

**Lina Zakhour**

*Celsa, Université Paris IV - Sorbonne*

## **AL JAZIRA, CNN ET LES AUTRES CHAÎNES D'INFO EN CONTINU : LE DÉFI DE LA MONDIALISATION**

Les chaînes de télévisions d'information en continu couvrant l'actualité mondiale 24h/24, nous permettent à chaque instant de la journée et de la nuit de nous enquêter de l'état du monde. Si, un temps, CNN et BBC se sont partagé le monopole de l'information mondialisée, ces chaînes sont désormais nombreuses. Même l'écran est devenu indifférent : le support peut être une télévision, un ordinateur ou un téléphone portable.

Mais, au-delà du contenant (le « medium »), c'est le contenu (le « message ») qui pose problème. Si l'on décide de zapper de chaîne en chaîne, l'on se rend compte en effet, que nonobstant les avancées scientifiques, raconter la marche du monde n'est pas chose aisée. Dans les chaînes nationales, le journaliste s'adressant à ses compatriotes et leur ramenant des faits lointains, la compréhension et la médiatisation des événements internationaux dans la rubrique « étranger » se fait au prisme des contextes locaux. Or, sur les chaînes à diffusion transnationale, c'est une représentation particulière de la réalité du monde qui est donnée à tout habitant de la planète muni d'un écran. Le journaliste y est l'auteur d'un récit aux retombées mondiales. D'un simple choix de vocabu-

laire entre « terroristes », « combattants », « insurgés », « opprimés », etc., il refait l'histoire !

Ces chaînes, qui ont pris le pari de conjuguer mondialisation et information, sont ainsi continuellement confrontées au risque que la couverture médiatique des événements ne se réduise à des narrations ethnocentriques de l'actualité mondiale et n'entraîne un repli identitaire des auditeurs, jusque dans leur quête informationnelle.

### **Genèse et évolution de l'information télévisuelle mondialisée**

– CNN diffuse par le biais de « CNNI » l'info dans le monde entier depuis 1985. Ted Turner explique que le but de sa chaîne « est la couverture du monde entier, la suppression des frontières, l'abolition de la notion d'étranger. Le monde est un grand village et nous sommes tous voisins. Ma croisade c'est la paix universelle. La télévision a son rôle à jouer et j'y travaille intensivement »<sup>1</sup>.

Pour garder sa place de leader, CNNI a très tôt régionalisé son réseau international. Son slogan est « *Global reach, local touch* »<sup>2</sup> et le site <edition.cnn.com> se décline en six langues.

– La chaîne d'info en continu appartenant à la BBC, a été créée en 1991. Elle est rebaptisée « BBC World News », en 2008. Gérée par la BBC Worldwide, c'est une filiale commerciale autonome qui s'autofinance. BBC a lancé le 11 mars 2008 sa nouvelle chaîne d'info en arabe « BBC Arabic TV », et le 14 janvier 2009, la « BBC Persian TV » (PTV), toutes deux financées par le ministère des Affaires étrangères. « Après l'arabe et le farsi, nous allons lancer 33 nouvelles *BBC World* »<sup>3</sup>, a précisé Richard Sambrook.

– « Euronews » a été fondée en 1993 par le consortium de chaînes participant à l'Union européenne de la radio télévision. Massimo Fichera, alors président directeur général, avait déclaré : « Voilà le projet d'Euronews : une information multidirectionnelle à laquelle les petits pays participent au même niveau de dignité et de possibilité que les grands. C'est pourquoi nous estimons qu'Euronews est, certes, une entreprise industrielle (car nous produisons) et économique (nous voulons développer la publicité), mais aussi politique.<sup>4</sup> » Selon Philippe Cayla, PDG actuel d'Euronews, « la chaîne européenne s'attache à proposer l'information internationale avec une perspective européenne, et non d'un point de vue national »<sup>5</sup>. Diffusée en huit langues – anglais, français, espagnol, italien, portugais, allemand, russe et arabe –, Euronews lancera en janvier 2010 une version turque.

– En 1996, la première chaîne d'info en continu du monde arabe, « Al Jazira », a débuté grâce à un prêt octroyé par l'émir du Qatar. C'est son slogan « *Une opinion et son contraire* », qui explique le succès d'Al Jazira auprès de la rue arabe qui, à l'exception du Liban, n'avait accès jusqu'alors qu'à des chaînes étatiques aux discours muselés. Elle a assuré à l'émirat une

célébrité et un poids régional, inversement proportionnel à sa taille. Ce qui n'est pas pour plaire à son puissant voisin l'Arabie Saoudite qui a lancé en 2003 la chaîne « Al Arabiya ».

– En 2006, « Al Jazira international » émettant en anglais est lancée, dans le but de « combler un vide dans les réseaux des grands médias internationaux ». Elle est dirigée par Nigel Parson, un journaliste britannique qui précise que la « chaîne n'est pas une édition anglaise de son homologue arabe »<sup>6</sup>.

– « France 2 », « *Un regard français sur l'actualité internationale* », voulu par Jacques Chirac, émet depuis décembre 2006. Le financement étatique constitue le principal levier financier de la chaîne qui fait partie depuis avril 2009 de l'audiovisuel extérieur français, une holding qui rassemble RFI, TV5 et France 24. Elle est disponible en trois langues, gratuitement sur le Net. Mais la version arabe de France 24 ne suit pas une trame narrative identique à 100 % à celle de la chaîne en français ou en anglais.

– « Deutsche Welle TV », institution publique qui touche de l'État allemand un budget annuel, a été fondée en 1993. Arguant du principe de *Staatsferne*<sup>7</sup>, elle revendique son indépendance de toute influence politique. Selon Erik Betterman, directeur général, « DW-TV a pour mission d'informer un public étranger en plusieurs langues sur l'actualité allemande et européenne »<sup>8</sup>. Diffusée en anglais gratuitement sur le Net, elle émet aussi quelques heures par jour, en français et en arabe.

– « Russia today », chaîne étatique, a été lancée le 10 décembre 2005 par l'agence gouvernementale RIA-Novosti. Elle a pour mission de refléter la position russe sur les principales questions de politique internationales, et d'informer le public sur les événements de la vie russe. Elle a reçu de l'État un budget initial de 30 millions de dollars « pour faire changer la vision négative que les étrangers ont de la Russie »<sup>9</sup>, une idée en vogue au sein de

l'administration présidentielle russe depuis le début des années 2000. « Rუსyia al-yawm » a commencé à émettre le 5 mai 2007. Elle se veut complémentaire plutôt que concurrente des chaînes arabes existantes, n'abordant pas les sujets de politique intérieure des pays arabes, mais se focalisant sur la Russie, les positions de Moscou sur les questions arabes, et les relations internationales. Les deux chaînes ont des programmations différentes, et sont disponibles gratuitement sur les sites <www.rtarabic.com> et <www.russiatoday.ru>.

– « Telesur » a été lancée en 2005 au Venezuela, à l'initiative du président Hugo Chavez. Plusieurs pays latino-américains participent à son capital. Selon les statuts de la chaîne qui émet en espagnol, et peut être visionnée gratuitement sur le Net, son objectif est de permettre aux habitants de l'Amérique latine d'avoir un média défendant « leurs propres valeurs, divulguant leur propre image, débattant de leurs idées et diffusant leurs propres programmes, de façon libre et égale ».

– Chaîne d'info en continu en anglais, lancée à l'initiative des pouvoirs publics japonais et financée en grande partie par la redevance audiovisuelle, « NHK World TV » a commencé à émettre en février 2009. Ses objectifs : diffuser dans le monde entier l'information nationale, et internationale, informer sur l'Asie, promouvoir la compréhension mutuelle entre le Japon et les autres pays, et renforcer l'influence politique et culturelle du Japon à l'étranger, surtout en Asie. Le site <www.nhk.or.jp/nhkworld/>, sur lequel est diffusée gratuitement la chaîne est traduit en 18 langues.

– La Chine, qui ne cesse de dénoncer « les médias étrangers biaisés », veut contrôler sa popularité et renforcer son influence, par le biais du développement international de ses médias. « Nous devons faire voir au monde entier l'image d'une nation forte et nouvelle », a déclaré Li Changchun responsable chargé de l'idéologie, cité par Chine Nouvelle<sup>10</sup>. La télévision centrale (CCTV) a lancé en juillet 2009 sa chaîne en arabe. Et, selon le

quotidien hongkongais *South China Morning*, l'agence de presse officielle *Xinhua* s'est vue attribuer une licence de chaîne de télévision, qu'elle développera sur le modèle d'une chaîne d'info en continu, diffusant des nouvelles sur le monde 24h/24 et en anglais.

## **Une bataille : la narration du monde**

Prenant en considération la diversité de leurs audiences, ces chaînes font du « sur mesure », tantôt par la production de versions régionalisées, adaptées à des zones culturelles ciblées (CNN en espagnol, Al Jazira international, BBC Arabic...), et tantôt par la traduction d'une trame narrative presque inchangée, préférant s'adresser de façon uniforme aux différentes populations du globe (France 24, Euronews...). De la prétention d'effectuer une mission de « service public »<sup>11</sup>, à l'assurance d'apporter « une neutralité sans faille »<sup>12</sup>, en passant par la volonté de produire une information Sud-Nord<sup>13</sup>, jusqu'à l'ambition plus modeste de montrer sa vision de l'actualité<sup>14</sup>, l'évolution des causes déclarées de la création de ces chaînes obéit à un même leitmotiv : avoir voix au chapitre à tout prix. Le tout dans le but de diffuser des flashes info, des reportages, des débats... La tendance étant à la gratuité, le bénéfice escompté est tout autre que monétaire. La langue est véhicule. L'information est prétexte. L'enjeu est ailleurs. Il est dans ce « Je » qui refuse de s'effacer. Et qui sait que, s'il est absent, les événements se donneront à écrire et à lire à son insu. Et là est le plus grave. Car la bataille que se livrent ces chaînes a pour objet de dire les faits. Une actualité qui fera l'Histoire plus tard. Or, l'Histoire est souvent écrite par les vainqueurs. Alors, comme il est primordial de faire triompher sa propre version, autant commencer par celle de l'actualité.

Mais, si l'expression « informations en continu » était appliquée à la lettre, elle rapporterait quantité d'événements qui se passent à chaque instant. Or, c'est le même flash info qui défile à l'écran chaque demi-heure, et qui dicte aux téléspectateurs l'ordre du jour. Et, de chaîne en chaîne, le calendrier des événements diffère. Enfin, même quand ils ont le même contenu, rarement les flashes info de ces différents médias ne commencent ou ne se terminent de la même façon. Par hiérarchisation, chaque chaîne opère une mise en visibilité des faits qu'elle sélectionne suivant des critères qui lui sont propres. Ainsi, au lieu d'imposer un point de vue universel dégagé de tout ancrage national, elles appliquent souvent le principe du « mort-km », et chaque chaîne reste centrée sur son monde. Même dans les versions régionalisées qui prétendent répondre aux préoccupations du public visé, les nouvelles sont traitées suivant la perception de la chaîne. Et, malgré les pools d'images, la couverture d'un événement n'est pas uniforme, chaque chaîne ayant sa façon de voir l'info mondiale. Ainsi, Nigel Parsons déclarait : « Tous les médias occidentaux s'affolent parce que l'Iran ou le Pakistan vont avoir l'accès à l'arme nucléaire, et que ce sont des pays musulmans, mais ils n'ont pas peur quand c'est l'Inde ou Israël. Nous ne sommes pas en faveur du développement des armes nucléaires, mais il est peut être utile que quelqu'un mette les choses en perspective.<sup>15</sup> »

Par la narration des événements, ces médias décident finalement de la façon dont est retranscrite la réalité, et ils promeuvent ainsi leur représentation du monde, qu'ils dotent d'une cohérence... la leur.

## Le soft power

Dans un entretien accordé au quotidien *Le Monde*, la directrice générale de « l'audiovisuel extérieur de la

France », Christine Ockrent, parle clairement d'un outil de *soft power* : « Ainsi se forgent les moyens d'une stratégie d'influence à même d'exprimer partout nos valeurs, de diffuser largement nos débats, et nos analyses, d'exposer nos cultures – en clair de participer pleinement à la confrontation planétaire qui pèse au moins autant que celle des économies et celle des armes, celle des identités culturelles.<sup>16</sup> » Et, même si Richard Sambrook, PDG de BBC World, définit sa stratégie par « un traitement de l'information international et neutre », là où « les Français et les Russes veulent donner leur version de l'actualité mondiale »<sup>17</sup>, la décision de relance des deux chaînes en arabe et en persan, va néanmoins dans le sens du déplacement de la bataille stratégique vers le monde arabo-iranien. Monnayé par le ministère des Affaires étrangères de Grande-Bretagne, leur lancement a en effet été rendu possible par la fermeture de radios qui offraient une voix indépendante à des pays de l'Europe centrale ou orientale, au temps de la Guerre froide.

Le ministre français des Affaires étrangères, Bernard Kouchner, qui appelait à rendre à la France « sa capacité d'influence et d'entraînement » par la construction d'un média français, qui serait « la troisième voie entre les médias internationaux anglo-saxons ou arabes », a rappelé d'ailleurs, que « la capacité d'un pays à promouvoir ses intérêts et ses valeurs échappe au seul réseau des chancelleries »<sup>18</sup>. Donnant au récepteur ses clés culturelles, pour voir le monde et décrypter l'actualité, la chaîne agit en effet comme une toile de fond, qui colorie d'une couche de subjectivité, toute information objective qui s'y pose.

Entre prudence patriotique et campagne de séduction (stratégie de régionalisation, image de marque soignée, gratuité...), ces chaînes se livrent finalement à toute une stratégie de communication... des informations ! Le pluralisme des intérêts politiques et des enjeux culturels, fait ainsi courir aux yeux des téléspectateurs, un grand danger sur la crédibilité de l'information diffusée.

## Un espace public transnational

Diffuser une information mondialisée requiert le contrôle de plusieurs variables, dont la susceptibilité des récepteurs n'est pas la moindre. Ces chaînes conservant chacune ses tropismes, leur succès s'explique par une audience disséminée aux quatre coins de la terre, mais néanmoins en quête de racines... ou d'identité clairement définie. Or, celle-ci est bien malmenée par la mondialisation, au gré des différentes politiques d'intégration et d'immigration des pays, et de la montée en puissance de la théorie du « conflit des civilisations ». Résultat : les informations spectacles à diffusion planétaires mises à parts, les téléspectateurs se rabattent sur la chaîne qui de par sa proximité culturelle, linguistique ou politique appréhende le monde à travers le même prisme. Et, surtout, ne leur renvoie pas un imaginaire tronqué, un discours réducteur ou une image stéréotypée. Indifférents à tout le bouquet qui leur est offert, ils restent ainsi fidèles à la chaîne qui exacerbe ou conforte leur appartenance citoyenne ou communautaire, qui se traduit par « les supports d'identité que sont la religion, la langue, les mœurs et la race »<sup>19</sup>. « Des « identités longtemps meurtries et qui deviennent meurtrières »<sup>20</sup>, depuis que chacun peut, où qu'il soit, prétendre à sa propre chaîne d'info !

Même si ces chaînes ont un horizon de diffusion bien large, chaque logique de réception ayant son arrière plan socio-culturel et par là sa propre grille de lecture, leurs effets dans la construction d'une homogé-

néité culturelle restent hypothétiques. Il ne suffit pas de produire et d'émettre des informations dans des langues correspondant à des aires culturelles lointaines, pour que ces médias soient adoptés. Pour preuve, le succès très relatif d'Al Jazira International auprès des Occidentaux et ce, même si le porte parole de la chaîne déclarait que l'objectif « est d'utiliser le langage de l'Occident pour traiter de questions en rapport avec le Moyen-Orient, et pour s'imposer comme une source d'information parallèle directe et fiable ». L'échec de la chaîne Al Hurra « la libre », télévision satellitaire émettant en arabe depuis la Virginie, aux États-Unis, sous la responsabilité de la BBG<sup>21</sup>, en est un autre exemple.

L'information mondialisée, à défaut d'avoir relevé le défi de l'universalisme, permet donc à chacun de se replier sur un monde, par écran interposé, réinventant des communautés sur le plan médiatique. Mais, si ces chaînes cristallisent à l'écran l'existence de ces « tribus planétaires », il est difficile de savoir dans quelle mesure elles ont participé à la création d'opinions publiques transnationales.

Ce qui est certain, c'est qu'à l'ère d'Internet, avec la montée en puissance des réseaux sociaux et des sites participatifs tel « l'Observateur » de France 24, c'est à une individualisation des pratiques de réception et de traitement de l'information, que le public est désormais invité. Grâce à l'interactivité assurée par la toile, ces chaînes constituent désormais un espace public transnational, où s'expriment tous les antagonismes.

### NOTES

1. Annick Cojean, « Ted Turner dîne avec Robert Maxwell », *Le Monde*, 19 octobre 1988, p. 18.
2. Portée globale, touche locale.
3. « La BBC va lancer des chaînes d'info en 33 langues », *Le Figaro*, 8 juin 2007.
4. « Enquête Euronews, chaîne d'information en continu. La voix de l'Europe », *Le Monde*, 16 août 1993.
5. « Rectificatif et Précisions Euronews », *Le Monde*, 11 octobre 2007, p. 13.
6. *Courrier international*, 16 novembre 2006, p. 64.

7. Un des éléments fondateurs de la liberté de presse en Allemagne qui signifie « distance de l'État ».
8. « La Deutsche Welle élargit son public », *Le Figaro*, 14 août 2002, p. 8.
9. La « CNN russe » *Russia today est entrée en ondes samedi*, <Ledevoir.com.>, lundi 12 décembre 2005.
10. « Une CNN sauce pékinoise », *Libération*, 11 février 2009.
11. CNNI.
12. BBC.
13. Al Jazira International.
14. France 24, Euronews, Russia today.
15. « Al Jazira sur la voie de CNN », *Le Nouvel Observateur*, 20 juillet 2006, p. 44.
16. « Audiovisuel : un enjeu mondial », *Le Monde*, 15 janvier 2009, p. 22.
17. « La BBC va lancer des chaînes d'information en 33 langues », *Le Figaro*, 8 juin 2007.
18. Bernard Kouchner, « Narration du monde, une bataille décisive », *Le Monde*, 4 décembre 2007.
19. Sélim Abou S.J, « préface » à Bahjat Rizk, *Les Paramètres d'Hérodote*, éd. L'Orient — Le Jour, 2009.
20. Amin Maalouf, *Le Dérèglement du monde*, Grasset 2009, p. 244.
21. *Broadcasting Board of Governors* (BBG) : agence fédérale qui chapeaute toutes les entités gouvernementales civiles de radio-diffusion dont Voice of America.