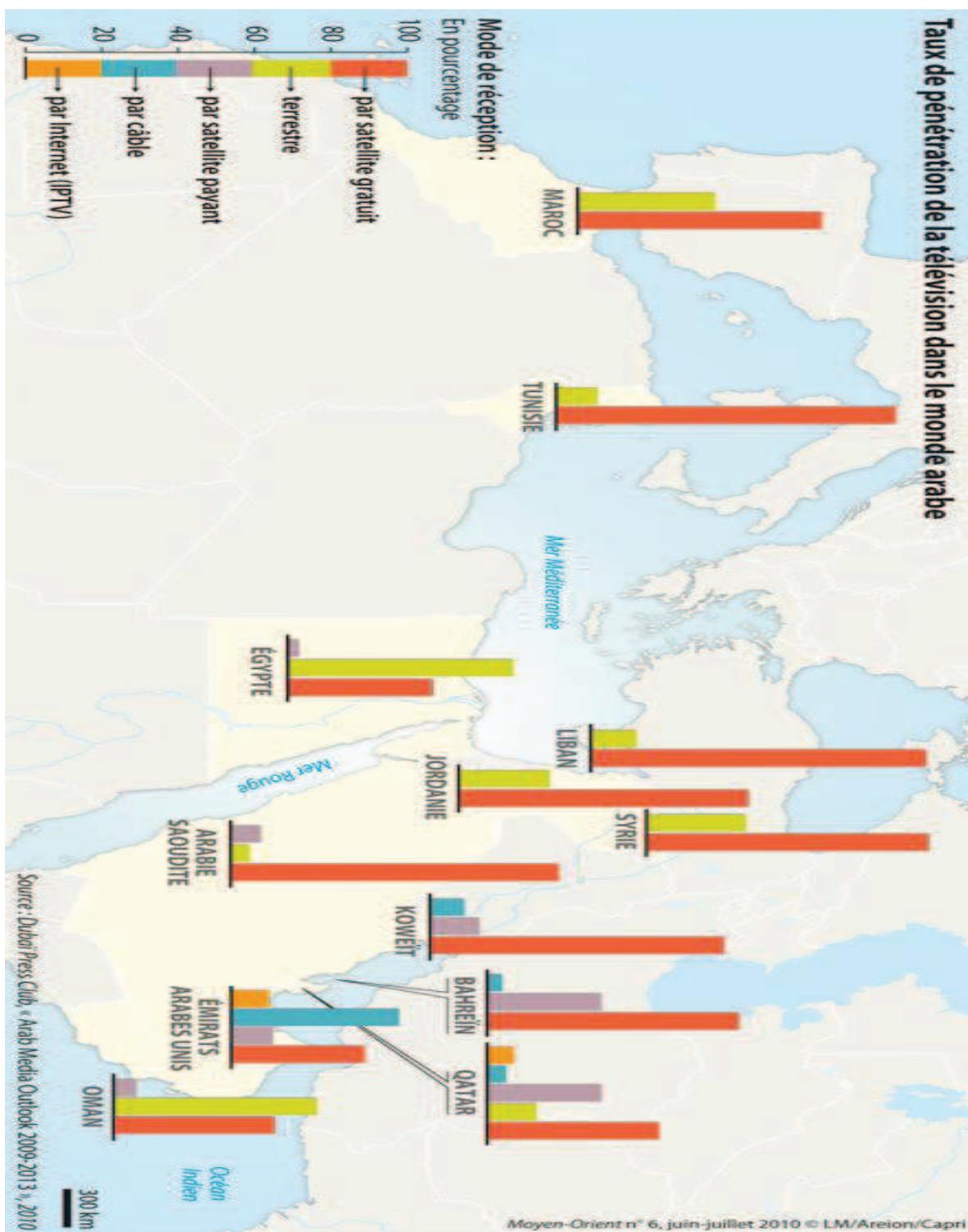
Fidèle à sa mission initiale, FRANCE 24 proposera une perspective française sur l'actualité mondiale qui consiste à reconnaître la diversité du monde à travers ses opinions, ses religions et à accorder une place importante à la culture en privilégiant le débat et la confrontation des idées.

Principalement destinée aux téléspectateurs arabophones du Proche et Moyen-Orient, et du Maghreb, la chaîne sera aussi largement diffusée en France, en Europe et en Afrique grâce aux satellites Hot Bird, Arabsat et Nilesat.

En France, FRANCE 24 en langue arabe sera disponible dès le 12 octobre sur tous les réseaux ADSL : Free (canal 97), Neufbox (canal 238), DartyBox (canal 576), Alice (canal 119), Bbox (canal 205) et sur CanalSat (canal 351).

80 % des leaders d'opinion au Moyen-Orient favorables au passage à 24 heures

Depuis son lancement, FRANCE 24 n'a cessé de développer ses parts de marché auprès des leaders d'opinion. Avec 20 millions de téléspectateurs par semaine sur la zone Europe/ Moyen-Orient / Afrique (EMEA), FRANCE 24 attire déjà 2,6 millions de leaders d'opinion dont 1,6 million au Maghreb et 1 million au Moyen-Orient. Selon une étude TNS-Sofres réalisée en octobre 2009, 80 % des leaders d'opinion au Moyen-Orient se déclarent favorables à un passage à 24 heures d'antenne arabe sur FRANCE 24. Sur les tests effectués, le pourcentage de leaders d'opinion au Proche et Moyen-Orient qui regardent FRANCE 24 est de 17 %, soit 50 % de plus que la moyenne des autres parties du monde.



Source, Moyen-Orient n°06, juin/juillet 2010.

Annexe n°07

Evolution de la subvention allouée à France 24
(en euros)

Titre et catégorie	Autorisations d'engagement			Crédits de paiement		
	Consommées en 2006	Ouvertes en LFI pour 2007	Demandées pour 2008	Consommés en 2006	Ouverts en LFI pour 2007	Demandés pour 2008
Titre 6. Dépenses d'intervention	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000
Transferts aux entreprises	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000
Totaux	63 000 000	69 542 118	70 000 000	63 000 000	69 542 118	70 000 000

Source : Projet de loi de finances pour 2008 : Médias : audiovisuel et chaîne d'information internationales

Al-Jazeera en tête de l'audience dans le monde arabe

Par L'EXPRESS.fr avec AFP, publié le 23/05/2013 à 10:07

S'appuyant sur de récents sondages, la chaîne du Qatar revendique le leadership.

Al-Jazeera bénéficie toujours du plus haut taux d'audience dans le monde arabe, a annoncé la chaîne du Qatar, en se basant sur les résultats d'un sondage mené par deux instituts indépendants. Selon un communiqué de la chaîne, "un sondage réalisé par les instituts Ipsos et Sigma a montré qu'au cours du premier trimestre 2013, le nombre de téléspectateurs d'Al-Jazeera dans la région Moyen Orient-Afrique du Nord a dépassé de 34% le nombre de téléspectateurs de toutes les autres chaînes d'informations combinées".

Cette annonce intervient alors que la chaîne a été très critiquée pour son parti pris en faveur des islamistes dans plusieurs pays du Printemps arabe, notamment l'Egypte, la Tunisie et la Libye. Le sondage a été effectué dans 21 pays arabes sur des personnes de plus de quinze ans et concerne uniquement la chaîne d'informations, et non les sports, la chaîne documentaire, ni la chaîne pour enfants. Selon ce sondage, la chaîne du Qatar se classe au premier rang avec 25.239.539 de téléspectateurs, suivie par sa concurrente directe, Al-Arabiya, chaîne à capitaux saoudiens basée à Dubaï (14.477.274 millions). Ces deux chaînes dépassent de loin France 24 (810.547 téléspectateurs), talonnée par la BBC en arabe (720.486 téléspectateurs), Sky News Arabia, basée à Abou Dhabi (517.850 téléspectateurs) et Russia Today (90.061). "Al-Jazeera continue d'être en tête, en raison de notre (...) politique éditoriale basée sur la rapidité, la précision et l'objectivité", a commenté le directeur général d'Al-Jazeera, cheikh Ahmed ben Jassaem Al Thani. Il a souligné que la chaîne devait toujours affronter de nouveaux défis, le dernier en date étant "la fermeture de nos bureaux le mois dernier en Irak" par décision du gouvernement qui l'a accusée, ainsi que neuf chaînes locales, "d'incitation au confessionnalisme".

Radio Paris

A quoi sert France 24 ?

Alors que la fusion de France 24 et de RFI sera lancée cette semaine lors d'un nouveau conseil d'administration de l'audiovisuel - comme l'a confirmé mercredi dernier François Fillon - Yves Doutriaux, conseiller d'Etat, ancien ambassadeur auprès de grandes institutions internationales et ancien porte- parole du Quai d'Orsay revient pour Atlantico sur les débuts difficiles, les luttes intestines et les perspectives d'avenir de la chaîne internationale d'information francophone.

Yves Doutriaux

La microcholine guerre des chefs à France 24 entre Alain de Pouzilhac et son adjointe Christine Ockrent - dont la nomination en 2008 avait conduit son mari Bernard Kouchner, au grand dam des diplomates, à retirer au Quai d'Orsay sa tutelle sur l'audiovisuel extérieur au prétexte d'éviter tout conflit d'intérêt - aura au moins eu le mérite d'attirer les projecteurs en France sur le développement dans le monde de la chaîne française d'information continue. Sous l'impulsion obstinée de Jacques Chirac, France 24 a été lancée, en décembre 2006, par Internet, le câble et le satellite en français et en anglais puis, depuis 2007, en arabe, d'abord en France, en Europe, dans les pays arabes, en Afrique, New-York et Washington.

Un accouchement dans la douleur

Depuis les années 1980, on ne comptait plus les rapports parlementaires et gouvernementaux regrettant l'absence d'une CNN ou d'une BBC « à la française » diffusant, dans les langues les plus parlées, « un regard français sur le monde ». Ainsi en 2003, CNN et BBC s'étaient gardés de diffuser les applaudissements au Conseil de sécurité de l'ONU approuvant le discours de Villepin hostile à l'intervention américaine en Iraq. Il y allait de l'influence française alors que la langue de Molière est proportionnellement moins parlée et que le réseau des instituts culturels français manque cruellement de moyens.

Certes, le paysage audiovisuel extérieur français (le « PAEF » pour les jargonnants) ne manquait pas d'acteurs : Radio France International, la télévision francophone TV5, patchwork entre la France, le Québec, la Belgique et la Suisse dont la plupart des émissions restent issues des télévisions publiques de ces pays, la chaîne franco-allemande ARTE, Euronews, financée par des télévisions publiques de plusieurs pays européens...

Paris avait vainement imaginé le regroupement de ces chaînes et de leurs budgets fractionnés afin de mettre sur la table les centaines de millions d'euros indispensables pour lancer et faire fonctionner un service continu mondial multilingue d'informations télévisées concurrençant les autres grands réseaux. Les autres pays francophones s'étaient insurgés contre cette velléité ; ARTE a fait valoir sa spécificité ; quant à Euronews, la France, qui n'y est que minoritaire, ne pouvait y faire la loi d'autant moins que près de 30 % de son capital

appartient désormais à des médias turc et russe. Nécessairement un nouveau média devait être créé ex nihilo ; mais, à peine lancée en 2006 en partenariat public/privé improbable entre les frères ennemis TF1 et France télévisions imposé par Jacques Chirac, France 24, par décision de Nicolas Sarkozy, est devenue en 2008 une entité propre, propriété à 100% de l'Etat dans le cadre d'une holding « audiovisuel extérieur de la France », possédant également RFI et 49% de TV5 Monde.

Bibliographie

Livres et ouvrages :

AMOSSY Ruth, HERSCHBERG PIERROT Anne. (1997). Stéréotypes et clichés, Paris, Nathan.

ARON Philippe. (2009). Al Jazeera au cœur des relations internationales. Les structures d'Al Jazeera et les problématiques posées à l'Occident et au Moyen Orient, Victoria, ABebooks.

ARQUEMBOURG-MOREAU Jocelyne. (2003). Le temps des événements médiatiques, Bruxelles, De Boeck, Ina.

BARDIN Laurence. (1977). L'analyse de contenu, Paris, PUF.

BELL Daniel. (1976). The coming of post-industrial society, New York, Basic Books.

BENNETT Lance. (2003). News: The politics of illusion, 5^e edition, New York, Longman.

BERELSON Bernard. (1952). Contents analysis in communication research, Glencoe, Free press, vol. I.

BLET Cyril. (2008). Une voix mondiale pour un état, France 24, Paris, L'Harmattan.

BOURGES Hervé. (2008). Le réveil de la belle endormie : Une ambition française pour l'audiovisuel international. In BLET Cyril, Une voix mondiale pour un état, France 24, Paris, L'Harmattan.

BOYD-BARRETT Olivier et THUSSU Daya.K. (1992). Contra-Flow in Global News: International and Regional News Exchange Mechanisms, Londres, John Libbey.

CAILLE Alain, DUFOIX Stéphane (dir.). (2013). Le tournant global des sciences sociales, Paris, La Découverte.

CLARY François (dir.). (2004). Médias, pouvoirs et culture de l'image aux Etats Unis, Rouen, publications de l'université de Rouen.

COLLE Audrey. (2006). Peut-on parler d'une diplomatie médiatique ? Thèse de doctorat, Paris, IEP.

COT Jean-Pierre, MOUNIER Jean-Pierre. (1974). Pour une sociologie politique, Paris, Le seuil, tome 2.

DACHEUX Éric. (2009). Les SIC approche spécifique d'une recherche en communication mondialisée. Les sciences de l'information et de la communication, CNRS éditions, Paris.

DAYAN Daniel, KATZ Elihu. (1996). La télévision cérémonielle, Paris, PUF.

DESBORDES Rhoda. (2008). Des grandes agences de presse aux chaînes internationale d'information en continu. In, PALMER Michael, AUBERT Aurélie (dir.). L'information mondialisée, Paris, L'Harmattan.

DURKHEIM Emile. (1986). Les règles de la méthode sociologique, 1ère édition (1895), Paris, PUF.

ESQUENAZI Jean-Pierre. (2013). Les médias et leurs publics. In, OLIVESTI Stéphane. (dir.), Sciences de l'information et de la communication, Grenoble, PUG.

GAAYBESS Tourya, GONZALEZ.Q Yves. (dir.). (2009). Les arabes parlent aux arabes, la révolution de l'information dans le monde arabe, Paris, Sindbad Actes Sud.

GRAWITZ Madeleine. (1996). Méthodes en sciences sociales, Paris, Dalloz.

GURSOY Defne. (2008). De la « voix de la France » au « regard français sur le monde » : Le parcours de l'Audiovisuel extérieur en France. In, PALMER, AUBERT. (dir.). L'information mondialisée, Paris, L'Harmattan.

HESS Stephen. (1996). International news & foreign correspondents, Washington, The Brookings Institution.

JODELET Denise. (dir.). (1989). Les représentations sociales, Paris, PUF.

JOSELZON Mathieu. (2011). Al-Jazeera : les dessous d'un media devenu incontournable, Montréal, Global Research.

KHAYAT Atef et DAGHMI Fathalah. (dir.). (2013). Sur fond de révolution, les soubassements des images, In Les médias font- ils les révolutions ? Regards critiques sur les soulèvements arabes, Paris L'Harmattan.

LAMLOUM Olf. (2004). Al-Jazira, miroir rebelle et ambigu du monde arabe, Paris, La Découverte.

LAMLOUM Olf. (2003). Al-Jazira à l'épreuve de la guerre contre l'Irak », in Lamloum, Olf. (dir.), Irak : les médias en guerre, Paris, Sindbad/Actes Sud.

LOCHARD Guy. (2005). L'information télévisée : Mutations professionnelles et enjeux citoyens, Paris, Vuibert.

MADANI Lotfi. (2002). L'antenne parabolique en Algérie : entre dominations et résistances, In, MATTELART Tristan. (dir.). La mondialisation des médias contre la censure, Bruxelles, De Boeck.

MATTELART Armand. (2009). Histoire de la société de l'information, Paris, La Découverte.

MIEGE Bernard. (2010). L'espace public contemporain. Approche info-communicationnelle. Grenoble, PUG.

MILES Hugh. (2010). Al Jazeera: How Arab TV news challenged the world, London, Hachette UK.

OUCHIHA Tahar. (juin 2010). Le Monde arabe vu par France 24 arabophone, représentation médiatique ou regard diplomatique ?, LOCHARD Guy (dir.), Paris, université de la Sorbonne Nouvelle.

PEAN Pierre, RATIGNIER Vanessa. (2014). Une France sous influence : Quand le Qatar fait de notre pays son terrain de jeu, Paris, Fayard.

PREMONT Karine. (2006). La télévision mène-t-elle le monde, Québec, Presses de l'université du Québec.

ROBINSON Piers. (2002). The CNN effect. The myth of news, foreign policy and intervention, London, Routledge.

RUSHING Josh. (2007). Build a bridge, seek the truth, change the world: Mission Al Jazeera, New York, Palgrave Macmillan.

SAKR Naomi. (2001). Satellite Realms. Transnational Television, Globalization and the Middle East, London, I.B. Tauris.

SATORI Giovanni. (1994). Bien comparer, mal comparer, *Revue internationale de politique comparé*, vol.1, n°1.

SATORI, Giovanni et Morlino L. (1991). *La Comparazione nelle scienze sociali*, Bologna, Il Mulin.

SOLTERDIJK Peter. (2013). *Dans le monde du capital intérieur : vers une théorie philosophique de la mondialisation*, Paris, Polity 1ère édition.

TALON Claire Gabrielle. (2011). *Al Jazeera : De la liberté d'expression dans une pétromonarchie*, Paris, PUF

THUSSU Daya K. (2007). *News as Entertainment. The rise of Global Infotainment*, Londres, Sage.

TUDESQ André Jean. (dir.). (1997). *Les médias acteurs de la vie internationale*. Rennes, Editions Apogée.

MARCHETTI Dominique. (2005). *La fin d'un Monde. Les transformations du traitement de la "politique étrangère" dans les chaînes de télévision françaises grand public* », In L. Arnaud et C. Guionnet. (dir.), *Les frontières du politique. Enquêtes sur les processus de politisation et de dépolitisation*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

NEYE Joseph S. (1991). *Bound to lead: The changing nature of American power*, Basic Books, New York.

VANRIE Pierre. (2002). *Al Jazeera : Phénomène médiatique arabe*, Bruxelles, MEDEA.

VIGOUR Cécile. (2005). *La comparaison dans les sciences sociales, pratiques et méthodes*, Paris, la Découverte.

WHITE Patrick. (1997). *Le village CNN: La crise des agences de presse*, Montréal, Presses de l'université de Montréal.

Articles de revues :

BERTHOUD Gérald, CERQUI Daniela, FASSA Farinaz et ISCHY Frédéric. (2002). *Entre discours et pratiques : Esquisse d'un état des lieux de la société de l'information*, In, *Actes du*

XVIIIème colloque du groupe d'étude « Pratiques Sociales et Théories », La société de l'information. Etat des lieux. Genève, Librairie DROZ.

BRETON Philippe. (2002). La société de l'information, de l'utopie au désenchantement, In, Actes du XVIIIème colloque du groupe d'étude « Pratiques Sociales et Théories », La société de l'information. Etat des lieux. Genève, Librairie DROZ.

CASTELS Manuel. (1999). vers une nouvelle société? La société en réseaux, In problèmes économique, N° 26.

DALY Herman. (1999). Globalization versus internationalization- some implications. In, Ecological Economics n°31, Amsterdam, Elsevier, p. 31-37.

DUMONT Gérard-François. (2001 février). Globalisation, internationalisation : des concepts à clarifier, In, Géostratégiques, N°02.

Entretien paru dans les Inrockuptibles, n°575, 05/12/2006.

Interview avec Olfa Lamoum. (16 septembre 2004). In Politis n°817.

KEPEL Gilles. (2014). L'inexorable déclin d'Al Jazeera. In, Un autre regard sur les médias, Paris, INA Global la Revue.

La Revue Européenne des sciences sociales. (1986). Sur la comparaison dans diverses sciences sociales, vol XXIV, no 72, Genève.

La Revue Européenne des Sciences Sociales. (2002). Actes du XVIIIème colloque du groupe d'étude « Pratiques Sociales et Théories », La société de l'information. Etat des lieux. Genève, Librairie DROZ.

LEGRAND pierre. (1996). Comparer, In, le droit comparé aujourd'hui et demain, Actes du colloque, législation comparée, Paris, centre français de droit comparé.

MISTRAL Jaques. (2008). De l'internationalisation à la globalisation : quels succès, quels effets ?, Constructif, n°19.

QUERE Louis. (1996). Faut-il abandonner l'étude de réception ?, In, Réseaux, volume 14, n°79.

RAGIN Charles. (1989). New directions in comparative research, In, KOHN (dir.), Cross-National research in sociology, Sage, Newbury Park.

SCHOLTE Jan Aart. (2002). What is Globalization? The difinitional Issue again », CSGR, N°109/02.

SCHULTHEIS Franz. (1989). Comment par raison-comparaison n'est pas toujours raison. Pour une critique sociologique de l'usage social de la comparaison interculturelle, In, Droit et Société.

TOSEL André. (2005). La presse comme appareil d'hégémonie selon Gramsci. In: Quaderni. N. 57, les médias et la culture.

Articles en ligne :

ARBOIT Gérald. (2012). « Cyril Blet, Une voix mondiale pour un État. France 24 », In, Questions de communication, en ligne : <http://questionsdecommunication.revues.org/718>, consulté le 12 décembre 2015.

BURAWOY Michael. (20/12/2012). La domination culturelle : Quand Gramsci rencontre Bourdieu, Contretemps, en ligne : <http://www.contretemps.eu>, consulté le 20 septembre 2015.

CADIER Jean Bernard. (17/02/2011). France 24 : un soft power à la française ? In, Telos-eu.com, en ligne : <http://www.telos-eu.com/fr/societe/nouveaux-medias/france-24-un-soft-power-a-la-francaise.html>, consulté le 18/10/2015.

CHOMSKY, Noam. (aout 2007). Plus efficace encore que les dictatures, le lavage de cerveaux en liberté, In, Interview de Noam Chomsky par le journaliste de France Inter MERMET Daniel et publié sur Le Monde Diplomatique, en ligne : <http://www.monde-diplomatique.fr/2007/08/CHOMSKY/14992#nh2>, consulté 12/04/2016.

DAOUD Marie José. (Novembre 2010). France 24 en arabe vise une part de marché de 15% en 2011, In, Le commerce du levant, en ligne : <http://www.lecommercedulevant.com/affaires/m%C3%A9dias-et-pub/none-liban/france-24-en-arabe-vise-une-part-de-march%C3%A9-de-15-en-2011/17453>, consulté le 18/10/2015.

DARAGON Benoit. (04/12/2013). France 24 revoit son habillage et adopte le slogan « liberté, égalité, actualité », ozap.com, en ligne : <http://www.ozap.com/actu/france-24-revoit-son-habillage-et-adopte-le-slogan-liberte-egalite-actualite/450436>, consulté le 25/03/2016.

DASSONVILLE Aude. (21/07/2012). Fini la fusion, RFI et France 24 gardent leur indépendance, en ligne : <http://www.telerama.fr/medias/fini-la-fusion-rfi-et-france-24-gardent-leur-independance.84464.php>, consulté le 05/10/2015.

EL OIFI Mohammed. (2013). Al-Jazeera : les ressorts incertains de l'influence médiatique, CERISCOPE Puissance, en ligne : <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/al-jazeera-les-ressorts-incertains-de-l-influence-mediatique>, consulté le 14/10/2015.

GONZALES Paul. (15/03/2011). France 24 en arabe : Un pari réussi au Maghreb. In, Blog Le Figaro, en ligne : <http://blog.lefigaro.fr/gonzales/2011/03/elle-simpose-moins-dun-an.html>, consulté le 13/09/2015.

HENG Stéphanie M.-L. (2015, 13/10). Interroger le soft power dans les réseaux de production et de diffusion d'informations d'actualité sur les pays émergents », In, Revue française des sciences de l'information et de la communication, en ligne : <http://rfsic.revues.org/1754>, consulté le 16 octobre 2015.

JEANNERET Yves, OLLIVIER Bruno. (2004), Introduction. Les Sic en perspective, In, Les sciences de l'information et de la communication, savoirs et pouvoirs, Hermès, La Revue n° 38, en ligne: <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-86.htm>, consulté le 12/12/1/2015.

JUNG Carl Gustave, Glossaire, p.453, Wikipédia, dernière modification mars 2015, en ligne: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Arch%C3%A9type_\(psychologie_analytique\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Arch%C3%A9type_(psychologie_analytique)), consulté le 14/09/2015.

KHIRI Yassine. (2013), Al Jazeera, la chaîne phare du monde Arabe ne brille plus, l'Express, en ligne : http://www.lexpress.fr/actualite/monde/proche-moyen-orient/al-jazeera-la-chaîne-phare-du-monde-arabe-ne-brille-plus_1268642.html, consulté le 20/11/2015.

LECA Jean. (2013). « Soft power ». Sens et usages d'un concept incertain", CERISCOPE Puissance, en ligne : <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/soft-power-sens-et-usages-d-un-concept-incertain>, consulté le 25/09/2015.

MARTEL Frédéric. (2012,01/02). Le Soft Power à l'âge du tout médiatique, en ligne : <http://www.franceculture.fr/blog-soft-power-2012-02-01-le-soft-power-a-l-age-du-tout-mediatique>, consulté le 15 septembre 2015.

MATTELART Tristan. (2014,07/17). Les enjeux de la circulation internationale de l'information, Revue française des sciences de l'information et de la communication, en ligne : <http://rfsic.revues.org/1145>, consulté le 16 octobre 2015.

MATTELART Tristan. (2004). L'internationalisation de l'audiovisuel : (bref) état des savoirs, Institut français de presse, en ligne : http://www.planetagora.org/theme4_suj1_note.html, consulté le 25/10/2015.

MIDAOUI Ahmed. (31/03/2011). Vers une grève illimitée des journalistes arabophones de France 24, In, Atlasinfo, en ligne : http://www.atlasinfo.fr/Vers-une-greve-illimitee-des-journalistes-arabophones-de-France-24_a15417.html, consulté le 25/10/2015.

MIEGE Bernard. (2003). La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation et à la globalisation, In, Questions de communication, en ligne : <http://questionsdecommunication.revues.org/7508>, consulté le 27 septembre 2015.

MOURID Amina. (2015). Al Jazeera et la politique étrangère du qatarie durant le printemps arabe, en ligne : <http://www.geolinks.fr/actualite/al-jazeera-et-la-politique-etrangere-qatarie-durant-le-printemps-arabe/>, consulté le 25/10/2015.

RUBAT Baptiste. (07/12/2006). France 24 fait d'Internet son premier canal de diffusion. Le Journal du Net, en ligne : <http://www.journaldunet.com/0612/061207-france24.shtml>, consulté le 14/11/2015.

Rapports et études :

Annual Arab Public Opinion Poll. (2008). Survey on the Anwar Sadat chair for peace and development at the University of Maryland.

CAE (Conseil d'Analyse Economiques), Nicolas Curien et Pierre Alain MUET. (2004). Rapport sur la société de l'information, Paris, La documentation française.

Communiqué de presse Intersyndicale MCD. (29/09/2011). Voici pourquoi nous disons non à une synergie au rabais entre MCD et France 24 !

Dubai Press Club, "Arab media outlook 2009-2013", Moyen Orient n° 6, juin, juillet 2010. UNESCO. (1997). Institut de statistique de l'UNESCO, publiée en 1999.

Project for Excellence in Journalism (2005). The State of the News Media 2005.

Rapport CSA. (2013). Bilan de la société de L'Audiovisuel Extérieur de la France, Année 2012.

Rapport mondial sur la communication. Les médias face aux défis des nouvelles technologies, Paris, Edition UNESCO.

TECHNOLOGIA SAS. (Juillet 2009) – Monte Carlo Doualiya – Projet de réorganisation - Rapport Expertise CHSCT.

TNS Sofres – Africascope Mali – Bamako du 6 au 19 décembre 2013 auprès d'un échantillon de 1112 individus de 15 ans et plus, dont 106 cadres et dirigeants.

Sites internet :

www.algeriepatriotique.com

www.France 24.fr

www.touipe.org

www.wikipedia.org,

www.wsws.org

TABLES DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	1
RÉSUMÉ.....	2
SOMMAIRE.....	4
INTRODUCTION	7
I)- Présentation générale du projet.....	17
I.1)- Objet et objectifs de la recherche	17
I.1.1)- Objectifs méthodologiques et objectifs relatifs aux études sur les médias.....	18
I.1.2)- Objectifs relatifs aux sciences de l'information et de la communication	49
I.2)- Pertinence de la recherche dans une perspective communicationnelle	21
I.3)- Présentation du cadre méthodologique.....	23
I.3.1)- La méthode comparative	23
I.3.2)- Au niveau transnational	26
I.4)- La comparaison et la méthode comparative	26
I.4.1)- Les atouts de la comparaison et sa pertinence dans une recherche scientifique.....	28
I.5)- Le principe de comparabilité des cas	34
I.6)- Le choix des cas de comparaison : pourquoi comparer Al Jazeera et le canal arabophone de France 24 ?	38
II)- L'état de l'art dans les sciences de l'information et de la communication.....	41
II.1)- Les sciences de l'information et de la communication et les médias	41
II.2)- Internationalisation et globalisation	43
II.2.1)- L'internationalisation	43
II.2.2)- La globalisation.....	44
II.2.3)- Internationalisation et globalisation, deux concepts à différencier.....	45
II.2.4)- La globalisation et les SHS.....	47
II.3)- L'internationalisation des médias	49
II.3.1)- L'internationalisation des médias et l'hégémonie	51
II.4)- De l'hégémonie au soft power	55
II.4.1)- Les médias comme soft power.....	57
II.4.2)- L'internationalisation et la globalisation, faut-il choisir ? L'apport de mon sujet.....	59
III)- Le paysage médiatique international	62
III.1)- L'information dans les médias, enjeux et mutations	62
III.1.1)- Flux, contre-flux : la nouvelle réalité de l'information internationale	65
III.1.2)- L'information internationale, la migration vers de nouveaux supports	67
III.1.3)- La société de l'information, mythe ou réalité ?	72
III.2)- Tour du monde des chaînes d'informations internationales	76
III.2.1)- L'ambition transnationale, tendance ou stratégie ?	81
III.2.2)- Médias transnationaux, quelle identité ?	84
IV)- Historique des chaînes d'informations internationales	87
IV.1)- La chaîne CNN, précurseur du «Global media»	87
IV.1.1)- CNN, la chaîne qui bouscule les codes.....	88
IV.1.2)- Les limites du pouvoir et de l'influence de la CNN	91

IV.1.3)- CNN, un média hégémonique ?	95
IV.2)- La chaîne Al Jazeera et l'émergence des médias du Sud	100
IV.2.1)- Al Jazeera et le contexte géopolitique et médiatique du monde arabe.....	100
IV.2.2)-Al Jazeera, les raisons du succès	103
IV.2.3)-Al Jazeera, du succès à la diabolisation	118
IV.2.4)-Al Jazeera et l'espace public arabe : les limites du consensus.....	123
IV.2.5)-Al Jazeera à la croisée des identités du Monde Arabe, enjeux et mutations	130
V)- La réponse de l'Occident à la chaîne Al Jazeera	134
V.1)- L'effet Al Jazeera dans la création de France 24.....	134
V.1.1)- Historique et création de France 24.....	136
V.1.2)- De la voix au regard de la France sur le monde, quelle évolution ?	138
V.2)- France 24, enjeux et rôle.....	140
V.2.1)- La place occupée par la chaîne sur la scène médiatique mondiale	142
V.2.2)- Les pays du Maghreb, région de prédilection ?	145
V.3)- Création du canal arabophone de France 24 et son évolution	149
V.3.1)-La création	149
V.3.2)- Le passage aux 24 heures	150
V.3.3)- La synergie du canal arabophone de France 24 avec RMC Doualiya	152
V.3.4)- Une diffusion privilégiant Internet.....	155
V.4)- Le contexte médiatique et géopolitique de France 24	158
V.4.1)- Médias et diplomatie : « le soft power » par l'image	158
V.4.2)- À la reconquête de l'espace public arabe sur les traces d'Al Jazeera	160
V.5)- Représenter l'autre : le monde arabe de France 24.....	164
V.5.1)- Sujets et objets au sein d'une représentation	167
V.5.2)- La représentation et sa pertinence communicationnelle	170
V.5.3)- Le stéréotype, une notion et plusieurs conceptions.....	171
V.5.4)- France 24 : plusieurs mondes arabes.....	174
VI)- L'analyse comparative.....	177
VI.1)- Présentation des typologies de comparaison	179
VI.2)- L'analyse de contenu, un outil incontournable.....	181
VI.3)- L'analyse des typologies de comparaison	182
VI.3.1)- L'analyse du contexte d'émergence d'Al Jazeera et du canal arabophone de France 24.	184
VI.3.2)- L'analyse de ligne éditoriale d'Al Jazeera et du canal arabophone de France 24.....	188
VI.3.3)- L'analyse du rôle joué par les deux chaînes dans l'espace public arabe et international.	202
VI.3.4)- Synthèse et résultats de l'analyse des typologies comparatives.	209
CONCLUSION.....	213
ANNEXES.....	217
BIBLIOGRAPHIE.....	227
TABLES DES MATIERES.....	236