

Essai de typologisation des radiodiffuseurs internationaux en langue française

Bernard WUILLÈME

Maître de Conférences
Université Jean Moulin, Lyon 3
wuilleme@sunlyon3.univ-lyon3.fr

À partir d'un questionnement relatif à l'utilité de la radiodiffusion internationale après la disparition d'un monde bipolaire (qui a trouvé son apogée durant la guerre froide), nous avons étudié ce média afin de dégager une typologie des radiodiffuseurs internationaux. Pour mieux analyser et comprendre les contenus des émissions des radiodiffuseurs internationaux et tenter d'appréhender comment elles sont constituées, nous avons procédé à l'enregistrement des journaux et magazines « parlés » de plusieurs stations internationales. Cela étant, nous n'avons enregistré que les radios émettant des journaux en français. Or, il faut savoir que certaines radios n'émettent pas en français (exemples : Grèce, Pologne, Hollande, Portugal, Suède, etc.). D'autres émettent en français – uniquement sur des zones que l'on ne peut atteindre convenablement que par les ondes courtes – et n'utilisent pas Internet.

La qualité des enregistrements est variable : problème du *fading* des ondes courtes, rupture de ligne sur Internet, voire tout simplement mauvaise qualité du son. Le corpus des enregistrements (90 au total) a été transposé sous forme écrite afin d'en faciliter la lecture, d'en analyser le contenu et d'en comprendre le discours.

Nous avons procédé comme suit : 1. analyse quantitative : durée des émissions, durée des différentes rubriques ; 2. analyse qualitative : analyse du contenu et surtout analyse de discours.

Notre problématique générale est articulée autour d'une série de questions : quelle est l'utilité des informations internationales et nationales émises par les radiodiffuseurs internationaux ? ; quelle est la valeur informationnelle des journaux parlés dans la radiodiffusion internationale ? ; quelles sont les différences de contenus sur les mêmes sujets selon les journaux parlés des différentes radios internationales ? ; les contenus des émissions valorisent-ils ou justifient-ils la stratégie, les objectifs de l'État auquel appartient la radio ? ; les États donnent-ils leur vision du monde, par l'intermédiaire de la radio, sur les événements intérieurs et extérieurs au pays ? ; est-il possible de proposer une typologie des différentes radios internationales ? (si oui, peut-on regrouper les discours et les radiodiffuseurs en fonction de leurs objectifs ?).

Notre étude comporte deux phases distinctes : a. une pré-analyse (les journaux parlés des radios internationales représentant un État : nous n'étudierons donc pas les radios pirates, clandestines, et religieuses) ; b. une catégorisation thématique. Au total, nous avons écouté, enregistré et analysé successivement les journaux parlés des pays suivants : Allemagne, Arménie*, Autriche, Belgique (Radio Vlaanderen, Radio Télévision Belge Française), Bulgarie, Canada, Chine, Espagne, États-Unis, Finlande, France (Radio France Internationale, Radio France Internationale Afrique et Radio Monte-Carlo Moyen-Orient), Grande-Bretagne, Grèce, Hongrie, Italie, Iran, Israël, Japon, Malte*, Maroc, Nations unies, Roumanie, Russie, Slovaquie, Suisse, Syrie*, Taïwan, Tchèque, Tunisie, Vatican. Soit un total de 30 stations et de 3 journaux parlés par station. D'emblée, nous pouvons proposer une typologie des radios internationales selon trois groupes distincts :

1. *les radios de souveraineté*, c'est-à-dire les radiodiffuseurs les plus puissants en termes de moyens radiophoniques et en termes de taille économique et politique, qui s'adressent aux pays destinataires pour leur délivrer un point de vue presque « institutionnel ». Les récepteurs des émissions radiodiffusées ont besoin des informations de ces pays les plus importants sur la planète. Il s'agit de British Broadcasting Corporation (BBC), Voice of America (VOA), Radio France International (RFI) et RFI Moyen-Orient, Deutsche Welle, Radio Autorita Italia (RAI), Radio Japon, Radio Vatican et Radio des Nations unies. Nous appelons ce type de radiodiffuseurs ainsi car ils ont une notoriété, une image et une audience élevées auprès des auditeurs potentiels visés. Il s'agit, bien entendu, d'États importants sur le plan politique, économique et qui, pour certains d'entre eux, ont un passé de pays colonisateurs qui a laissé des traces sur le plan culturel et linguistique. Pour les deux stations que

sont Radio Vatican et Radio des Nations unies, il s'agit ici de deux cas particuliers. Radio-Vatican pourrait être classée également dans la rubrique des « radios de communauté », car elle est censée s'adresser à une communauté religieuse dispersée dans le monde qui ne se limite pas aux frontières des États ni aux nationalités et que nous pourrions intituler « communauté catholique », mais il ne s'agit pas d'une radio religieuse au sens strict du mot. Pour les Nations unies, là encore cette radio dépasse le cadre des États puisqu'elle s'adresse à tous les pays membres de l'O.N.U, donc au monde entier dans les langues officielles de cet organisme.

2. *les radios d'opportunité*, c'est-à-dire les radiodiffuseurs qui ne parlent que d'eux par rapport à un objectif précis : Autriche (pour donner des gages à l'Union européenne par rapport à Jörg Heider) ; Bulgarie, Hongrie, Roumanie, Tchéquie, Slovaquie (rappelons que ces cinq pays militent pour entrer dans l'Union européenne), Chine (pour montrer sa bonne volonté par rapport à l'Ouest et, en particulier, face à certaines échéances comme les Jeux olympiques de Beijing en 2008 et l'Exposition Universelle de Shanghai en 2010), Taïwan (par rapport à la Chine), Iran (face à Israël et aux États-Unis), Tunisie (pour se redorer son blason en matière de démocratie), Grèce (pour se rattraper de son attitude hostile vis-à-vis de l'Union européenne lors du conflit yougoslave). Quant à la Finlande, il y a eu un semblant d'ancrage à l'Europe avant son entrée dans l'Union européenne, mais nous nous apercevons que ce pays a interrompu ses émissions en français, en allemand et en anglais fin octobre 2002 pour se cantonner au finnois, au suédois et au russe, et encore la station se pose-t-elle la question de supprimer ces deux dernières langues. World Radio Network annonce que Radio Finlande va même cesser ses émissions sur ce réseau international, ce que nous avons pu constater par nous-même : la disparition de Radio Finlande sur les ondes et sur le web, début novembre 2002.

3. *les radios de communauté* : il nous apparaît nécessaire, avant d'aborder cette catégorie d'émetteurs, de préciser ce que nous entendons par « communauté ». *Le Robert* définit ainsi le terme communauté : « groupe social dont les membres vivent ensemble, ou ont des biens, des intérêts communs ». C'est en 1887 que le terme de « communauté » fait son entrée dans le vocabulaire sociologique, sous l'impulsion du sociologue allemand Ferdinand Tönnies (1855-1936). Ce dernier proposait de faire une distinction entre « communauté » (*Gemeinschaft*) et « société » (*Gesellschaft*)². C'est-à-dire qu'il voulait opposer les liens « organiques » de la parenté et de la volonté fusionnelle aux liens « réfléchis » et intéressés qui, à ses yeux, caractérisaient la société moderne.

Pierre Bourdieu a proposé pour sa part la notion d'« habitus », pour rendre compte de « *ce système de dispositions durables et transposables qui, intégrant toutes les expériences passées, fonctionne à chaque moment comme une matrice de perceptions, d'appréciations et d'actions* »³. Cet habitus est commun aux membres d'un groupe qui ont généralement le même type d'expérience. En clair, une famille, un village, une congrégation religieuse, une association, une secte, un club de supporters, une région, une nation, voire un ensemble de pays peuvent, à des degrés divers, être qualifiés de « communautés ». Les sociologies sont d'accord pour reconnaître qu'un groupe se forme lorsque ses membres se sentent plus proches les uns des autres que d'un quelconque non-membre. Ce groupe se constitue en communauté en acquérant une durée et une identité. Une communauté se reconnaît à des signes et des attributs concrets : un nom, une sous-culture, des valeurs, des croyances, des emblèmes ou sigles, parfois un langage, des rituels, un uniforme, des règles de fonctionnement, des coutumes, etc.

Cette notion de communauté a débouché sur un courant de pensée, le « communautarisme » dont les « communautariens » les plus célèbres sont le philosophe Charles Taylor ou encore Alasdair MacIntyre qui formulent une critique de l'individualisme et des idéaux libéraux et proposent un retour aux communautés que sont les groupements familiaux, amicaux ou locaux. Pour le domaine qui nous concerne, la notion de « communauté » se restreint à la notion d'intérêts communs principalement, mais surtout pour notre domaine : d'identités culturelles communes.

Il s'agit donc ici des radiodiffuseurs internationaux qui ne parlent que du pays émetteur, en vue de créer un esprit communautaire, afin de parler à la communauté à l'étranger, ou encore de se justifier face à d'autres communautés. Ces communautés peuvent être aussi le fait d'une « diaspora ». Ce terme d'origine grecque renvoie objectivement au phénomène historique de la dispersion des Juifs à travers le monde, et désigne par extension toute communauté importante vivant hors de son pays d'origine. Actuellement, il y aurait 20 millions de Juifs dans le monde, dont 6 millions aux États-Unis, 2,2 millions dans les pays de l'ex-U.R.S.S., 4 millions en Israël, 550 000 en France, 450 000 en Grande-Bretagne et 528 000 en Argentine. Le terme « diaspora » s'emploie donc pour d'autres communautés comme la communauté arménienne, car sur 7 millions d'Arméniens, la moitié vit à l'étranger (dont 1 million aux États-Unis, Los Angeles étant la plus grande ville arménienne au monde), 500 000 vivent en Europe. Pour l'Arménie, la Belgique (avec ses deux radiodiffuseurs internationaux : RTBF et Radio Vlanderen), le Canada,

Israël, Malte, le Maroc, la Suisse, il s'agit donc de communautés qui tiennent à la diaspora ou encore à un relatif isolement linguistique ou culturel. Les émissions de ces radios sont d'ailleurs reprises sur le plan national par les communautés des pays récepteurs.

Les radios de souveraineté

Nous l'avons déjà indiqué, ces radiodiffuseurs abordent les thèmes qui concernent les pays récepteurs, mais en fonction des communautés visées. Par exemple, RFI s'adresse essentiellement aux Africains francophones et leur parle d'eux, de leur pays, de leur culture principalement ; quant à l'aspect politique, c'est la plus grande neutralité possible. La BBC fait de même, mais en français elle s'adresse au même public que RFI. Quant à VOA, elle parle au même public mais, en dehors des nouvelles proprement dites, elle consacre la moitié de son temps d'émission à donner le point de vue du gouvernement américain. Dans les journaux enregistrés et dans la partie magazine, nous constatons (mais cela est dû à l'actualité) que cette station fait de nombreuses mises au point sur les Arabes, le terrorisme, le Coran, etc. Ce type de radio a quelque chose à dire sur le monde, qui ne tourne pas comme il serait souhaitable selon ces radiodiffuseurs. Ces pays sont acteurs du monde car ils ont un poids économique très fort et ils ont une mission d'information de tout premier ordre. Toutefois, les thèmes développés par cette catégorie d'émetteurs sont toujours en rapport avec l'actualité. Même s'il y a une partie culturelle dans le magazine de RFI, elle est toujours d'actualité vis-à-vis du pays visé ou encore du pays émetteur.

Ces radios de souveraineté se caractérisent en principe par un grand professionnalisme. Par exemple les noms propres sont toujours accompagnés du titre et de la fonction de la personne mentionnée. Les noms géographiques sont toujours précisés (la ville X située à Y kilomètres de la ville Z). Cette catégorie de radiodiffuseurs évite de jouer sur le sens des mots et apparemment, tout mot polysémique est rejeté afin de contourner la sémantisation possible de l'actualité. Bien entendu, toute trivialité est exclue, un effort particulier étant accompli pour ne parler que des faits, des nouvelles donc de l'actualité et rien que de cela.

Les radios d'opportunité

Nous l'avons noté plus haut, il s'agit ici des radiodiffuseurs qui ne parlent que de leur pays par rapport à un objectif particulier C'est-à-dire que les États font un effort soit de construction d'une identité, d'une

volonté de légitimation, voire d'une construction ou d'une modification d'image à l'extérieur.

Les pays tels que la Bulgarie, la Hongrie, la Tchéquie, la Roumanie, la Slovaquie ont un objectif clairement défini : l'entrée dans l'Union européenne. Pour cela, il faut démontrer sa volonté, sa capacité à être admis. De ce fait, les journaux parlés sont tous tournés vers ce but et la plus grande partie du contenu montre à quel point il est indispensable pour ces pays de figurer dans l'Union européenne. Selon les cas de figure, certains États insistent sur le respect des valeurs démocratiques de leurs gouvernements, les possibilités économiques du pays candidat. Bref, il n'y a plus aucun vestige du communisme dans ces pays, et même en Slovaquie où 14 députés se réclamant du communisme ont été élus lors des élections de septembre 2002, ce phénomène est marginal. La Roumanie nous explique les efforts de décentralisation en cours, la privatisation de certaines entreprises nationales, les investissements étrangers, les avancées dans le traitement des déchets ménagers, la valeur des exportations roumaines, etc. De ce fait, tous ces pays émettent dans les langues majoritaires de l'Union européenne. Même dans la partie magazine, il y a une volonté de donner une image presque « poétique » de certains pays, alors que leur image réelle en est très éloignée : la Slovaquie qui nous parle du cyclamen des Tâtras, la Roumanie qui consacre la moitié de son journal (soit 25 minutes) pour nous parler d'Hélène Vacaresco, poétesse roumaine qui a vécu en France et dont on nous lit en ondes plusieurs des poèmes, ou encore l'utilisation des plantes médicinales en Roumanie, etc. Il paraît évident qu'il s'agit ici de donner une autre identité de ces pays à l'étranger.

D'autres pays comme la Russie et la Chine cherchent à légitimer leurs actes et leur politique. Dans le cas de la Russie, il est toujours question de l'emploi du temps officiel de Vladimir Poutine et des difficultés rencontrées avec certaines républiques comme la Tchétchénie, la Géorgie, l'Ukraine, la Moldavie. Les problèmes économiques sont souvent évoqués, mais toujours dans le sens où il est indiqué que des progrès significatifs sont enregistrés. La partie magazine est assez diversifiée puisqu'il est aussi bien question de terrorisme nucléaire que du sida en Afrique, de la chasse et de la pêche en Russie, de la broderie d'or en Russie, du tourisme en France, d'un forum universitaire à Moscou (il est à noter qu'il est souvent fait allusion à la France dans ces magazines). Pour la Chine, il y a le même effort de légitimation car le pays se dit toujours communiste... alors qu'il semble tout faire pour entrer économiquement dans le système libéral, tandis que les événements de Tiananmen sont toujours dans les mémoires occidentales.

Pour cela, la République Populaire de Chine multiplie les marques d'allégeance à l'Occident et cherche une reconnaissance internationale à travers la prochaine exposition universelle de 2010 à Shanghai, et les Jeux olympiques qu'ils organiseront en 2008. Radio Pékin est là pour expliquer aux Occidentaux – et aux Français et francophones en particulier – que la Chine est un pays où il fait bon vivre : toutes les nouvelles ou presque portent sur la Chine et ses bonnes relations avec les États-Unis ; l'économie est en bonne santé et beaucoup de chiffres sont exposés pour l'expliquer, le tourisme en Chine se porte très bien aussi (même si le nombre de touristes – chinois et étrangers – en Chine est inférieur au nombre de touristes en France) ; d'importants investissements sont lancés pour développer les capacités hôtelières en Chine. La partie magazine n'est pas en reste puisque l'on y trouve des recettes de cuisine chinoise, l'éducation sexuelle en Chine, le planning familial et la démographie en Chine.

La radio de Taïwan traite de thèmes très voisins de ceux de la Chine. On n'y parle que de Taïwan et la partie magazine traite aussi de musique classique, du calendrier lunaire, des modifications climatiques, de la littérature taiwanaise. Bref, des sujets anodins en apparence, mais qui montrent que Taïwan veut en réalité maintenir l'image d'une Chine traditionnelle et éternelle.

L'Autriche, qui a été en délicatesse avec l'Europe à cause des déclarations et des actes de son leader populiste Jörg Heider, se sert de Radio Autriche International pour désamorcer et amoindrir ces manifestations. Heider et ses adjoints sont mentionnés dans tous les journaux parlés et toutes leurs déclarations sont détournées, quand elles ne font pas l'objet d'un commentaire cynique, voire méprisant.

L'Iran possède la seule radio internationale islamique audible en français et en ondes courtes, ainsi que sur Internet (récemment) et qui n'épouse pas le point de vue occidental. Cette station se caractérise par un fort ancrage dans l'Islam, en débutant son journal parlé par l'hymne national iranien et une ou deux sourates psalmodiées par un religieux et traduites par une voix de femme. La station s'appelle « La voix de l'Islam », ce qui d'emblée caractérise cette station. Les thèmes abordés dans les nouvelles se rapportent essentiellement, pour ne pas dire continuellement et totalement, aux États-Unis et à Israël. Ces deux États sont présentés comme des ennemis et tout est sujet à critique. Exemple de titre du journal parlé : « *Les forces du régime sioniste, en attaquant les Palestiniens sans défense dans la bande de Gaza, ont blessé sept d'entre eux.* » Ou encore : « *... les jusqu'aux-boutistes américains* ». Radio Téhéran prend même le contre-pied des émissions de VOA en français sur l'Afrique. La

partie magazine est à l'opposé du ton polémique et vindicatif du journal et présente la musique iranienne, les chants iraniens, le climat, les forêts, les cultures en Iran. Lorsque l'actualité le permet, ce radiodiffuseur interviewe des personnalités politiques françaises de passage à Téhéran, apparemment pour leur demander quelle est leur position vis-à-vis des États-Unis et d'Israël. Nous avons ainsi enregistré une interview d'Alain Krivine de la Ligue Communiste Révolutionnaire qui était encore plus vif (c'est-à-dire plus anti-américain) dans ses propos que le journaliste iranien qui le questionnait !

En Tunisie, c'est la « voix de son maître » typique et à la limite non crédible. Il n'y est question que de ce que fait le président BenAli pour son pays et rien d'autre. Le gouvernement tunisien estime peut-être que ce genre d'information peut convaincre un public francophone de sa volonté de se montrer au service du pays, justifiant ainsi sa politique et l'absence d'une quelconque opposition.

La Grèce semble un peu isolée entre Balkans et Turquie et tente dans ses journaux d'offrir une image plus positive que celle qu'elle a donnée lors des affaires yougoslaves, et face à la volonté de la Turquie d'entrer dans l'Union européenne. Pour contrecarrer ces phénomènes, les thèmes mis en évidence jouent sur ses particularités : l'orthodoxie, le tourisme culturel et religieux.

La Finlande, depuis son intégration à l'Union européenne, utilise de moins en moins la radiodiffusion internationale pour parler d'elle. Nous ne la citons que pour mémoire car cette station a abandonné ses émissions en français et en anglais fin octobre 2002. Le russe est la seule langue, hors le finnois, à être utilisée par Radio Finlande qui va d'ailleurs prochainement l'abandonner et ne plus utiliser que la langue nationale (le finnois)⁴ pour sa radiodiffusion extérieure, tout comme le fait la Hollande, qui n'utilise que le néerlandais depuis plusieurs années.

Quoi qu'il en soit, cette catégorie de radiodiffuseurs navigue sur un créneau nationaliste, parfois étonnant pour un Occidental, malgré un discours qui se veut ouvert sur les autres cultures. Prenons un exemple significatif : Radio Autriche International dans son journal du 19 février 2002 présente un petit magazine sur la montagne, ce qui paraît tout à fait normal pour l'Autriche, mais les choses se compliquent quand le journaliste en arrive à comparer Andreas Höffer, qui a battu les troupes napoléoniennes dans le Tyrol en 1809, à Herman Maier, champion actuel de ski alpin, pour conclure : « *Nombreux sont les Autrichiens qui puisent leur fierté et leur amour-propre et leur sentiment de liberté dans les victoires d'Andreas Höffer et les performances de Herman Maier.* » Ou encore Taïwan qui, à l'occasion d'un magazine sur la littérature, oppose l'écrivain chinois

né sur l'île et l'écrivain chinois né sur le continent, ce qui fait que l'on classe davantage les auteurs en fonction de leur origine géographique alors que, dans les deux cas, ce sont des Chinois qui écrivent en chinois et qui participent d'une culture chinoise !

En somme, ces radios d'opportunité se caractérisent par leur... opportunisme. Par exemple l'insistance, à chaque journal, de vouloir prouver que le pays a plein de qualités et ses dirigeants également. Il y a même le sentiment d'un consensus national : partis au pouvoir et partis d'opposition cohabitent bien et ils ont un objectif commun qui fait taire toutes les dissensions ou les désaccords supposés par les pays étrangers.

Les radios de communauté

Dans cette catégorie, l'essentiel à retenir est que le radiodiffuseur s'adresse à une communauté particulière sans faire appel à une appartenance de type « nationalité », mais à une appartenance à un groupe ethnique, religieux, linguistique. La plupart des radiodiffuseurs internationaux de cette catégorie ont été créés en même temps que les autres radiodiffuseurs internationaux, en tenant compte bien sûr de la date de création de ces États comme Israël qui est un État récent. Toutefois, ils ont des relais très forts dans les pays où cette diaspora s'est installée. Par exemple, la communauté arabe possède en France un réseau très important de radiodiffuseurs locaux sur la bande FM qui reprennent les informations en provenance de l'étranger, et des radiodiffuseurs arabes internationaux en particulier : Beur FM, Radio Orient, Radio Salam, Radio Soleil, France Maghreb, Radio Méditerranée. Parmi les radios communautaires juives en France, on compte Radio J, Radio Shalom, RCJ, Judaïques FM. Cependant, il est à noter que les autres communautés ne sont pas aussi actives sur le plan local et que les communautés arabes et juives sont exacerbées par les problèmes du Proche-Orient.

La Belgique se caractérise par la présence de deux radios émettant en français : une wallonne et une flamande (cette dernière émet cependant principalement en flamand, mais propose un journal en français). Ces deux radiodiffuseurs défendent une position de petite nation qui est partagée par un bilinguisme producteur de « confrontations », ce bilinguisme étant révélateur d'un État culturellement coupé en deux. Cette division ne se retrouve pas dans les thèmes abordés par les deux stations. Radio Vlanderen ne parle que de l'actualité en Flandre et RTBF que de l'actualité en Wallonie. D'autre part, il n'y a pas de critique formulée par l'une contre l'autre. Il s'agit vraiment, pour chaque

radiodiffuseur, de parler à « sa » communauté (Radio Vlanderen ne s'adresse pas aux francophones et RTBF ne s'adresse pas aux néerlandophones). La revue de presse ne concerne que les titres de chaque province. On peut avancer qu'il n'y a pas de thèmes concernant la Belgique seulement. La seule dérogation à cette règle tacite se présente lorsqu'il est question de l'Europe, ou d'une décision fédérale : dans ce cas, les radios parlent de la Belgique. Nous trouvons souvent le thème « environnement » auquel nous savons que la Belgique est sensible, ainsi qu'en Wallonie les affaires de pédophilie ou d'assassinats d'enfants (ce dernier thème étant dans le prolongement de l'affaire Dutroux qui a très fortement marqué la communauté wallonne).

En Israël, les thèmes sont ceux d'un pays en guerre et, quotidiennement, le journaliste fait état des événements survenus la veille. Régulièrement, le journal commence par la longue liste des morts israéliens, militaires et civils. Si le nombre des morts palestiniens est lui aussi indiqué, c'est de façon anonyme. Ceci ne doit pas être vu comme une stratégie particulière des Israéliens, mais les autorités palestiniennes savent que les représailles israéliennes vis-à-vis des familles de terroristes peuvent être radicales et donc côté palestinien, tout est fait pour rendre les victimes palestiniennes anonymes. Les commentaires interviennent dans le cadre d'une partie magazine à l'intérieur de laquelle un thème unique est discuté : l'officialisation des conversions au judaïsme, l'étude de la Shoah en Belgique, l'indemnisation des victimes de la Shoah par la France, les fêtes de la Pâque juive, etc. On peut donc parler d'un mélange de religieux, de militaire, de civil. Cependant, il faut remarquer que la station Kol Israël respecte une certaine réserve, ce qu'exprime Isabelle Garcin-Marrou (2001)⁵ : « *De fait, face au terrorisme, une des grandes tendances constatées est la prudence. Celle-ci s'exprime par la séparation de l'information et du commentaire.* » L'auteur présente cet aspect de l'information à partir d'un travail sur la presse écrite, mais ce fait se vérifie très bien dans le cas de la radiodiffusion et de Kol Israël en particulier. Cette station emploie l'expression de « *terroriste arabe* ».

Pour ce qui est de l'Arménie, l'émission en français n'a lieu que le dimanche (à raison de 15 minutes seulement) et la qualité de réception est plutôt mauvaise. L'enregistrement n'apporte rien sur le plan qualitatif et, pour le chercheur, il faut donc se contenter de prendre des notes. Cela étant, les thèmes sont toujours les mêmes : l'Arménie et son passé, sa culture, sa religion, et ses difficultés. Il y a dans cette émission l'expression d'un fort sentiment national, presque patriotique. L'ancrage se fait dans une identité forte qui se réfère à la diaspora arménienne, à la suite du génocide turc de 1915.

Au Maroc, la station qui émet en français est Médi 1, qui a 20 ans et dont le monde radiophonique dit le plus grand bien, mettant en avant sa liberté de ton et son modernisme technologique. Ce radiodiffuseur couvre tout l'ouest du bassin méditerranéen (y compris la Libye) et son pourtour : Italie, Espagne. L'audience est évaluée à quelque 23 millions d'auditeurs. C'est une radio bilingue (français-arabe), et elle est maintenant présente sur Internet. Il peut donc paraître curieux de classer cette station dans la catégorie des radiodiffuseurs communautaires. Nous l'y avons mise dans le sens où il s'agit bien d'une radio communautaire méditerranéenne qui fait montre d'une vraie rigueur en matière de traitement de l'information, ce qui est assez rare autour de la Méditerranée. Les thèmes sont internationaux mais touchent particulièrement l'actualité politique, économique et culturelle de la Méditerranée. Sur le plan magazine, Médi 1 n'oublie pas ses racines identitaires en donnant une large part à la musique soufi.

À Malte, la station aurait pu être ce qu'est Médi 1. Son nom réel de radiodiffusion est d'ailleurs « Voice of the Mediterranean » (La Voix des Méditerranéens). Actuellement, il est difficile de classer cette station : opportuniste vis-à-vis de l'Europe, communautaire par certains aspects, elle prétend ne s'intéresser qu'à la communauté maltaise à l'étranger, mais son discours joue sur la promotion de Malte. Cette station a changé de ton en 1995 en prônant la coopération euro-méditerranéenne, qui est un concept assez flou. De toutes les manières, les thèmes évoqués sur VOM touchent essentiellement à la promotion de l'île : le tourisme, l'héritage culturel, le peuple maltais et les opportunités d'implantations commerciales offertes par le statut actuel et la situation particulière de Malte. En résumé, cette station a pour but de montrer que Malte n'est pas une petite île perdue dans la Méditerranée, mais qu'elle a une importance stratégique (entre l'Afrique et l'Europe) et qu'elle est membre de nombreuses organisations internationales, donc qu'elle a un rôle important malgré sa taille.

Le cas du Canada est un peu particulier. En effet, il pourrait paraître curieux de classer Radio Canada International dans les radiodiffuseurs de type « communautaire » car RCI a tout d'un radiodiffuseur de « souveraineté ». Notre choix est dû à la situation particulière de ce pays et de la radiodiffusion francophone dans cet État. Pour comprendre cette situation, reportons-nous au travail de Marc Raboy⁶ qui reprend le rapport de la Canadian Association of Adult Education (CAAE) sur la radiodiffusion, lequel, bien que réalisé en 1960, ne semble pas infirmé en 2002 : « Il est évident que le problème majeur du Canada a été de conserver une opinion publique dynamique, parmi un public dont le seul trait commun

était celui de résider sur un territoire artificiellement segmenté ; en d'autres termes, le problème a été de créer un public à partir de collectivités distinctes et géographiquement séparées... L'histoire entière du Canada a été celle d'un conflit entre le public, qui est canadien, et le marché, qui a été d'abord américain et, au sens premier du mot, anti-culturel. » Ce phénomène se retrouve dans les thèmes exposés dans les émissions de Radio Canada International. Tout porte sur le Canada : nouvelles, magazines, météo, sport, etc. Le Canada se présente bien comme une forme d'enclave dans le continent nord-américain et veut montrer sa spécificité, sa personnalité par rapport à son grand et unique voisin. Le Canada a un public canadien qui est national dans un marché américain, lui, international.

D'une façon générale, l'avenir semble être favorable pour ces types de radiodiffuseurs car ils ont une cible qui est en même temps un public. De plus, c'est un public actif et non pas composé d'auditeurs passifs d'une radio commerciale occidentale par exemple. Le radiodiffuseur donne des « arguments » à l'auditeur pour mieux préserver ou défendre sa communauté éloignée du centre historique originel. Les messages en provenance de ces stations ont a priori une bonne crédibilité auprès de leurs publics respectifs. Il semble également que le discours « mondialisateur » des grandes stations fasse peur aux auditeurs de ces communautés qui, dans certains cas, peuvent craindre pour leur avenir. Cette situation renforce leurs liens d'appartenance avec la communauté constituée.

Conclusion

Dans la présentation de sa célèbre description d'une action de communication, Harold Lasswell (1973) s'exprimait déjà ainsi au sujet des ondes courtes⁷ : « Ces dernières années, la diffusion à ondes courtes a été perturbée par des interférences qui seront éliminées ou qui mèneront à l'abandon de ce mode de diffusion. » En ce qui nous concerne, plusieurs enseignements peuvent être tirés de notre étude.

1. Les ondes courtes, si elles franchissent sans difficultés les frontières et les obstacles, sont condamnées à plus ou moins brève échéance car les progrès techniques les rendent progressivement obsolètes. Or, les États ne semblent pas prêts à investir dans les ondes numériques. Les journaux spécialisés mettent en avant cette innovation technique, mais on n'en voit guère la concrétisation. De plus, il y a un coût économique important et plusieurs se demandent s'il faut investir pour un résultat qui n'est pas aussi essentiel qu'il y paraît. En effet, la technique satellitaire semble bien plus intéressante : World Radio Network, qui regroupe actuellement

des radiodiffuseurs en français et dans d'autres langues et qui transmet via Internet, est offert depuis fin novembre 2002 dans le bouquet Canal Satellite. Bien évidemment, ceci va avoir des effets que nous ne pouvons pas encore mesurer, mais pour lesquels nous pouvons formuler quelques hypothèses. Le fossé va ainsi peut-être encore plus se creuser entre ceux qui utilisent les ondes courtes (et qui, financièrement, ne peuvent totalement changer de mode d'émission) et les autres. En même temps, l'offre de World Radio Network va peut-être permettre à certaines radios de profiter de l'émission satellitaire, mais alors il faudra que les auditeurs possèdent un téléviseur pour écouter la radiodiffusion. Si c'est le cas, cet auditeur préférera sans doute regarder une télévision transnationale, communautaire et à terme thématique, pour s'informer.

2. Les radios internationales ne semblent plus avoir une grande utilité sauf en cas de conflit, à cause de la simplicité relative d'emploi des ondes courtes et de la facilité pour un petit récepteur autonome de les capter. Mais si c'est le cas, la radiodiffusion deviendra de plus en plus le média d'urgence des radiodiffuseurs internationaux – et des grands radiodiffuseurs uniquement – et seules les grandes nations pourront s'exprimer et donner leur avis, sans tenir compte des particularismes locaux.

3. La radiodiffusion internationale semble être un moyen d'information qui a ses propres caractéristiques et surtout des spécificités que l'on peut mettre désormais en évidence : a. c'est le dernier moyen de propagande pour les États ; b. si son objectif premier « avoué » a été de maintenir le contact avec ses ressortissants, sur un plan national, son objectif désormais est de maintenir le contact avec une communauté qui est, selon les cas, linguistique, religieuse, politique, associative, voire, pourquoi pas, économique. Nous pouvons ainsi presque affirmer que la radiodiffusion internationale est devenue (et pour certains États, va devenir) un moyen d'information communautaire, et ce moyen d'information est passé du national au communautaire international. Toutefois, si les communautés paraissent aujourd'hui clairement définies, il n'est pas dit qu'avec le temps, il ne se forme pas d'autres communautés à faible durée de vie, comme des communautés d'intérêt ayant une cause ou un intérêt particulier à défendre et qui pourraient ainsi devenir des « radios communautaires d'opportunité ». Et ceci, bien que la radiodiffusion internationale ne semble pas devoir être touchée par la commercialisation et ses effets ainsi que le dénonce Patrick Champagne (1990)⁸. Par ailleurs, selon Jean Mouchon (1998)⁹, plusieurs conséquences résulteraient de cette approche marketing : « *La première concerne le corps électoral, traité à l'exemple des consommateurs dans la logique marchande (...)*

L'hégémonie du marketing politique a une deuxième conséquence liée à la précédente. Elle concerne la montée en puissance d'un nombre réduit de journalistes. »

4. L'affrontement idéologique « est-ouest » ayant disparu ou presque, il semble que l'on se dirige désormais vers un affrontement de type intercommunautaire. Non pas un « choc des civilisations », mais un affrontement culturel (défense d'une « identité culturelle », d'un mode de vie d'une société donnée, aussi bien l'occidentale que l'orientale), et caché sous une apparence religieuse ou économique. Le phénomène n'épargne pas non plus l'Afrique et en particulier le Ghana à en croire André-Jean Tudesq (2002)¹⁰ : « En août 1995, une association des sociétés de radios privées (APBC) est constituée, comprenant en mai 2000 26 radios et 5 télévisions [...] Elle souhaite aussi défendre l'identité culturelle contre l'excès d'imitation des cultures étrangères. »¹¹

5. Les auditeurs des ondes courtes ne se situent plus dans les pays de « souveraineté » (on aurait presque envie de dire dans les pays riches). Donc qui écoute ? Les pays qui n'ont pas les moyens médiatiques nécessaires et suffisants pour s'affirmer et nous assistons à un phénomène à double tranchant : les pays africains, par exemple, écoutent la radiodiffusion des pays que nous avons appelés « souverains » (occidentaux) et cela a forcément des effets que l'on ne peut bien mesurer dans l'immédiat. Théodore Vittin (2002)¹² affirme ainsi que « l'analphabète haoussa du Niger ou du Nigeria écoutera religieusement les émissions de la BBC, de la DW ou de la VOA diffusées dans sa langue et ce, pour améliorer son vocabulaire ou comprendre le sens de certains concepts. Précisons que les journalistes-présentateurs africains recrutés par les radios internationales pour les émissions en langues africaines réalisent un travail de traduction d'autant plus louable que des mots tels que "crise", "pont aérien" ou "inflation" n'ont pas d'équivalent dans ces langues. D'où le recours à des métaphores et d'autres formes imagées pour créer un vocabulaire de vulgarisation, fonction que les auditeurs haoussa, par exemple, ont intégrée dans leur démarche cognitive sous-tendant – entre autres motifs – leur écoute régulière des radios internationales diffusant dans leur langue. » Mais il faut rappeler aussi que la majorité des émissions sont diffusées en français, anglais et portugais (langues des anciens colonisateurs). Et comme le précise encore T. Vittin¹³ : « Quelques grandes langues véhiculaires africaines (swahili, haoussa, lingala, etc.) sont utilisées pour des émissions dont le volume reste faible. » La question demeure entière pour les autres langues véhiculaires africaines : certaines ne figurent pas dans les services des grands radiodiffuseurs et cela peut influencer à terme sur leur survie. Cette situation n'accorde-t-elle pas une suprématie à certaines ethnies grâce à la langue ? Réponse sans

équivoque du même T. Vittin¹⁴ : « Les auditoires restent d'une façon générale circonscrits aux couches urbaines (élèves, étudiants, fonctionnaires, cadres, professions libérales, commerçants) ainsi qu'aux autorités et notables dans les campagnes et villes moyennes (comme les instituteurs, médecins ou fonctionnaires). Ces auditeurs africains constituent des leaders d'opinion et forment une minorité influente dans la vie politique, économique et sociale des États africains. » Il paraît évident aussi qu'il est plus important pour un leader politique africain ou sud-américain de s'exprimer sur les ondes d'une station internationale que nationale pour trouver une légitimité et ceci pour deux raisons : la taille de l'audience et son internationalité (donc sa dimension géographique). Ce que confirme A.-J. Tudesq (1991)¹⁵ : « Dans le contexte actuel de "mondialisation forcée" auquel sont confrontés les États africains, leur dépendance à l'égard des médias occidentaux se renforce de plus en plus. » Les raisons de cette dépendance des Africains vis-à-vis des médias internationaux tiennent à une triple dépendance : technologique, économique et de savoir-faire. Le recours, entre autres, aux radiodiffuseurs internationaux devient alors inévitable. Ceci nuit à la souveraineté nationale des États africains, donc à leur identité nationale mais aussi à leur identité culturelle, car à force de présenter les modes de vie occidentaux, il y a obligatoirement une influence sur les modes de vie africains, voire une accélération de leur disparition. Toutefois, il y a un paradoxe que nous pouvons mettre en évidence en relisant le même auteur qui écrivait déjà en 1984¹⁶ : « Si l'on prend l'exemple de la radio en Afrique Noire, la langue utilisée fut d'abord l'anglais ou le français ; la diversité des langues africaines amena souvent à maintenir comme langue officielle le français ou l'anglais ; l'utilisation des langues africaines à la radio est un problème le plus souvent politique au moins autant que culturel. La traduction des informations en langue africaine, par exemple en Haute-Volta (Burkina-Faso depuis le 4 août 1984), entraîne un appauvrissement du contenu informatif : ce qui établit une disparité accentuée entre villes et campagnes, entre les cadres dirigeants et la masse de la population. Même dans les quelques pays d'Afrique noire qui jouissent d'une homogénéité linguistique (par exemple, la Tanzanie avec l'usage du swahili), des différences apparaissent entre la langue parlée à la radio et celle des paysans. »¹⁷ Cet exemple et son ancienneté montrent que la radiodiffusion internationale est encore loin d'une réelle radiodiffusion mondialisée. Cela dit, ces phénomènes ne sont pas propres à l'Afrique, on les observe même dans un État comme le Canada : « Le marché s'est manifesté dans la radiodiffusion canadienne par le biais des dirigeants d'entreprises "privées" ... c'est un lieu commun de l'histoire du Canada que de dire du marché qu'il est continental plutôt que national et que son développement incontrôlé a été perçu comme contraire à l'existence du Canada en tant qu'entité

nationale [...] L'histoire entière du Canada a été celle d'un conflit entre le public, qui est canadien, et le marché, qui a été d'abord américain et, au sens premier du mot, anti-culturel. »¹⁸ Pour résumer, il y aurait un public canadien (national) dans un marché américain (international).

6. La communication se mondialise, s'internationalise : de nombreux auteurs l'affirment et nous pouvons nous-même le constater en tant qu'auditeur et/ou téléspectateur. Nous pensons, après écoute des différents journaux parlés, que les radiodiffuseurs de type « communautaires » vont se développer, se renforcer, comme semblent le faire les communautés elles-mêmes. Cette situation ne risque-t-elle pas de provoquer un phénomène de radicalisation de ces communautés et des radiodiffuseurs correspondants, afin de sauvegarder cette identité communautaire ainsi redéfinie ?

7. Que va-t-il se passer pour les États à faible potentiel en radiodiffusion internationale, ce qui représente presque deux continents : l'Amérique centrale et du sud et l'Afrique ? Nous pouvons d'ores et déjà dresser un premier constat : si ces États se passent de radiodiffusion internationale, nous retrouvons les risques déjà mentionnés plus haut, mais dans un cadre de mondialisation de la communication, c'est un véritable fossé qui va séparer ces États des autres. Car là où il y a absence de radiodiffusion internationale, il y a fatalement retard d'équipement multimédia¹⁹. Deuxième constat, les pays en question ne font pas ou peu partie des circuits d'information et il y a un risque d'absence d'image (en termes de rayonnement) ou, au contraire, présence de stéréotypes.

8. La puissance des télévisions internationales va-t-elle suppléer l'absence de moyens d'information nationaux et internationaux ? Nous constatons ce fait en Afrique du Nord par exemple. Lofti Madani (2002), dans un chapitre concernant la télévision en Algérie²⁰, intitule un de ses paragraphes « *L'hégémonie culturelle ininterrompue* » en explicitant ainsi son propos : « *Les modèles culturels européens n'ont pas cessé depuis l'indépendance de s'affirmer comme des vecteurs de savoir et de loisir, d'autant qu'ont été reconduits pour l'essentiel les anciens systèmes de diffusion culturelle.* » L. Madani n'oublie pas non plus la radiodiffusion dans son exposé : « *Les ondes radiophoniques ont constitué également un lieu non négligeable d'ancrage des nouvelles identités en construction.* »²¹ Ce qui se confirme pour deux raisons essentielles : a. « *la dégradation des formes d'expression de la culture traditionnelle ne peut trouver de substitut dans une politique culturelle indigente, le taux relativement élevé d'analphabétisme et la prédominance de la communication orale dans la société* »²² ; b. « *alors que l'arabe dialectal et le berbère sont les deux langues de communication des larges couches populaires, c'est l'arabe classique qui est imposé comme langue véhiculaire quasi*

exclusive des programmes nationaux»²³. Nous retrouvons un phénomène semblable en Tunisie où la station nationale RTT (Radio Télévision Tunisienne) essaye péniblement de lutter avec France 2 et la RAI et plus récemment avec des chaînes arabes comme Al Jazeera et Al Mustakillah. Riadh Ferjani (2002)²⁴ précise à cet égard que « *certaines estimations font état d'une croissance exponentielle du parc d'antennes paraboliques : celui-ci serait passé de 50 000 en 1994 à plus de 500 000 en 2000.* »²⁵

9. Les radios « d'opportunité » continueront de se créer et de disparaître au gré des... opportunités : conflits, entrée dans une communauté économique, etc. Le risque de disparition existe dans le sens de l'abandon d'un service de langue en particulier, mais pas de la station proprement dite. Encore que l'on puisse se demander à quoi peut être utile une radio qui n'émet que dans sa langue nationale pour une communauté très réduite, comme la Finlande.

Au total, nous devons reconnaître au terme de cette recherche que le bilan global n'est pas très prometteur pour la radiodiffusion internationale. En dehors des problèmes qu'elle rencontre par rapport à un positionnement dans un système de communication mondiale, ce type de média semble aujourd'hui obsolète. Or, les États ne pourront pas maintenir indéfiniment un mode d'information qui, à de rares exceptions près, relève plus du « bricolage » par rapport à l'immédiateté des technologies plus rapides (Internet par exemple) et la réalité des images télévisuelles. Si nous trouvons en Grande-Bretagne, en France ou aux États-Unis une réelle volonté d'informer, de nombreux autres radiodiffuseurs ont assez peu de choses à nous dire, sinon à présenter ou défendre une identité nationale et culturelle ou encore communautaire. Ces derniers sont caractérisés par un amateurisme, sympathique certes, mais qui a peu de chances d'avoir un avenir radieux.

D'autre part, même si les citoyens d'un État à parti unique pâtissent d'une sous-information, l'époque des « murs » (de Chine ou de Berlin) et des « rideaux » (de fer ou encore de bambou) est révolue, car il est pratiquement impossible de « rendre sourde » toute une population. Même la Chine est devenue membre en règle de l'OMC depuis le 11 décembre 2001.

Cette « *communication-monde* » – selon l'expression d'Armand Mattelart (1992) – semble irréversible²⁶, car ce sera une communication non-étatisée, mondialisée ou globalisée comme l'exprime Gilles Brunel (2002)²⁷ : « *La globalisation actuelle est basée sur le libéralisme économique. Historiquement, celui-ci s'est inspiré des théories de John Locke, d'Adam Smith, de David Ricardo, de Jean-Baptiste Say, de Thomas Robert Malthus et de Léon Walras. Ses opposants se sont regroupés autour de John Stuart Mills, de Karl Marx et de John Maynard Keynes. Signalons que le néolibéralisme actuel a*

bénéficié des travaux de plusieurs idéologues depuis les années 1930 dont ceux de Friedrich von Hayek et de Milton Friedman. Le moteur actuel de la globalisation est constitué par la stabilité politique et militaire. Présenté comme irréversible, ce changement s'opère souvent par la privatisation de sociétés d'État, la déréglementation et la régionalisation des marchés (Marché Commun, Alena, Zlea). » Toujours selon le même auteur, « l'homogénéité engendrée par la globalisation, incomplète actuellement, serait en effet "un rouleau compresseur historique" qui pourrait entraîner l'uniformisation des cultures nationales et régionales, de Londres à Bombay en passant par Hong-Kong et Melbourne. » En revanche, face à cette globalisation homogène, il y a les tenants d'une vision hétérogène défendue par les théoriciens de l'inter-culturalisme tels Saïd, Bhabha, Stuart Hall, Clifford, Marcuse et Castells qui supposent que les pays, les régions, les cultures et les sous-cultures ont la capacité de se défendre (le récepteur devenant actif).

Il faut remarquer que l'opposition à cette globalisation s'organise, bien qu'elle se fasse encore sous une forme relativement anarchique (ce qui est préférable à un mouvement unifié qui pourrait être infiltré). Et puis, les derniers sondages de l'écoute radiophonique nous indiquent que la station qui a le plus d'audience en France en termes d'écoute cumulée est une station « musicale ». Il s'agit là d'une première car ce n'est plus une station « d'information » qui domine l'audience. Les goûts et les sujets d'intérêt de la population changent et, dans ce contexte, la situation de la radiodiffusion internationale nous apparaît bien fragile et son avenir relativement compromis.

En 1990, Zanasoumo Roger Nouma concluait ainsi sa thèse sur RFF[®] : « En tout cas, les bouleversements politiques intervenus récemment dans les pays d'Europe de l'Est, les soubresauts politiques que connaît le continent africain, etc., incitent et doivent inciter à réfléchir à ce que doit être la radio internationale des années 1990 et au-delà ». Il ne semble pas que les choses aient beaucoup changé depuis lors, comme si l'absence de lutte idéologique laissait les adversaires d'hier sans voix, du moins sans message... ■

Notes

1. Stations marquées d'un astérisque : nous n'avons pas pu accéder à des enregistrements car pour diverses raisons techniques, la difficulté d'écoute est importante ; nous nous sommes contenté de prendre des notes par écrit.
2. TÖNNIES Ferdinand (1997), *Communauté et société* (1887), CEPL, Paris, Retz.
3. BOURDIEU Pierre (1987), *Choses dites*, Paris, Minuit, p.33.

4. Les Finnois sont environ 5 millions et les Estoniens, qui parlent un dialecte finnois, un million. On peut donc dire que la langue finnoise, au sens large, représente 6 millions de personnes. Est-ce suffisant pour entretenir un service international de radiodiffusion ? Le hollandais en revanche est parlé par 20 millions de personnes dans le monde, à cause des anciennes colonies en Asie du sud-est.
5. GARCIN-MARROU Isabelle (2001), *Terrorisme, Médias et démocratie*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, p.109.
6. RABOY Marc (1998), « Le public fantôme : un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias », in *Accusé de réception* (dir. Serge Proulx), Paris, L'Harmattan, p.108.
7. LASWELL Harold (1973), « Structure et fonction de la communication dans la société », in *Sociologie de la communication, textes fondamentaux*, Paris, Larousse Université, p.3.
8. CHAMPAGNE Patrick (1990), *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, Paris, Éditions de Minuit.
9. MOUCHON Jean (1998), *La politique sous l'influence des médias*, Paris, L'Harmattan, p.62.
10. TUDESQ André-Jean (2002), *L'Afrique parle, l'Afrique écoute*, Paris, Karthala, p.56.
11. Association of Private Broadcasting Company, site Internet de Ghana Media Gateway.
12. VITTIN Théodore (2002), « L'impact des radios internationales », in *La mondialisation des médias contre la censure* (dir. Tristan Mattelart), Bruxelles, de Boeck & Larcier S.A, INA, p.95.
13. *op. cit.*, p.85.
14. *op. cit.*, p.85.
15. TUDESQ André-Jean (1991), « Nouvelles technologies de la communication et dépendance renforcée de l'Afrique noire », *Mondes en développement*, n°73, p.83.
16. TUDESQ André-Jean (1984), « Les conditions de production et d'écoute. Leurs incidences sur le discours radiophonique », in *Aspects du discours radiophonique* (dir. Patrick Charaudeau), Paris, Dunod, pp.14-15.
17. À ce sujet, A.-J. Tudesq signale que, dans ce pays, le texte des émissions était rédigé en français et diffusé en mooré et dioula, d'où des erreurs de traduction, voire la transmission de fausses informations.
18. THOMAS A. M. (1960), « Audience, Market and Public – An Evaluation of Canadian Broadcasting », *Canadian Communications*, vol.1, n°1, pp.22-24. Cité par Marc RABOY (1998) in *Accusé de réception* (dir. Serge PROULX), Paris, L'Harmattan, pp.108-109.
19. Cf. le rapport mondial sur la communication & l'information 1999-2000 de l'Unesco.
20. MADANI Lofti (2002), « L'antenne parabolique en Algérie, entre domination et résistance », in *La mondialisation des médias contre la censure* (dir. Tristan Mattelart), Bruxelles, de Boeck, p.178.
21. *op. cit.*, p.179.
22. *op. cit.*, p.180.
23. *op. cit.*, p.181.

24. FERJANI Riadh (2002), « Internationalisation du champ télévisuel en Tunisie », in *La mondialisation des médias contre la censure* (dir. Tristan Mattelart), Bruxelles, de Boeck, p.171.
25. Selon, respectivement, une enquête de Radio France Internationale citée par *Le Figaro* (10 janvier 1995) et une estimation donnée par le cinéaste tunisien Nouri Bouzid aux *Cahiers du cinéma* (n°557, mai 2001).
26. MATTELART Armand (1992), *La communication-monde, Histoire et des idées et des stratégies*, Paris, La Découverte/textes à l'appui.
27. BRUNEL Gilles (2002), « La coopération économique internationale au tournant du millénaire », in *La communication internationale* (dir. Gilles Brunel et Claude-Yves Charron), Boucherville (Québec), Gaëtan Morin éditeur, p.52.
28. NOUMA Zanasoumo Roger (1990), *Radio France Internationale : instrument de la présence française dans le monde*, Thèse pour le Doctorat en Science politique, Université de Lille II, p.784.