

# L'audiovisuel et les nouveaux enjeux de l'information et de la communication au Maghreb. Médias, acteurs, publics

**Chirine BEN ABDALLAH** est sociologue et boursière IRMC/CNRS. Doctorante en cotutelle à l'université de Tunis et l'université Paris Descartes, sa thèse s'intitule « *L'audiovisuel et les nouveaux enjeux de l'information et de la communication au Maghreb : Médias, acteurs, publics* ».

Partout dans le monde, l'audiovisuel impose sa présence (enjeux et usages), désignant à la fois le matériel et les techniques, mais aussi les méthodes d'information, de communication ou d'enseignement associant l'image fixe ou animée et le son<sup>1</sup>. Ce monde féérique pour les uns et collant de plus en plus au réel pour les autres, a connu des mutations intenses depuis le siècle dernier.

La télévision, la radio et le cinéma, médias d'influence retenus comme corpus d'analyse, sont régis par différents acteurs et touchent des domaines et des enjeux spécifiques de l'information et de la communication. Ils affectent le quotidien de tous étant donné qu'ils représentent à la fois un divertissement, un outil d'influence et un reflet de la société qui les produit. La diffusion de ces médias a connu des mutations et a induit des bouleversements intenses dans les sociétés et notamment celles du Maghreb. L'intérêt pour la question des médias dans le monde arabe n'a cessé de se renforcer. Mais peu de travaux ont été consacrés à ceux du Maghreb. Dans cette recherche qui sera l'objet de notre thèse, nous nous proposons dans un premier temps de faire le bilan du champ médiatique maghrébin, de ses ressources, et de ses enjeux spécifiques. Dans un second temps nous allons nous focaliser essentiellement, par le biais d'une enquête, sur la dynamique audiovisuelle en Tunisie avec toutefois de fréquentes références comparatives au Maroc et à l'Algérie.

Ayant conscience de la spécificité du champ médiatique de chaque pays et de la singularité de sa propre histoire, nous envisageons de discerner les points de divergences et les points de convergences entre les pays précités. Le point commun entre ces trois pays maghrébins est l'emprise que garde l'autorité politique sur les Médias étatiques en particulier. Nous nous intéresserons aux Médias maghrébins non seulement comme relais de l'Etat mais également comme institutions socialisatrices. Dans cette



perspective, notre travail s'articulera autour des axes suivants :

## Axe 1. Médias et contrôle social

Nous examinerons les orientations et les stratégies des politiques publiques (les règles régissant le champ médiatique au Maghreb, les réformes dans ce domaine, la dynamique entre médias étatiques versus médias privés, le degré d'émancipation des médias au Maghreb,...). Une place de choix sera réservée à l'évolution de la législation et des initiatives de régulations qui émanent des autorités politiques, au travers des enjeux politiques et des usages sociaux de la radio, de la télévision (enjeu fort pour les gouvernements des indépendances), et de la différenciation à effectuer entre les pratiques institutionnelles, politiques, sociales, puis individuelles (usagers) de la télévision et du cinéma.

## Axe 2. L'audiovisuel au Maghreb. Quels enjeux et quels défis ?

Nous interrogerons l'impact de la mondialisation, et de l'ouverture de l'espace médiatique par la création de Médias privés et via les satellites. En effet, dans ces systèmes audiovisuels mixtes (public/privé), les télévisions généralistes, pour la plupart nationales ayant des objectifs clairs en l'occurrence informer, divertir et préserver l'identité nationale, se sont trouvées face à une autre forme de concurrence des chaînes spécialisées sur des créneaux thématiques (cinéma, musique, documentaire, information... etc). Ainsi l'abondance des chaînes et la segmentation de l'offre, contre un modèle généraliste perçu par les uns comme dépassé, pourraient-elles renvoyer comme l'avance Dominique Wolton<sup>2</sup> à un système audiovisuel à deux vitesses : haut de gamme et thématique pour l'élite et bas de gamme et généraliste pour le grand public ?

## Axe 3. Les stratégies de réappropriation des produits audiovisuels par les usagers (approche comparative France/Maghreb)

Nous étudierons ici les nouveaux usages sociaux de l'audiovisuel face aux mutations socio-technologiques, en focalisant l'attention sur le piratage audiovisuel dans deux systèmes différents à savoir : la Tunisie où le piratage n'est pas sanctionné, et la France, premier pays à légaliser la coupure de l'accès à Internet pour punir le téléchargement illicite de contenus protégés, en votant la loi Hadopi. Nous définirons la pratique du piratage en tant qu'attaque sournoise d'un système

informatique ; elle désigne également le téléchargement de musique ou de films en dépit du droit d'auteur donc d'une manière illégale. Partant de deux hypothèses. La première postule que la culture en tant que système de valeurs créant le lien entre des instruments du piratage présenterait une forme de résistance différentielle dans deux contextes socio-culturels différents en l'occurrence, la France et la Tunisie. Et la deuxième suggère que la différence des questions du droit de propriété et droit d'auteur entre les pays du nord et les pays du sud, serait liée à la représentation différentielle de la copie et du couple créateur-reproducteur.



## Axe 4. Les négociations identitaires

Nous mettrons en lumière les schèmes de réception du public. Au travers d'histoires de vies d'usagers (individus et familles, groupes d'âges, de sexes et catégories socio-professionnelles), nous dresserons une typologie des manières de « recevoir » l'audiovisuel en Tunisie. Partant de l'hypothèse que la sélection de la matière médiatique renvoie à des choix identitaires, nous allons essayer, dans un premier temps d'identifier les formes de négociations identitaires qui s'opèrent au sein d'une même famille. La socialisation assurée par les Médias serait filtrée, par des acteurs intermédiaires tels que les parents ou les groupes de pairs, qui façonneraient à leur tour l'identité culturelle des téléspectateurs. Dans un second temps, nous introduirons une dynamique comparative en portant nos enquêtes auprès d'une population tunisienne installée à l'étranger et notamment en France et en comparant leurs usages et perceptions des Médias nationaux avec ceux des autochtones.

Notre travail se situe au carrefour de plusieurs sous disciplines à savoir la sociologie de l'art, la sociologie de la communication et la sociologie politique. Nous allons privilégier l'approche compréhensive comme cadre théorique ainsi que la démarche inductive, car nous optons pour la construction de l'objet qui s'opère peu à peu, par une élaboration théorique qui progresse à partir d'hypothèses forgées sur le terrain.

**Chirine BEN ABDALLAH**

1. *Nouveau Larousse encyclopédique en deux volumes*, Paris, 1994, p. 127.

2. WOLTON Dominique, 1990, *Éloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*, Paris, Éd. Flammarion, p. 5.