

La problématique des chaînes de télévision arabophone satellitaire dans le paysage médiatique français et leur influence sur le processus d'intégration des populations maghrébines établies en France

ZOGHBI Walid

enseignant chercheur au laboratoire MICA
université BORDEAUX 3 FRANCE

BENZEROUK Djamel

université 20 aout 1955 Skikda

Abstract:

For a long time television from developed countries have invaded the so-called poor countries. But today's digital satellite broadcasting has changed the data and television channels of developing countries are also present and disseminated in industrialized and developed countries. This is the case of Arabic TV channels present in France as in other European countries.

The Arabic satellite television stations that have developed irreversibly to immigrant communities are important in so far as they help maintain social ties with the country.

Far negative stereotypes and cliché of identity politics, the rise of cable and satellite in fact involved in the internationalization of the media coverage and strengthens the identity balance. The populations of immigrant are thus driven to seek more space in the media space and to learn the necessary communication strategies.

KEYWORDS: Broadcast digital satellite television channels, immigrant communities, communication strategies, the integration of populations from North African immigration

Résumé:

Pendant longtemps, les télévisions en provenance des pays développés ont envahis les pays dits pauvres. Or aujourd'hui la diffusion satellitaire numérique a changé les données et les chaînes de télévision des pays en voie de développement sont également présentes et diffusées dans les pays industrialisés et développés. C'est le cas des chaînes de télévision arabophone présentes en France tout comme dans les autres pays européens.

Les chaînes de télévision satellitaires arabophones qui se sont développées de manière irréversible à destination des communautés immigrées, jouent un rôle important, dans la mesure où elles participent au maintien des liens sociaux, avec le pays d'origine.

Loin des stéréotypes négatifs et du cliché du repli identitaire, l'essor du câble et du satellite participe en fait à l'internationalisation de la diffusion médiatique et renforce l'équilibre identitaire. Les populations issues de l'immigration sont ainsi amenées à rechercher davantage de place dans l'espace médiatique et à s'instruire des stratégies de communication nécessaires.

MOTS CLEF : Diffusion satellitaire numérique, chaînes de télévision, communautés immigrées, stratégies de communication, L'intégration des populations issues de l'immigration maghrébine

المخلص :

منذ مدة طويلة، اجتاحت تلفزيونات الدول المتطورة المجتمعات التي سميت بالفقيرة، لكن في الفترة الأخيرة ومع تطور البث الفضائي الرقمي نتج عنه تغيير في المعطيات بحيث أصبحت قنوات الدول السائرة في طريق التطور كذلك تبث برامجها ويشاهدها المشاهد في الدول الصناعية وعلى سبيل المثال القنوات التلفزيونية العربية التي تبث برامجها في فرنسا و عدة دول أوروبية أخرى. هذه القنوات التي تطورت بشكل كبير لتقدم العديد من البرامج للمغتربين في الدول الأوروبية من أجل الإبقاء على روابط الانتماء الاجتماعي للدول العربية. وبعدي عن النمطية أو النمذجة فإن هذه القنوات تساهم بشكل كبير في تدويل البث الإعلامي وتدعم التوازن الهوياتي . فالسكان الذين نتجوا عن الهجرة مطالبون هم كذلك للبحث عن مكانة في هذا الفضاء الإعلامي من خلال استراتيجيات اتصالية ملائمة.

الكلمات المفتاحية: البث الفضائي الرقمي، القنوات التلفزيونية، مجتمعات الهجرة، استراتيجيات الاتصال، اندماج السكان

Introduction

Notre propos s'intéresse à des travaux en cours ayant pour objet de cerner la problématique des médias communautaires (par la télévision numérique) dans le paysage médiatique français et leur influence sur le processus d'intégration des populations issues de l'immigration maghrébine établie en France.

L'immigration est devenue, depuis les années quatre-vingt-dix, un thème majeur de l'actualité médiatique en France. Au-delà de leur mission d'information, les médias se sont retrouvés en position de régulation dans la mise en débat public de l'immigration, et sont devenus d'emblée, la cible de nombreuses critiques et revendications de la part des citoyens issus de l'immigration. Ces derniers contestent avec acuité le flottement de l'information qui les concerne et dénoncent la fragilité de l'action et des relais sociaux entre la société d'accueil et les communautés issues de l'immigration.

Plus qu'un champ d'investigation, la communauté maghrébine qui fait l'objet de notre recherche, de part ses spécificités culturelles, constitue à nos yeux un cas très pertinent pour l'étude d'impact des médias. Elle représente d'abord par son nombre, l'une des principales et plus anciennes immigrations établies en France. Elle se distingue aussi, par ses relations souvent passionnées et/ou conflictuelles avec les médias, par le fait que les jeunes qui en sont issus cristallisent sur eux les regards de la société française.

Toutes ces caractéristiques réunies confèrent à cette recherche un intérêt particulier eu égard à l'importance du sujet ; la prolifération des chaînes de télévision communautaire dans le paysage audiovisuel français continue en effet de susciter nombre de questions au sein de l'opinion publique française.

Cette réalité a ouvert un débat de fond entre les politiciens et les professionnels des médias. La réception directe de ces programmes, notamment culturels et religieux, représente un problème pour les autorités françaises, car les acquis de la politique d'intégration se trouvent fragilisés.

Partant, notre étude se propose d'analyser l'interaction entre le média communautaire qu'est la télévision et l'immigration maghrébine établie en France, sur la base d'observations et d'enquêtes de terrain auprès d'un échantillon composé d'une centaine de personnes d'origine maghrébine à l'effet de mesurer et décrypter ses pratiques médiatiques et l'impact sur le processus d'intégration.

Les Technologies de l'Information et de la Communication en général et la télévision numérique en particulier, constituent une aubaine pour les pays émergents, elles sont un moyen de lutte contre les principaux facteurs de pauvreté que sont : l'ignorance et l'isolement. Elles favorisent l'accès à l'information, et sont un moteur de croissance.

La télévision numérique est un mode de diffusion de la télévision dans lequel les signaux comportant les données des programmes ont été numérisés, puis ordonnés dans un flux unique, avant d'être diffusés, c'est-à-dire transportés jusqu'au téléspectateur via les ondes électromagnétiques.

Avec l'avènement de la technologie numérique le développement de la télévision réceptionner aussi grâce à cette nouvelle technologie comme le câble, l'antenne, le satellite, ou par les toutes nouvelles technologies comme l'ADSL, l'internet haut débit ou la téléphonie, l'offre de programmes de la télévision numérique est beaucoup plus abondante et de nouvelles chaînes sont créées, ce développement a vu en effet, la naissance d'une multitude de chaînes de télévision communautaires. De plus, les téléspectateurs profitent d'une image et d'un son de meilleure qualité.

Cinq cent vingt chaînes numériques satellitaires diverses, publiques et privées, composent le paysage audiovisuel arabe, selon une présentation de l'Union des radios et télévisions arabes (ASBU, basée à Tunis).

Diffusées par 24 organismes gouvernementaux et 226 organismes privés, ces chaînes, dont la plupart émet en clair, diffusent quelques 130 chaînes générales et 390 autres

thématiques, précise l'ASBU sur son site électronique. L'on recense notamment 131 chaînes générales, 119 chaînes de musique et variétés, 58 chaînes de cinéma, films et feuilletons, 51 chaînes sportives, 26 chaînes d'information et 25 chaînes économiques. Ceci, en plus de 23 chaînes éducatives et culturelles, 21 chaînes pour enfants, 13 chaînes religieuses, 12 chaînes documentaires, 11 chaînes interactives et 4 chaînes touristiques.

Ces chaînes satellitaires arrosent principalement la région du monde arabe, et couvrent une grande partie de l'Europe, selon l'ASBU qui relève aussi qu'une bonne partie des chaînes arabes émettent via les satellites Arabsat et Nilesat, et certaines par le biais des autres satellites comme le Hotbird... Etc.

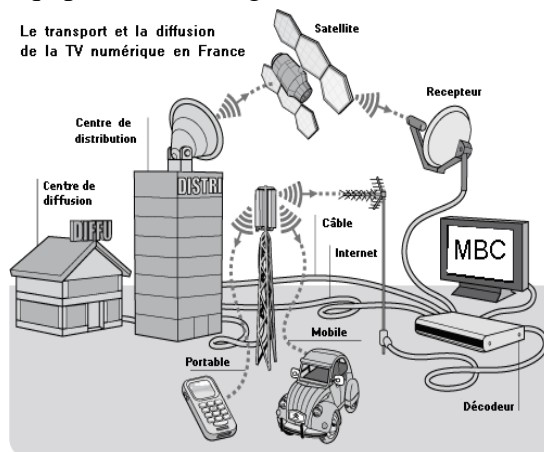
Quelques 70% de ces chaînes diffusent leur programmes en langue arabe, tandis que certaines ont opté, partiellement (avec l'arabe) ou totalement, pour des langues étrangères telles que l'anglais, le français, ou l'espagnol.

Concernant le taux d'équipement des foyers arabes en récepteurs satellite, l'ASBU regrette l'impossibilité de fournir des statistiques précises à ce sujet, n'ayant pu obtenir de réponses à un questionnaire sur l'équipement des foyers arabes en paraboles individuelles, et en l'absence de sources d'information sur la question. Par ailleurs, l'ASBU constate, à propos de législations relatives à la réception de programmes satellitaires dans le monde arabe, que seuls 5 pays (Oman, Egypte, Tunisie, Soudan et Yémen), parmi ceux ayant répondu au questionnaire, ont mis en place un dispositif juridique organisant l'utilisation des antennes de réception satellitaire.

Plus de cent quatre-vingt chaînes satellitaires arabes se sont imposées au paysage médiatique mondial, ces nouveaux venus dans la cour des grands et qui défient les chaînes occidentales, sont pris entre l'enclume des médias occidentaux et le marteau de certains régimes totalitaires et répressifs du monde arabe. «Al-Jazeera», «Al-Manar» et d'autres chaînes communautaires (arabophones et/ou anglophones) sont accusées par les médias occidentaux de servir de tribunes aux extrémistes, de recourir au sensationnel et de céder à la provocation. D'un autre côté des voix appellent à la censure de certaines chaînes musicales arabes qui n'arrêtent pas réchauffer le paysage audiovisuel arabe avec des vidéoclips aux images très contestées, vue la culture et l'identité arabe.

En France, la réception de la télévision numérique est possible avec: Un téléviseur analogique et un adaptateur numérique, un téléviseur numérique intégré, un ordinateur équipé d'une carte PC-TV tunerⁱ, et des équipements intelligents (Smart GSMⁱⁱ) capables de réceptionner la vidéo TV mobile.

Ainsi que la réception des programmes numériques est possible en mode: fixe: avec une antenne extérieure fixe ou via un accès à un réseau spécifique (câble, Internet, satellite), portable: avec une antenne intérieure posée sur le téléviseur ou intégrée, et mobile: avec des équipements intelligents (Smart devices: GSM, PDAⁱⁱⁱ... Etc.).



La réception mobile correspond à la réception en mouvement : Sur des écrans placés dans les véhicules, les bus, les taxis ou les trains, Sur les GSM, et sur les consoles de jeux... Etc.

Dans les villes de France et leurs banlieues à forte concentration de populations issues de l'immigration, la réception par antenne parabolique de chaînes de télévision du monde entier s'est développée de manière irréversible. Mais que sait-on des changements que cette nouvelle offre télévisuelle a pu provoquer dans la consommation médiatique au sein des familles

issues de l'immigration ?

Bien que le domaine traitant des moyens d'information et de communication des

communautés immigrées en France soit d'un intérêt certain, très peu de recherches ont été effectuées à ce sujet jusqu'à présent. La sociologie du journalisme française a en effet essentiellement concentré son attention sur les médias les plus légitimes^{iv}, à commencer par la presse quotidienne nationale, et plus récemment la télévision, qui a acquis un poids considérable dans l'espace journalistique à partir des années quatre-vingts. Il faut attendre le début de la décennie quatre-vingt-dix pour qu'apparaissent de nouvelles approches sur la télévision et d'écrits théoriques sur les enjeux que recèlent les processus d'internationalisation de la communication et sur le phénomène global des médias communautaires.

Parallèlement à la montée en puissance des discours sur les identités, vont se développer ainsi, différents travaux ethnographiques sur la consommation des médias par les populations issues de l'immigration^v. Au-delà de l'enrichissement de la connaissance des processus de construction identitaire des populations concernées, ces études se présentent comme un laboratoire pour l'analyse des processus de négociations culturelles à l'heure de la globalisation des médias.

La question du rôle de la télévision communautaire dans les processus liés à l'immigration est une question complexe.

D'un côté, certains^{vi} pensent que ce média a un effet positif, en ce sens qu'il informe les minorités sur la société dans laquelle elles vivent. Elle leur donne une information qui ne leur est pas négative et entachée de stéréotypes, une information parfois dans la langue d'origine, en résumé, une information qui va permettre une meilleure connaissance de la société d'accueil et donc une meilleure intégration dans celle-ci. De l'autre côté, certains voient les effets négatifs de ce média. Selon un responsable du Fonds d'action sociale (F.A.S), chargé de l'intégration des populations allochtones, « la réception des télévisions étrangères est une source de repli et constitue un facteur de désintégration^{vii} ». Il convient de rappeler que ces différentes questions relatives à la télévision communautaire sont largement étudiées en Angleterre au Canada et aux Etats-Unis.

L'APPROCHE DU PROFIL CULTUREL

Parler de rapports entre immigration et médias revient donc à ouvrir un vaste champ d'exploration qui questionne les appartenances, les mobilisations, les relations tant aux cultures d'origine qu'à la culture du pays d'accueil.

Selon ses rapports à la culture française et la façon dont elle s'adapte au mode de comportements autochtones, il faut d'emblée spécifier qu'au sein de la population maghrébine, les rapports ne s'opèrent pas de manière homogène et faire au moins la distinction essentielle entre les immigrés nés hors de France et leur descendance, née et/ou ayant grandi en France. Il est en effet nécessaire de distinguer les immigrés de la première génération de leurs enfants, leur parcours (social, culturel et économique) étant différent. Les premiers ont fait la démarche de s'exiler, en grande majorité pour des raisons économiques ; la plupart d'entre eux avaient longtemps entretenu l'idée du retour au pays d'origine. Ils ont assumé leur appartenance culturelle et leur statut socio-professionnel. Ils expriment un attachement sans ambiguïté aux valeurs d'origine, entretiennent des rapports à la société française basés sur le respect des pratiques et de la législation (adoption de codes administratifs différents de ceux du pays d'origine) et répondent aux exigences de cette dernière.

Le mélange complexe de culture française et d'influence maghrébine (arabo-berbère) qui a accompagné la socialisation des jeunes constitue une sorte de métissage culturel. Outre le fait que ce métissage qui est parfois source de richesse, et a pu également être source de trouble, la barrière culturelle entre les jeunes issus de l'immigration et les français de souche paraît sans fondement. Les comportements des jeunes ne se font plus par référence au modèle occidental, bien qu'ils manifestent un attachement à la culture de leurs parents et se déclarent pour la plupart musulmans. Leur éducation ne se fait pas seulement au sein de la famille, celle-ci ne constitue plus un modèle car elle est largement supplantée par le pouvoir du système scolaire et

des médias (en particulier la télévision).

Dans un autre contexte, l'affirmation de l'appartenance religieuse chez les populations d'origine maghrébine, le recentrage sur les valeurs islamiques comme action militante, suscitent un sentiment de réserve, voire des inquiétudes de la part de la société civile et des politiques. Le retour au religieux n'est pas étranger à l'existence d'une certaine hostilité et à la multiplication des discours liant le religieux à l'immigration.

La participation des jeunes issus de l'immigration maghrébine à la mise en place de lieux de culte et à de nombreuses associations se revendiquant de l'islam montrait qu'une grande partie d'entre eux ne se tenait pas à l'écart de ce mouvement d'affirmation publique du culte musulman. Une part de cette génération trouvait des ressources identitaires du côté de l'islam, alors que de nombreux autres se définissaient comme musulmans mêmes s'ils n'étaient pas pratiquants, et encore moins militants. Dans ce contexte, les analyses sociopolitiques se sont multipliées, en se demandant si l'islam lui-même était intégrable, et si islam et laïcité à la française pouvaient faire bon ménage.

Alors que pour ces jeunes, comme le souligne Manuel Boucher (Manuel Boucher, 1998) « le religieux revêt dans la majorité des cas un rôle important dans la construction d'une identité qui se décline, dès lors, non pas de manière éclatée et instable, mais selon un principe de cohérence et d'homogénéité ». Et d'ajouter « Plus généralement, à la jonction de la vie privée et publique, on peut percevoir, jusque dans les quartiers difficiles, la fonction unificatrice du religieux et plus largement, du culturel, qui se substituent aux anciennes fonctions politiques et confèrent un sens à l'existence des exclus^{viii}. ».

L'IMAGE VEHICULEE PAR LES MEDIAS

Les médias généralistes et principalement la télévision constituent les instruments essentiels de la communication en France comme dans toutes les sociétés modernes, ce qui nous conduit à nous interroger sur l'image qu'ils donnent de l'immigration et sur la manière dont les questions relatives à celle-ci sont abordées. Des interrogations auxquelles seule une analyse de contenu de ces différents supports médiatiques permettra de répondre, et autorisera à émettre des remarques ou des critiques.

Néanmoins, nous constatons que l'évènement, l'émotion et le conflit, prévalent au détriment d'analyses profondes. L'opinion publique garde à l'endroit des immigrés et des jeunes issus de l'immigration maghrébine des stéréotypes négatifs, qui participent au renfort du sentiment de rejet envers ceux-ci. Les grands moyens d'information sont en partie responsables de l'entretien de ces discours.

Les thèmes dominants sont ceux d'une immigration à problèmes, des enfants en difficultés scolaires, de problèmes de cohabitation, de délinquance^{ix}.

La banalisation des stéréotypes racistes ou xénophobes doit beaucoup, aux faiseurs d'opinion que sont les grands médias. Comme le soulignait Pierre Tévanian, (Pierre Tévanian, 1995)^x, les journalistes, les éditorialistes et les intellectuels médiatiques apportent en effet à ces stéréotypes le semblant de sérieux et de respectabilité morale qui leur manque, et que ne suffit pas à leur apporter le monde politique, largement discrédité.

LA PRESENCE DES MAGHREBINS SUR LE PETIT ECRAN

La marginalisation des populations issues de l'immigration dans les médias français est exprimée entre autres, par un manque manifeste de représentation de la société multiculturelle notamment à la télévision.

Les recommandations d'organismes comme la Commission européenne contre le racisme et l'intolérance (E.C.R.I), en disent long sur cette situation. L'E.C.R.I déplore en effet « le manque d'émissions illustrant l'apport réel des communautés minoritaires au patrimoine culturel national^{xi}. ».

Dans le sillage de ces recommandations, le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel)

décide dès novembre 1999, de réaliser une étude^{xiii} permettant d'évaluer, en s'appuyant sur une analyse détaillée de la programmation, la place réservée sur les antennes des chaînes hertziennes françaises aux différentes composantes de la communauté nationale. L'étude qui est la première du genre jamais réalisée en France, se caractérise par une approche principalement quantitative. Les principaux enseignements de cette étude font apparaître que les Maghrébins sont pratiquement absents des fictions françaises, alors qu'ils sont présents dans le vécu et le quotidien du public.

L'étude ajoute que l'analyse de la fiction marque indéniablement une carence de la fiction française, qui échoue à montrer la société contemporaine dans sa diversité, ou qui ne le fait que de manière très marginale, n'accordant quasiment jamais les premiers rôles aux représentants des minorités visibles. Abonnés aux mauvais rôles, les maghrébins incarnent le plus souvent des personnages de dealers, de terroristes ou de nababs misogynes.

Chercheur à l'Institut National de l'Audiovisuel (I.N.A) et auteur d'une étude sur la place des étrangers à la télévision, M. Jérôme Bourdon voit dans « l'universalisme républicain aveugle » la principale cause de décoloration des programmes : « La fiction française reste singulièrement dominée par la classe moyenne blanche... L'idéologie de l'intégration interdit de trop insister sur la spécificité des cultures étrangères^{xiii}. »

En juin 2000, quelques mois après la publication de son étude, le C.S.A admettait que « les Maghrébins sont pratiquement absents des fictions françaises, alors qu'ils sont présents dans le vécu et le quotidien du public. Il apparaît donc qu'un effort est nécessaire dans ce domaine pour que la présence d'un Français d'origine africaine, arabe ou asiatique soit aussi naturelle dans une fiction française qu'elle peut l'être dans une série américaine^{xiv} ». L'étude conclut que « la télévision française donne une faible représentation des minorités visibles à travers ses chaînes généralistes, et que la prise de conscience à laquelle on assiste est largement justifiée ».

M. Hervé Bourges président du CSA, confirme le constat : « Il semblerait bien que la société française ait encore du mal à admettre en son sein une minorité arabe. En tout état de cause, les chaînes de télévision ne font rien pour l'y aider^{xv}. »

En dépit de ces critiques, aucune mesure significative n'a été prise. Désabusés, nombreux sont ceux qui se tournent vers des réseaux de diffusion à vocation ethno-culturelle pour se réapproprier une image plus respectueuse de leurs identités. C'est l'une des raisons du nombre impressionnant d'antennes paraboliques installées sur les immeubles des quartiers populaires des grandes villes françaises et des banlieues où se concentrent les familles issues de l'immigration. Qu'il s'agisse de programmes concoctés par les sociétés de diffusion des pays d'origine à destination de leurs diasporas (Algérie, Maroc, Tunisie...) ou réalisés en France par des producteurs spécialisés (BRTV et Beur TV pour les maghrébins de France), les chaînes communautaires rencontrent visiblement un véritable succès populaire.

« C'est une nécessité évidente. Les chaînes de télévision généralistes sont incapables de refléter la richesse et la diversité de la communauté nationale. », explique M. Nacer Kettane, le patron de Beur TV et membre du haut conseil à l'intégration^{xvi}.

En l'absence de valorisation symbolique des cultures de l'immigration dans le paysage audiovisuel français, le média communautaire transforme la communication des immigrés avec leur environnement et la société française. Le phénomène de la télévision communautaire apparaît ainsi, non pas simplement comme le symptôme de besoins insatisfaits, mais comme le champ d'un redéploiement de processus culturels jusqu'alors sans référent dans le paysage audiovisuel français étude^{xvii}. Les gens de la banlieue échappent ainsi au face-à-face avec leur image publique, ils accèdent à d'autres réseaux de production et de distribution de la culture. Cet accès à des biens symboliques et culturels leur permet de traduire ou d'exprimer la pluralité de leurs appartenances, une alternance de ruptures et de retrouvailles communautaires, au fondement de l'urbanité des cultures de banlieues et des espaces publics^{xviii}.

CONCLUSION

Loin des stéréotypes négatifs et du cliché du repli identitaire, l'essor du câble et du satellite participe en fait à l'internationalisation de la diffusion médiatique. La télévision communautaire permet à chacun de construire son identité et son appartenance dans un rapport dynamique à la société d'origine et à la société d'accueil. Brouillant les rapports du public et du privé, elle participe à la recomposition de l'espace public.

Les populations issues de l'immigration sont ainsi amenées à rechercher davantage de place dans l'espace médiatique et à s'instruire des stratégies de communication nécessaires. Mais les attitudes sont peut-être encore un peu réactives et insuffisamment ouvertes à la connaissance et à la prise en compte de la «révolution» culturelle générée par ces développements relativement récents des médias transnationaux. Il importe donc de tenter ici une réflexion qui permette de saisir le contour de ces transformations dans le but d'aider à mieux discerner les enjeux et les défis de communication auxquels ont à se confronter les médias communautaires en regard des changements qui affectent la société dans le paysage social et médiatique actuel.

TV tuner: Le TV tuner est un équipement électronique permettant la réception des signaux TV sur un ordinateur. Il peut être intégré sur carte PCMCIA, clé USB, carte PC, etc. La plupart des TV tuners peuvent capturer le flux vidéo dans le but de l'enregistrer sur un disque dur.

¹GSM (Global Systems for Mobile). Il s'agit d'une norme européenne de téléphonie mobile pour la transmission de la voix et des messages courts.

¹PDA / Assistant personnel (Personal Digital Assistant). Ordinateur de poche offrant de nombreuses fonctionnalités: applications bureautiques, connexion Internet, téléphonie sans-fil, WiFi, Bluetooth, appareil photo, etc. La frontière en PDA et Smartphone est de plus en plus étroite

¹François Bastien, Neveu Erik, « Pour une sociologie politique des espaces publics contemporains », in: François Bastien, Neveu Erik. (Dir.), Espaces publics mosaïques: acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains, PUR, Rennes, 1995, pp 13-58.

¹Mattelart Tristan, La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières, Ina-De Boeck, Paris-Bruxelles, 2002

¹Isaac Joseph, communication au colloque « Du bon usage de la ville », Bruxelles, mars 1984.

[1] Propos d'un responsable du F.A.S. recueillis par Carina Louart, «Télévision et intégration», Le Monde, 11-12 septembre 1994.

¹Propos d'un responsable du F.A.S. recueillis par Carina Louart, «Télévision et intégration», Le Monde, 11-12 septembre 1994.

¹Manuel Boucher, Rap, expression des lascars, l'Harmattan, Paris, 1998,

¹Abdelhamid Bdioudi, L'image de l'Arabe et des musulmans dans la presse écrite en France, entre 1967 et 1984, Thèse de doctorat de 3eme cycle en sociologie, Université Lyon Jean Moulin, 1985.

¹Pierre Tévanian, Le racisme républicain, Paris, ch. IV, 1995

¹European Commission against Racism and Intolerance, rapport sur la France 1999, <http://www.coe.int/ecri/>

¹Etude du CSA : Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française. L'analyse a porté sur la programmation de la semaine du 11 au 17 octobre 1999 de cinq chaînes hertziennes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6) dans la tranche horaire 17h-24h. Les programmes de la semaine étudiée, soit 803 émissions d'une durée totale de 252 heures et 50 minutes, ont été regroupés en huit grandes catégories : journaux télévisés, jeux, divertissements, information - culture - société, sport, fiction, vidéo-musiques et publicité. Trois grandes catégories de « minorités » ont été retenues pour les besoins de l'enquête : Noirs, Maghrébins/Arabes et Asiatiques.

¹Jérôme Bourdon, « Les étrangers au prime-time : la télé est-elle xénophobe ? », Télévisions d'Europe et immigration, la documentation française, institut national de l'audiovisuel, Paris, 1993

¹La Lettre du Conseil supérieur de l'audiovisuel, no 129, juin 2000.

- ¹« Le racisme, un combat au quotidien », colloque organisé par la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH), Sénat, les 6 et 7 juillet 2000.
- ¹Nasser Negrouche (Journaliste), « Ecran noir, images blanches », le monde diplomatique, juillet 2002.
- ¹Ahmed Boubeker, « Les paraboles de l'immigration, Technique, identité et lien social », Diversité Ville-École-Intégration », n° 119, décembre 1999, pp 111 -120.
- ¹Jean Isaac, communication au colloque « Du bon usage de la ville », Bruxelles, mars 1984.
-
- ⁱTV tuner: Le TV tuner est un équipement électronique permettant la réception des signaux TV sur un ordinateur. Il peut être intégré sur carte PCMCIA, clé USB, carte PC, etc. La plupart des TV tuners peuvent capturer le flux vidéo dans le but de l'enregistrer sur un disque dur.
- ⁱⁱGSM (Global Systems for Mobile). Il s'agit d'une norme européenne de téléphonie mobile pour la transmission de la voix et des messages courts.
- ⁱⁱⁱPDA / Assistant personnel (Personal Digital Assistant). Ordinateur de poche offrant de nombreuses fonctionnalités: applications bureautiques, connexion Internet, téléphonie sans-fil, WiFi, Bluetooth, appareil photo, etc. La frontière en PDA et Smartphone est de plus en plus étroite
- ^{iv}François Bastien, Neveu Erik, « Pour une sociologie politique des espaces publics contemporains », in: François Bastien, Neveu Erik. (Dir.), Espaces publics mosaïques: acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains, PUR, Rennes, 1995, pp 13-58.
- ^vMattelart Tristan, La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières, Ina-De Boeck, Paris-Bruxelles, 2002
- ^{vi}Isaac Joseph, communication au colloque « Du bon usage de la ville », Bruxelles, mars 1984.
- [vi] Propos d'un responsable du F.A.S. recueillis par Carina Louart, «Télévision et intégration», Le Monde, 11-12 septembre 1994.
- ^{vii}Propos d'un responsable du F.A.S. recueillis par Carina Louart, «Télévision et intégration», Le Monde, 11-12 septembre 1994.
- ^{viii}Manuel Boucher, Rap, expression des lascars, l'Harmattan, Paris, 1998,
- ^{ix}Abdelhamid Bdioudi, L'image de l'Arabe et des musulmans dans la presse écrite en France, entre 1967 et 1984, Thèse de doctorat de 3eme cycle en sociologie, Université Lyon Jean Moulin, 1985.
- ^xPierre Tévanian, Le racisme républicain, Paris, ch. IV, 1995
- ^{xi}European Commission against Racism and Intolerance, rapport sur la France 1999, <http://www.coe.int/ecri/>
- ^{xii}Etude du CSA : Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française. L'analyse a porté sur la programmation de la semaine du 11 au 17 octobre 1999 de cinq chaînes hertziennes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6) dans la tranche horaire 17h-24h. Les programmes de la semaine étudiée, soit 803 émissions d'une durée totale de 252 heures et 50 minutes, ont été regroupés en huit grandes catégories : journaux télévisés, jeux, divertissements, information - culture - société, sport, fiction, vidéo-musiques et publicité. Trois grandes catégories de « minorités » ont été retenues pour les besoins de l'enquête : Noirs, Maghrébins/Arabes et Asiatiques.
- ^{xiii}Jérôme Bourdon, « Les étrangers au prime-time : la télé est-elle xénophobe ? », Télévisions d'Europe et immigration, la documentation française, institut national de l'audiovisuel, Paris, 1993
- ^{xiv}La Lettre du Conseil supérieur de l'audiovisuel, no 129, juin 2000.
- ^{xv}« Le racisme, un combat au quotidien », colloque organisé par la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH), Sénat, les 6 et 7 juillet 2000.
- ^{xvi}Nasser Negrouche (Journaliste), « Ecran noir, images blanches », le monde diplomatique, juillet 2002.
- ^{xvii}Ahmed Boubeker, « Les paraboles de l'immigration, Technique, identité et lien social », Diversité Ville-École-Intégration », n° 119, décembre 1999, pp 111 -120.
- ^{xviii}Jean Isaac, communication au colloque « Du bon usage de la ville », Bruxelles, mars 1984.