

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements.....	7
Sommaire.....	9
Avant-propos	11
Principales abréviations	13
Introduction.....	15

PARTIE I PANORAMA DES CHÂÎNES ARABES D'INFORMATION EN CONTINU

Chapitre I.

La primauté d'Al Jazeera, première chaîne d'information en continu	23
I. Les caractéristiques essentielles d'Al Jazeera	24
A. Son identité arabe est primordiale	25
B. Son aspect international est authentique	25
C. Sa liberté d'expression, son pluralisme et son style provocateur	26
II. Les origines de la chaîne.....	27
A. Les facteurs endogènes et exogènes de son apparition.....	27
B. Le Qatar, initiateur d'Al Jazeera.....	30
III. Le financement de la chaîne	32
A. Un marché publicitaire difficile d'accès.....	33
B. Une étude d'audiences absente	34

IV. Les choix stratégiques d'Al Jazeera à sa création.....	34
A. Son implantation géographique au Qatar	34
B. La BBC, formatrice de cette nouvelle chaîne arabe	36
C. Une diffusion internationale dès le départ malgré des difficultés de toutes sortes.....	38
V. Le personnel d'Al Jazeera sélectionné selon des critères d'abord politiques	41
A. Le conseil d'administration	41
B. Les directeurs généraux	43
1. Mohammed Jassem Al Ali	43
2. Adnan Charif.....	44
3. Wadah Khanfar.....	44
4. Cheikh Ahmed Ben Jassem Ben Mohammed Al-Thani.....	46
5. Mustapha Souag	46
C. Les rédacteurs en chef	47
1. Salah Najm	47
2. Ibrahim Hilal.....	47
3. Ahmed El Sherif.....	48
D. Les journalistes.....	48
E. Les bureaux d'Al Jazeera dans le monde	49
F. Le bureau en Palestine, la cause de tous les Arabes	50
G. Le bureau en Irak, le début de sa consécration médiatique contre les États-Unis	52
H. Le bureau en Afghanistan, la guerre contre le terrorisme	55
I. Le bureau à Paris, le portail de l'Europe.....	56
J. Le bureau à Washington, la capitale des grandes décisions	57
Chapitre II.	
La deuxième grande chaîne de télévision : Al Arabiya	59
I. Al Arabiya, la chaîne de télévision du groupe saoudien MBC	59
A. Le groupe MBC, maison mère d'Al Arabiya	60
B. MBC et plusieurs autres groupes constituent l'empire médiatique saoudien.....	63
1. Le groupe ART.....	63
2. Le groupe Orbit.....	64
3. Les groupes LBCI et Rotana.....	66
C. L'Arabie saoudite, leader des médias arabes mais délocalisés	68

II. Al Arabiya affronte dès sa création les nouvelles réalités économiques du marché audiovisuel	70
A. La spécialisation du marché audiovisuel	70
B. Les nouveaux paramètres de l'offre et de la demande.	71
III. L'identité et le financement d'Al Arabiya	71
A. Son implantation	73
B. Son financement.....	74
C. Les dirigeants d'Al Arabiya	75
D. Les directeurs adjoints	77
E. Les rédacteurs en chef	80
IV. Les journalistes d'Al Arabiya sont essentiellement saoudiens et libanais.....	80
A. Saoudiens sunnites et Libanais chrétiens, chiites ou laïques	80
B. Le Liban, leader de la production audiovisuelle	82
C. Les bureaux d'Al Arabiya dans le monde.....	83
D. Washington, l'alliance médiatique entre l'Arabie saoudite et les États-Unis	83
E. Le bureau d'Al Arabiya à Bagdad.....	85
F. Le bureau d'Al Arabiya à Paris.....	88
G. Le bureau d'Al Arabiya à Téhéran.....	88
Chapitre III.	
D'autres chaînes de télévision arabes d'information en continu.....	91
I. ON TV, une chaîne égyptienne ultra-libérale.....	91
A. L'identité de la chaîne et le public visé	91
B. Son slogan et sa ligne éditoriale.....	92
1. « Akher Kalam ».....	92
2. « Baladna Bil Masri »	92
3. « Manchette ».....	93
II. Al Mannar, porte-parole de « l'axe de résistance » du Hezbollah	94
A. Sa création en 1991.....	94
B. Al Mannar, fenêtre du Hezbollah sur le monde	96
C. Al Mannar de plus en plus engagée depuis 2000	99
1. L'Intifada d'Al Aqsa, la nouvelle cause de la chaîne Al Mannar	99
2. Al Mannar, après le 11 septembre 2001	101
3. La guerre israélo-libanaise de 2006 : Al Mannar, l'arme redoutable du Hezbollah	102
D. Son implantation, son financement et son personnel.....	102

E. Ses programmes	104
1. « Entre parenthèses » (« Bâyna Kâwsein »)	105
2. « Et après ? » (« Mazâ Bâad »)	106
3. « Et si Hezbollah perd la guerre » (« Mazâ law Huzimâ Hezbollah »)	106
F. Son interdiction d'émission par le CSA	108
III. Al Mayadeen, le dernier nouveau-né après le printemps arabe.....	110
A. Sa création en 2012.....	110
B. Son slogan, son implantation et l'organisation de la chaîne	110
C. Ses journalistes et son financement	111
D. Ses programmes au service d'une idéologie.....	113
1. « Sur le terrain » (« Fi Al Mayadeen »).....	114
2. « Derrière le mur » (« Khalf Al Jidar »).....	114
3. « De l'intérieur » (« Minâ Dâkhil »).....	115
4. Les programmes sportifs, économiques et les documentaires	116
Chapitre IV.	
Les chaînes occidentales destination du monde arabe.....	119
I. Al Hurra, outil d'influence de la puissance américaine.....	120
A. Son organisation et son financement	122
B. Ses journalistes et ses programmes.....	122
C. Al Hurra, un échec de communication	124
II. France 24, la chaîne française d'actualité internationale la plus regardée par les <i>leaders</i> d'opinion arabes.....	126
A. Sa création : du CFI à France 24.....	126
B. Son personnel, son financement et son organisation	128
C. Des journalistes et des programmes au service des valeurs universelles.....	129
D. D'excellentes audiences pour France 24 au Maghreb et au Moyen-Orient	131
III. La BBC Arabic profite du prestige de sa marque	133
A. Renaissance de la BBC Arabic en 2008	133
B. Des programmes innovants.....	134
1. « Notat hiwar » (« Point de discussion »).....	134
2. « Aswat Min Falastine » (« Des voix de la Palestine »)	135
3. « Rayokôum » (« Votre Avis »).....	135
4. « Saât Hisab » (« Arrêt sur les faits »)	135
C. Une hausse d'audience depuis les révoltes arabes	135

IV. Russia Al Yaoum, la Russie ne reste pas à l'écart de la guerre des ondes.....	136
A. Ses journalistes	137
B. Ses programmes.....	137
V. DW (Deutsche Welle), l'Allemagne n'est pas absente	137
A. Sa création en 2002.....	137
B. Ses programmes et son personnel	138

PARTIE II

L'ÉVOLUTION, EN PLUSIEURS ÉTAPES, DES MÉDIAS ARABES CORRESPOND À DIFFÉRENTS CONTEXTES HISTORIQUES ET GÉOPOLITIQUES

Chapitre I.

De l'avènement de la radiotélévision arabe à l'échec du nomic :

les médias arabes, outils idéologiques et politiques 143

I. L'avènement de la radio et de la télévision arabe dès les années 1920 ...	143
A. Les médias audiovisuels arabes : une question de souveraineté culturelle.....	143
B. Naissance de la radio arabe.....	146
C. Arrivée de la télévision arabe	148
II. Arabsat, le réseau spatial arabe a été un projet grandiose de développement.....	149
A. Arabsat un projet fédérateur pour réaliser l'unité arabe	150
B. Arabsat, l'expression idéologique du NOMIC.....	151
C. Les programmes télévisuels d'Arabsat reflètent les divergences politiques panarabes.....	152
D. La sous-exploitation d'Arabsat et son avenir incertain.....	156
E. Le transfert technologique arabe n'était qu'un mythe.....	156
F. Arabsat se heurte à des obstacles d'ordre organisationnel et politique	158

Chapitre II.

Al Jazeera, la première chaîne « libre » qui a révolutionné

le paysage télévisuel arabe depuis les années 1990..... 161

I. Une chaîne 24 heures sur 24, qui reflète les réalités du monde arabe sous tous ses aspects	161
A. Être présente là où il y a des événements.....	161
B. Des programmes sportifs qui l'ont aidée à construire une bonne notoriété	163

C. Apparition d'un vrai journalisme télévisuel au ton « libre ».....	164
D. Le journal télévisé d'Al Jazeera en trois volets : événementiel, économique et sportif.....	166
1. Le volet événementiel du JT.....	166
2. Le volet économique dans le JT.....	167
3. Le volet sportif.....	168
II. Débats politiques et interviews : programmes phares d'Al Jazeera.....	168
A. « À contre-courant » (« Al ittijah Al Mouakis »).....	168
B. « Plus d'une opinion » (« Akhthar mîn Raî »).....	170
C. « Sans frontières » (« Bîla houdoud »).....	170
D. « Les dessous de l'événement » (« Mâ Warrâ Al khabar »).....	172
E. « Depuis Washington » (« Mîn Washington »).....	174
F. « Dialogue ouvert » (« Hiwâr Maftouh »).....	176
G. « La scène irakienne » (« Assaha al-îrakiya »).....	176
H. « Un témoin de l'époque » (« Chahid âla-asr »).....	177
I. « Une visite privée » (« Ziara Khassâ »).....	178
J. « Les amis des Arabes » (« Asdikâa al arab »).....	180
III. D'autres programmes à vocation sociale, culturelle et religieuse.....	181
A. Des émissions dédiées aux femmes.....	181
1. « Rien que pour les femmes » (« Li Nissâa Fakât »).....	181
2. « Pionnières » (« Raydeet »).....	182
B. Des émissions religieuses aux attraits politiques.....	182
C. Des reportages de qualité.....	184
1. « Discours de la révolution » (« Hadith al tâwra »).....	184
2. « Un rendez-vous en exil » (« Mawêd fî mâhjar »).....	185
IV. Documentaires à sujets très variés.....	185
A. Documentaires politiques.....	185
1. « Le crime politique » (« Al jarima âssiassyâ »).....	185
2. « Riyad Esolh, les raisons et les répercussions de son assassinat »..	186
3. « Dany Chamoun... son assassinat avec sa famille ».....	186
4. « Anouar Sadate : l'assassinat et les répercussions ».....	186
B. Documentaires historiques.....	187
1. « Leurs archives et notre histoire » (« Archivehôm wa Tarikhôuna »).....	187
2. « La Palestine sous la loupe » (« Palestine tahtâ âl mijhar »).....	188

Chapitre III.**Les programmes d'Al Arabiya, le grand nouveau concurrent d'Al Jazeera, n'ont pas la même sensibilité politique 193****I. Les débats politiques d'Al Arabiya montrent une autre vision géopolitique régionale 193****A. « L'événement égyptien » (« al Hadath Al Masri »)..... 193****B. « Panorama » programme quotidien qui commente les actualités géopolitiques dans tous les pays arabes sauf l'Arabie saoudite..... 195****1. « Le séisme de la révolution égyptienne : des répliques en Arabie saoudite » 195****2. La crise syrienne reflète la politique saoudienne au Moyen-Orient 196****3. Le Liban, la deuxième zone d'action de l'Iran 198****4. La Tunisie : l'espoir de voir reculer les islamistes et les Frères musulmans 199****5. Les États-Unis : le grand patronage continue 199****6. L'Arabie saoudite, le grand absent 199****C.« L'industrie de la mort » (« Sinaât âl mâout »)..... 200****1. Le débat..... 203****2. L'émission du 17 juillet 2010 avec Omar Abdelkafi 203****D. « Dialogue Des Arabes » (« Hiwâr Al Arab ») 207****II. Les interviews d'Al Arabiya présentent une grande diversité du monde arabe..... 211****A. « Point de procédure » (« Noktat nizam ») 211****B. « Mémoire politique » (« Azakira siyassia ») 212****C. « Stations » (« Mahatat »)..... 213****D. « Le grand écran » (« Achacha Al Kabirâ ») 213****E. Le matin d'Al Arabiya (Sabah âl Arabiya)..... 214****F. « Le quatrième pouvoir » (« Asoulta Râbiâ »)..... 214**

PARTIE III

QUEL AVENIR POUR LE MONDE ARABE À L'ÈRE DES NTIC?

Chapitre I.

Le monde arabe n'est qu'une unité de façade 217

I. Le monde arabe à la recherche d'une cohésion par des thèmes unificateurs 217

A. Proche-Orient, Moyen-Orient, Maghreb, Machrek, Monde arabo-musulman : terminologie géographique, enjeux mondiaux et forces régionales..... 218

B. Les puissances européennes se disputent le monde arabe lors de la Première Guerre mondiale..... 220

C. Les accords secrets Sykes-Picot et la déclaration Balfour 221

II. L'Iran, une grande puissance géopolitique régionale « non arabe » 223

A. De la Perse islamisée à l'Iran moderne..... 223

B. La Révolution iranienne, une crise de transition..... 224

C. L'Iran post-révolutionnaire en quête d'hégémonie régionale 225

III. Quelle unité du monde arabe : le nationalisme et le « socialisme arabe » ?..... 227

A. La langue arabe et l'islam servent de base pour construire l'unité arabe..... 227

B. Le nationalisme contre les puissances occidentales, un point d'adhésion des pays arabes 227

C. Le développement du « socialisme arabe »..... 230

IV. L'Arabie saoudite, premier producteur de pétrole 231

A. L'Arabie saoudite, l'allié de la première puissance mondiale, joue le rôle de régulateur régional 231

B. De nouvelles fractures d'alliance, « gendarme pétrolier » et « gendarme militaire »..... 232

V. L'islam, argument séduisant pour réaliser une unité arabe mythique... 233

A. L'islamisme tente de se substituer à la nation arabe..... 233

B. La radicalisation islamiste au début du XXI^e siècle 235

Chapitre II.**Le printemps arabe, les nouvelles technologies de l'information
et les nouveaux enjeux de la mondialisation 237**

- I. La Tunisie, première étincelle qui a enflammé le monde arabe 237
 - A. Les causes du soulèvement populaire 238
 - B. Le népotisme et la corruption du clan Ben Ali..... 238
 - C. La Tunisie post-Ben Ali 240
 - D. Les islamistes ont hérité du trône de Ben Ali..... 240
- II. L'Égypte, « cœur de la nation arabe » s'est révolté
contre la république bananière 241
 - A. La faillite d'un régime corrompu attise la colère populaire 242
 - B. Une révolution lancée par les jeunes 243
 - C. Les islamistes des Frères musulmans : timide participation 244
 - D. Les positions internationales 244
 - E. L'armée assure la transition 245
 - F. Les islamistes au pouvoir, les prévisions se sont avérées 246
- III. L'Internet au cœur de la révolution en Tunisie et en Égypte 246
 - A. La révolution Web 2.0 en Tunisie..... 247
 - B. Le cyberactivisme en Égypte..... 248
 - C. Le cyberactivisme, spontané ou préparé?..... 249
 - D. L'implication américaine dans la révolution égyptienne..... 250
- IV. La cyberguerre, la cyberdiplomatie et l'internet sont désormais des
outils primordiaux de la mondialisation 252
 - A. Le plan Marshall américain pour la démocratie au Moyen-Orient .. 252
 - B. Le rôle relatif des réseaux sociaux lors du Printemps arabe 253
 - C. L'Internet est désormais un véritable anti-pouvoir
dans les pays arabes 254

Chapitre III.**Le nouveau journalisme citoyen : une opportunité ou une menace pour l'avenir
des chaînes de télévision arabes 257**

- I. Les rôles incontournables des chaînes de télévision d'information
dans les révolutions arabes 257
 - A. Les prémices de changements politiques d'abord annoncées
par la recomposition des espaces médiatiques 257
 - B. Les télévisions arabes par satellite au service de leurs nouveaux
maîtres à la veille de la révolution 259
 - C. La télévision par satellite demeure le premier média de masse
qui influence l'opinion publique arabe au début du XXI^e siècle 259

II. Al Jazeera continue d'être une arme de protection massive du Qatar après le printemps arabe.....	264
A. Al Jazeera occulte la révolution d'Al Bahreïn de son écran	264
B. Al Jazeera, un puissant outil de diplomatie.....	264
C. Al Jazeera renforce son soutien au Hamas et appuie l'engagement du Qatar auprès de l'OTAN en Libye.....	265
III. Le smartphone : fusion de l'audiovisuel et de l'internet, émergence d'un nouveau journalisme citoyen	267
A. Prémices de changements	268
B. Décalage entre les réalités politiques et les discours médiatiques	270
C. Les révoltes arabes : le résultat d'une absence de véritable espace public?	270
Conclusion.....	273
Bibliographie	279
Revue	282
Webographie.....	286
Table des matières	289