

# LE TRAITEMENT DU PHENOMENE CULTUREL EN TUNISIE PAR DES RADIOS EN LIGNE : QUELLE(S) FORME(S) D'ACCULTURATION ?

---

**Nozha Smati,**

Doctorante en Sciences de l'information et de la communication  
smati\_nozha@voila.fr, +0033662236684

**Pierre Molinier,**

Professeur en Sciences de l'information et de la communication  
pierre.molinier@univ-tlse2.fr, +0033682492449

**Adresse professionnelle**

Ecole Supérieure d'Audiovisuel (ESAV)- 56 rue du Taur 31000 Toulouse

**Résumé** : A partir d'une approche comparative de trois sites de webradios tunisiens, nous avons tenté de mettre en lumière leurs processus de médiatisation de la culture en explicitant leurs lignes éditoriales respectives notamment dans le domaine culturel. Notre analyse de la nature des rapports qu'entretient chaque Webradio avec le territoire, la langue et la culture nous a permis d'identifier le phénomène d'acculturation et ses modalités. Cette étude comparative de radios en ligne, peu exploitées, se prête à faire objet d'enseignement dans le cadre de formation TICE.

**Summary** : From a comparative approach of three sites of tunisian webradios, we have tried to highlight their process of mediatization of culture by making their editorial lines respectively explicit notably in the cultural field. Our analysis of the kind of relationship that every webradio maintains with the territory, language and culture made it possible for us to identify the acculturation phenomenon and its modes. This comparative study of radios on line, which are not well-exploited, is allowed to be a subject of education in an Information and Communication Technology Education (TICE) context.

**Mots clés** : Médiation et médiatisation culturelle, webradio, territorialisation, acculturation, Tunisie

**Keywords** : Mediation and cultural mediatization, webradio, territorialization, acculturation, Tunisia.

Le paysage radiophonique tunisien, longtemps monopolisé par une seule station étatique, s'est diversifié dans un premier temps par la création de radios régionales, dès 1961 (*Radio Sfax*). Dans un deuxième temps, à partir de 2003, la diversification s'est manifestée par l'ouverture de l'espace audiovisuel aux initiatives privées. Certaines stations ont adopté, à côté de la diffusion hertzienne classique, une diffusion en ligne. Ainsi, la radio nationale, quatre radios privées et la radio régionale de Tataouine ont aujourd'hui leurs sites internet<sup>1</sup> et diffusent leurs contenus directement via le net. Cela permet à ces stations de conquérir de nouveaux auditeurs et de s'affranchir du carcan local, aspirant ainsi à une ouverture internationale. L'accès des médias locaux à Internet par la diffusion de leurs contenus en ligne ne contribue-t-il pas à la diversification du réseau, à la circulation de "cultures" ? N'est-ce pas pour leurs usagers disséminés à travers le monde des possibilités de rencontres, d'échanges et de dialogues sans tenir compte des frontières ? L'écoute de la radio en ligne, nous le verrons, permet aux radionautes d'occuper de nouveaux territoires loin des contraintes temporelles, et les invite à modifier leurs pratiques habituelles en impliquant de nouveaux usages.

Nous proposons dans cette communication, au travers de l'analyse du processus de médiatisation de la culture par trois radios tunisiennes en ligne (*Radio Tataouine*, *Radio Mosaique FM* et *Radio TounesBledi*), de mettre en lumière les modalités de l'acculturation aux faits culturels tunisiens. Nous retiendrons pour la définition de l'acculturation, une définition ancienne (1936) mais qui fait encore autorité, tirée du fameux *Memorandum pour l'étude de l'acculturation* qui présente celle-ci comme « *l'ensemble des phénomènes qui résultent d'un contact continu et direct entre des groupes d'individus de cultures différentes et qui entraînent des changements dans les modèles (patterns) culturels initiaux de l'un ou des deux groupes* » (Cuhe, 1996, p54). Nous relèverons les modes de cette acculturation à travers l'étude comparée des trois sites des webradios.

---

<sup>1</sup><http://www.radiotunis.com>; <http://www.mosaiquefm.net>; <http://www.jawharafm.net>; <http://www.zitounafm.tn>; <http://www.radiotataouine.info>; <http://www.radio.tounesbledi.net>

Chaque station manifeste un rapport spécifique au territoire et donc un rapport à la langue et à la culture qui mérite d'être examiné. Le phénomène d'acculturation que nous examinerons à travers ces médias sur Internet permet d'articuler deux dimensions : une liée aux spécificités culturelles et identitaires et une autre aux aspirations d'ouverture et d'échange. Ces dimensions comme nous le verrons s'expriment à travers la médiatisation de la culture et de la langue en Tunisie. Le choix de la langue par ces stations est ainsi élément d'acculturation dans la mesure où il existe d'un côté une reconnaissance de la langue parlée et d'un autre côté une nouvelle tendance médiatique qui privilégie une mixité linguistique combinant le dialecte tunisien, l'arabe classique, le français et l'anglais. Comment Internet permet-il par comparaison une mise en perspective de ces trois projets et une acculturation au traitement médiatique de la culture et de la langue tunisiennes ? D'ailleurs, comment s'opère l'articulation entre internationalisation et patrimonialisation à travers la médiatisation des faits culturels par ces trois radios en ligne ? Comment permettre à des étudiants en présentiel ou inscrits dans une FOAD de s'appropriier ces phénomènes dans le cadre de projets TICE ? C'est à ces questions que nous tenterons de répondre.

## **1 - DES RADIOS TUNISIENNES EN LIGNE : TROIS MODELES A ANALYSER**

### **1.1 - Radio Tataouine : une radio régionale "territorialisée"**

*Radio Tataouine* est une radio régionale publique et généraliste fondée le 7 novembre 1993, suite à une politique de décentralisation de l'information et dans le but de dynamiser la vie sociale, économique et culturelle dans les régions. Elle couvre le Sud-est de la Tunisie. Sous le slogan *Arous As-sahra* (La Mariée du Sahara), *Radio Tataouine* diffuse ses programmes en langue arabe pendant 18 heures par jour en modulation de fréquence (FM)<sup>2</sup>. La radio fonctionne grâce à une équipe de 57 employés répartis dans le service des informations et le service de la production et un réseau de correspondants à hauteur d'un

---

<sup>2</sup> FM : 87.6, 89.5, 92.2, 96.6 et 102.6 MHz

correspondant dans chaque chef-lieu des gouvernorats de la région du Sud et un correspondant à Tunis. *Radio Tataouine* est un média territorialisé dans la mesure où il s'intègre dans une logique de recomposition ou de production des nouveaux territoires, « *Par sa production même, il contribue à faire exister un ou des territoires, tout en rendant compte des territorialités, entendues au sens de "façon de vivre ses territoires", d'une part celles des habitants qui manquent souvent de visibilité, et d'autre part celles des institutions publiques et privées, nettement plus perceptibles et souvent présentées comme allant de soi, tout comme les découpages spatiaux qui leur servent d'assise* » (Boure et Coulomb-Gully, 2001, p.130). En fait, le mouvement de territorialisation des médias s'intègre dans un processus de marquage du territoire. Il permet d'établir non seulement une circulation des informations mais aussi un territoire de contact, de relation et de construction de lien. Les médias territorialisés doivent « *s'intéresser au territoire vécu (territoire parcouru, territoire perçu, territoire sémantisé...), au territoire du temps passé (histoire, héritage, mémoire) et au territoire du temps futur (territoire-projet)* » (ibid. p.132). Il s'agit d'une définition culturelle du territoire : un territoire d'identité, d'ancrage et d'appartenance. Cependant, ce territoire n'a de sens que lorsqu'il entretient des relations avec les autres niveaux territoriaux à savoir le national et le mondial. D'ailleurs Mattelard (1999, p. 298) l'a bien souligné lorsqu'il écrit que « *toutes les échelles de la réalité, l'international, le local, le régional et le national, n'ont de sens que si on les articule entre elles, que si l'on met en relief les interactions, que si l'on refuse d'établir des dilemmes et des binarités pour rechercher les passerelles, les médiations et les négociations qui s'opèrent entre les diverses dimensions, sans négliger pour autant l'existence bien réelle des rapports de force entre elles* » Nous tenterons d'observer, à travers l'étude de cette radio en ligne, les possibles interactions entre les différentes échelles en matière de culture en nous interrogeant, plus tard, sur les aspects de territorialisation, de déterritorialisation voire aussi de reterritorialisation qui se dessinent à travers le contenu proposé sur le site de *Radio Tataouine*.

## 1.2 - Radio Mosaïque FM : première radio privée tunisienne

En 2003, l'investissement des acteurs nationaux dans le secteur audiovisuel est devenu possible. L'État a accepté d'ouvrir l'espace audiovisuel aux initiatives privées nationales. Le président de la République déclare que l'État tunisien est « *persuadé que la diversification du paysage médiatique se confirmera et se consacrera davantage et que les espaces d'expression gagneront en richesse et en rayonnement après l'ouverture de nouvelles perspectives devant les investisseurs privés de manière à leur permettre de s'investir davantage dans l'enrichissement du paysage médiatique audiovisuel* »<sup>3</sup>. Ainsi, en novembre 2003, le groupe Karthago détenu par Belhassen Trabelsi<sup>4</sup> a lancé *Radio Mosaïque FM*. Située à Tunis, cette radio émet 24h/24 en modulation de fréquence (FM) sur le Grand Tunis, la Banlieue nord, la région de Hammamet et le Cap Bon<sup>5</sup>. Sa diffusion est en constante évolution et aspire à une couverture nationale. Nous situons cette station à l'échelle nationale en comparaison avec *Radio Tataouine* située à l'échelle de la région et avec *Radio TounesBledi* qui se situe plutôt à une échelle internationale. En ce qui concerne l'équipe de *Radio Mosaïque FM*, elle est composée de 21 animateurs, 4DJ's, 3 journalistes, 1 programmateur musical, 10 techniciens et 4 webmasters. Pendant sa première année d'émission, la station a été fortement critiquée par certains Tunisiens « *qualifiant cette radio de "radio pro-occidentalisation" ou de "radio débâcle"* » (Arfaoui, 2007). Cependant avec le temps la radio a su attirer de plus en plus d'auditeurs, surtout grâce au choix des sujets abordés au cours des émissions, des sujets importants pour les Tunisiens, quotidiens et parfois sensibles. *Radio Mosaïque FM* s'est distinguée de la radio publique. Ainsi, « *en raison de son style, de son dynamisme et de son rythme, elle est*

<sup>3</sup> Message du Président Zine El Abeddine Ben Ali à l'occasion de la journée mondiale de la liberté de la presse, 8 mai 2004, [en ligne], [réf. du 20 mai 2004]. Disponible sur : <[http://www.infotunisie.com/2004/archives\\_mai.html](http://www.infotunisie.com/2004/archives_mai.html)>

<sup>4</sup> Mosaïque FM, [en ligne], [réf. du 20 février 2008]. Disponible sur : <[http://fr.wikipedia.org/wiki/Mosa%C3%AFque\\_FM](http://fr.wikipedia.org/wiki/Mosa%C3%AFque_FM)>

<sup>5</sup> FM : 94.9 pour le Grand Tunis, 90.3 Banlieue Nord, 88.9 Hammamet, 92.9 pour tout le Cap Bon

*rapidement devenue la radio préférée des jeunes* » (Bahry et Darras, 2006, p.197). Elle a également adopté un programme musical international et très varié. Selon les chiffres de MédiaScan, l'audience de *Radio Mosaique FM* continue sa croissance dans le Grand Tunis pour atteindre 61,9%<sup>6</sup> avec une moyenne d'âge de 20 à 39 ans. *Radio Mosaique FM* joue une mission d'intérêt général à l'échelle de la Tunisie. Elle ne traite pas des questions politiques ; elle se contente de quatre bulletins d'informations quotidiens qui relatent brièvement les événements locaux et internationaux sans pour autant les approfondir.

### 1.3. - Radio TounesBledi : une radio privée "déterritorialisée"

*Radio TounesBledi* est la première radio virtuelle tunisienne, lancée le 21 mars 2005, fondée par Faouzi Abdelkafi, étudiant tunisien au Canada. La station émet sur Internet depuis le Québec. Les serveurs de diffusion de *Radio TounesBledi* résident dans la ville de Québec alors que les studios d'animation et de production sont installés à Tunis. La radio est lancée initialement pour « réunir la communauté tunisienne dans le monde autour d'un média »<sup>7</sup>. Ainsi destinée à la diaspora<sup>8</sup> (Berthomière et Chivallon, 2006) des Tunisiens résidant à l'étranger, nous la qualifions de radio déterritorialisée. En fait, l'irruption des nouvelles technologies de communication, tel qu'Internet, joue un rôle déterminant dans la dynamique de déterritorialisation. Ces technologies « affectent la représentation culturelle du territoire en favorisant des nouveaux modes de socialisation et d'acculturation » (Hammami, 1997). Par sa diffusion en ligne, *Radio TounesBledi* entretient de nouveaux rapports

au territoire et à la culture qui se trouve déterritorialisée. L'audience de *Radio TounesBledi* « compte aujourd'hui un peu plus de 550 000 visiteurs réguliers répartis essentiellement sur les continents africain, européen et nord américain » ((W.N, 2008). Les auditeurs peuvent suivre les programmes en diffusion 24h/24 dont 12 heures de direct par jour en français et en arabe tunisien, accessoirement en anglais. L'équipe de *Radio TounesBledi* est composée de 35 personnes qui assurent, bénévolement, la programmation en diffusion continue. Bien que l'équipe soit en majorité tunisienne, elle comporte aussi six Palestiniens, une Marocaine et une Algérienne. Cette expérience, à l'image des chaînes de télévision panarabes, est une première dans le paysage audiovisuel tunisien qui a toujours privilégié les journalistes tunisiens au sein des médias régionaux et nationaux. Le fondateur de la radio met en valeur sa vocation internationale en exprimant son souhait d'ouvrir prochainement des studios de diffusion à Montréal, à Paris et dans l'un des pays de l'Afrique subsaharienne. Il déclare que « *Radio TounesBledi est une radio tunisienne à vocation internationale, nous cherchons à donner la possibilité de s'exprimer à tous les jeunes dans tous les continents.* »<sup>9</sup>. Cependant, à côté de cette aspiration internationale, le fondateur de la radio souhaite territorialiser cette station en portant la diffusion de *TounesBledi* sur la Bande FM et en rapatriant les serveurs de diffusion depuis le Canada vers la Tunisie grâce à une licence permettant la diffusion hertzienne. En fait, actuellement, les studios de la radio à Tunis souffrent de chutes de débit qui handicapent sa diffusion vers les serveurs d'hébergement au Québec. L'équipe tente de trouver des fournisseurs d'accès Internet tunisiens pour surmonter ses difficultés techniques. Par ailleurs, le défi de cette station, selon son fondateur, « consiste à divertir les jeunes en leur parlant de sujets aussi graves que les objectifs du millénaire, la lutte anti-sida, à diffuser une culture non-lucrative et à promouvoir des artistes engagés pour "une image positive" des jeunes »<sup>10</sup>.

<sup>6</sup> « Audience Radio et TV, février 2008 », [en ligne], [Réf. du 25 mars 2008]. Disponible sur : <http://www.babnet.net/festivaldetail-13061.asp>

<sup>7</sup> « *TounesBledi : une radio jeune pour l'échange et la francophonie sur Internet* », [en ligne], [Réf. du 21 mars 2008]. Disponible sur :

[http://www.tv5.org/TV5Site/info/afp\\_article.php?id\\_rub=4&xml=080321080438.3hyqvewq.xml](http://www.tv5.org/TV5Site/info/afp_article.php?id_rub=4&xml=080321080438.3hyqvewq.xml)

<sup>8</sup> Robin Cohen définit la diaspora « comme un processus qui implique la recherche d'une identité passée ».

<sup>9</sup> « *TounesBledi : une radio jeune pour l'échange et la francophonie sur Internet* », *ibid.*

<sup>10</sup> *Ibid.*

## 2. – ETUDE COMPARATIVE DES SITES DE RADIOS EN LIGNE : QUELLES REPRESENTATIONS DE LA CULTURE ?

### 2.1. - L'ergonomie des sites web des radios choisies

L'ergonomie d'un site représente dans le jargon des concepteurs web les « *Interactions entre les utilisateurs et un site web* »<sup>11</sup>. Elle ne concerne pas seulement les aspects de surface ou les aspects graphiques directement visibles, elle concerne à la fois l'utilité, la facilité d'utilisation, l'organisation de l'interface web et les contraintes d'affichage. Le site d'une radio en ligne, contrairement à la diffusion hertzienne, est accessible dans le monde entier et doit donc convaincre des utilisateurs de pays différents et de cultures différentes. Etant donné que notre objectif consiste à dégager la représentation de la culture par des radios diffusant sur Internet, nous avons abordé l'organisation des sites des trois radios en ligne présentées ci-dessus, du point de vue informationnel et iconographique. Nous avons travaillé sur les sites de radios *Tataouine*, *Mosaïque FM* et *TounesBledi* pendant la période du 13 au 20 mars 2008 (grille hiver 2008)<sup>12</sup>. Nous avons donc choisi d'analyser l'organisation des sites de radios en ligne afin de faire apparaître, à partir d'une approche comparative, les aspects culturels les plus visibles et qui soient représentatifs de la médiatisation culturelle en Tunisie. Ces aspects sont susceptibles d'identifier le phénomène d'acculturation si l'on s'interroge précisément sur la nature des rapports qu'entretient chaque radio avec la culture, le territoire et la langue.

---

<sup>11</sup> « Les principes, concepts et outils de l'ergonomie web », [en ligne], [Réf. du 4 mars 2008]. Disponible sur : <http://www.abc-netmarketing.com/-Les-principes-concepts-et-outils-.html>

<sup>12</sup> Site *Radio Tataouine* (référence du 15 mars 2008), site *Radio Mosaïque FM* (référence du 18 mars 2008) et site *Radio TounesBledi* (référence du 13 mars 2008). Nous soulignons que le site de *Radio Tataouine* a été interrompu depuis le 22 mars, probablement pour des problèmes techniques.

### 2.2. - Le site de Radio Tataouine

Le site de *Radio Tataouine* n'est pas officiel<sup>13</sup>, il a été créé grâce au bénévolat en 2006 par un animateur de la radio, Arafat Dhib<sup>14</sup>, qui a animé et produit des émissions ayant pour thème Internet, telles que : *Ibhar* (Navigation), *Kitab Net* (Livre sur le net) et actuellement *Soirée\_net*. Le site est consultable selon deux interfaces, une en arabe et une autre en français. Cette dernière est une traduction intégrale de l'interface arabe. Ce choix de présenter le site en deux versions (arabe et français) est significatif dans la mesure où il valorise la langue de sa diffusion qui est l'arabe et permet aux internautes francophones d'accéder au contenu de cette radio. Selon L. Procher (1995, p.53), « *toute langue véhicule avec elle une culture dont elle est à la fois la productrice et le produit* » : le choix de la langue arabe pour la présentation du site, à l'opposé d'autres sites radios tunisiens qui optent pour une mixité linguistique privilégiant le français et l'anglais, marque donc une affirmation identitaire et une valorisation linguistique et culturelle. De plus, le site de *Radio Tataouine* est présenté en arabe littéraire et non pas en dialecte tunisien. Cela permet aux arabophones dans tout le monde d'accéder facilement au contenu du site étant donné que « *cet arabe écrit, ou littéraire, ou moderne, coexiste dans tous les pays arabophones, avec des langues essentiellement parlées, qui varient selon les pays et autrefois les appartenances ethniques, des langues souvent appelées "dialectes" par opposition à l'arabe "classique"* » (Grandguillaume, 2004). L'arabe représentait et continue jusqu'à ce jour de représenter la tradition, l'authenticité, l'identité et la légitimité. Par ailleurs, nous soulignons que la langue qu'on entend dans les émissions de *Radio Tataouine* est l'arabe littéraire pour les émissions culturelles et les journaux radiodiffusés, et le dialecte tunisien avec les accents et le lexique de la région du Sud pour l'animation et les émissions patrimoniales. Le français et l'anglais sont absents du registre linguistique de cette radio.

---

<sup>13</sup> Selon la direction de radio Tataouine les radios régionales tunisiennes auront prochainement des sites web officiels et professionnels qui leur permettent de diffuser via le net.

<sup>14</sup> « Tous droits réservés Dhib Arafat » est la signature indiquée sur le site de la radio.

Le site de la radio est conçu par un bénévole qui manque de professionnalisme, ce que certains visiteurs expriment sur le forum du site « *bien mé il é bcp entassé il é pas aéré on s'y retrouve pas trop bien inchallah kil sera meilleur en tt k il me permet d'écouter cette belle radio en direct de Paris et inchallah de mieux en mieux* ». Sept grandes rubriques constituent l'arborescence du site de la radio : Accueil, Le direct, Livre d'or, Contact, Forum, Evénements et Les programmes. La rubrique « Accueil » donne à voir une page très chargée d'informations extrêmement diverses notamment des annonces publicitaires qui finissent par gêner les radionautes et des présentations d'émissions phares autour du festival international des ksour sahariens qui se déroule chaque année à Tataouine du 21 au 23 mars : soirée *Alf Layla Wa Layla* (Mille et une nuits) et soirée *El-Mouguf* (chant patrimonial des hommes). La diffusion de cette radio régionale sur le net permet d'ailleurs à ce festival de dépasser les frontières de la région pour accéder à l'international et de faire connaître ses activités qui visent essentiellement la valorisation du patrimoine historique, populaire et musical de la région du Sud-est. Toujours sur cette même page « Accueil », nous distinguons une icône audio qui permet d'écouter un poème du poète populaire Béchir Abdeladhim, originaire de la région du Sud-est. Dès l'"Accueil" du site, la radio s'inscrit donc, à travers les éléments que nous venons de citer, dans un territoire culturel qui a ses spécificités. Ce n'est pas le cas pour un autre élément qui pourrait révéler un certain ancrage territorial, la météo elle aussi présente dans la page d'Accueil du site. « *La météo dans tous les médias, c'est d'abord un espace. La carte et/ou les mots peuvent faire naître l'espace, seulement le suggérer ou le nier à la manière d'une caméra qui fait naître ce qui entre dans le champ, qui suggère ce qui dans le hors-champ entretient une relation avec le champ ou qui nie ce qui est absent* » (Viallon, 1997, p.107). La manière dont la météo est présentée sur ce site met en avant un espace plutôt national à travers des informations concernant les prévisions de température et de pluviométrie dans les gouvernorats tunisiens ; il n'y a pas de carte météo spécifique à la région Sud-est, zone de couverture de *Radio Tataouine*, et c'est en quelque sorte lui ôter toute légitimité, la nier. « *Ce que le public attend de la météo, ce n'est pas tant un effet de*

*réel (l'information est aussi vite oubliée, voire inutilisée), c'est une actualisation quotidienne de repères territoriaux, donc culturels, idéologiques, symboliques* » (ibid. p.110) ; or la météo, telle qu'elle est présentée sur ce site, est purement informationnelle (le temps aujourd'hui et demain, en Tunisie et ailleurs), elle n'a aucun pouvoir pour légitimer le territoire régional, politiquement dépendant, qui demeure invisible dans une photo satellite numérisée non commentée qui semble difficilement déchiffrable pour le récepteur. Grâce à la radio en ligne, les pratiques des auditeurs/radionautes changent. En fait le site leur offre de nouvelles manipulations des contenus à l'opposé du flux radiophonique hertzien quasi linéaire. Le site de *Radio Tataouine* offre aux auditeurs d'autres modalités d'écoute en leur proposant la possibilité de revenir sur quelques émissions sous forme de "best of". Cette modalité contribue à changer le statut de la production radiophonique : il s'agit d'une sorte de médiathèque ou d'archive radiophonique ; on passe du flux radiophonique à un produit de stock. Ce qui nous interpelle ici c'est le genre d'émissions qui sont choisies pour être stockées sous forme de "best of" ; il s'agit d'un côté d'émissions patrimoniales telles que *Touboul El Farah* (Les tambours de la joie)<sup>15</sup> qui consiste en des chansons et poèmes populaires et *Miaad El Ajdad* (Le rendez-vous des ancêtres) présentée comme la soirée de patrimoine à travers des chansons et des contes patrimoniaux. Ces deux émissions, présentées par deux animateurs vedettes, sont très suivies par les auditeurs de la région qui participent activement à ces émissions par des chansons et des poèmes, contribuant ainsi à la sauvegarde du patrimoine musical du Sud menacé de perte. Ces émissions encouragées par la station jouent un rôle de résistance aux flux culturels venant d'ailleurs. De l'autre côté, nous distinguons en "best of" des émissions qui marquent une ouverture sur la musique mondiale, telles que : *Dj Kam* et *Mix Oriental*. Cela révèle la ligne éditoriale de la radio en matière de culture entre patrimonialisation et internationalisation.

L'autre particularité de ce site consiste en un ensemble de modalités pour garder le contact,

<sup>15</sup> Emission de grande écoute et notoriété régionales qui a commencé fin 1997 avec aujourd'hui plus de 500 émissions présentées.

pour échanger et dialoguer avec les radionautes. Il s'agit d'espaces qui permettent aux auditeurs d'envoyer des messages pour des dédicaces, des commentaires sur la programmation ou des suggestions. D'ailleurs, concernant les "best of" d'émissions patrimoniales, ils expriment directement leurs impressions grâce aux messages électroniques. Ces impressions telles que : « *J'aime les programmes de touboul elfarah et Miaad alajdad et je passe le bonjour à toute ma famille en Tunisie (Jorf)* » (Ville : Paris92-Pays : France) ou encore « *J'aime beaucoup entendre tous les programmes et spécialement Touboul Elfarah* » (Ville : Gabès, Pays : Tunisie). Ces messages témoignent d'un ancrage fort, d'une valorisation et d'une reconnaissance du patrimoine musical et historique de la région Sud-est par des auditeurs de la région mais aussi par des radionautes immigrés tunisiens originaires de la région.

En outre, le site propose un forum de discussion dont une partie est en français spécialement mis en place pour les amis de la radio qui ne connaissent pas l'arabe. Ce forum est d'ailleurs apprécié par les auditeurs comme Thouraya de Paris93 qui exprime son autonomie de navigation sur le site et le forum de la radio grâce à la version française.

L'interactivité que permet Internet est productrice d'échange et de discussion entre la communauté d'internautes indépendamment du temps et de l'espace. Les forums de discussion ainsi proposés participent à la création de « réseaux de sociabilités » (Dayan, 2000). Il s'agit d'un espace social qui s'enrichit par les échanges d'internautes sur les programmes de la radio puis par des échanges qui tendent plus vers des histoires personnelles, des soucis de la vie privée voire l'intimité. A travers ces discussions, la radio révèle une certaine reterritorialisation d'auditeurs déterritorialisés comme le témoigne un message envoyé par un membre du forum « *Salam je suis thouraya de paris(93) et je veut vous parlé de la vie en france, j'ai 22 ans et je suis née en france mais walah figuré vous que ce n'ai pas une vie en france.... quand je suis en tunisie je suis l'une des personne a etre bien dans ma tete il ny a pas de soucie c'est le repos total... mais walah en france on est stressé le travail, la pollution, il n'y a pas d'aire contrairement a medenine*

*jerba et tataouine... d'ici 3 ans je vais investire de vire dans mon pays que j'aime... »*. Au travers de ce témoignage, nous notons des formes linguistiquement et orthographiquement très altérées par rapport à la communication épistolaire soutenue ; c'est le cas des discussions sur forum, blogs ou par SMS partout dans le monde.

Certains radionautes suggèrent aussi un forum où ils peuvent poster des photos de la région de Tataouine, ce qui évoque un besoin de territorialisation et d'appropriation du territoire assez fort.

### 2.3. - Le site de Radio Mosaïque FM

*Radio Mosaïque FM* a lancé son site web le 15 septembre 2005 pour permettre une écoute au-delà des frontières de la Tunisie, dans tout le grand Maghreb, en Europe et ailleurs. Ce site, à l'opposé de celui de *Radio Tataouine*, est conçu de façon plus professionnelle. Ainsi l'habillage du site montre une clarté de la mise en page et une lisibilité des informations textuelles et iconographiques. Une mise à jour des informations est maintenue et la navigation est simplifiée par des outils bien positionnés dans les pages pour atteindre les contenus proposés dans le site. En haut de la page d'accueil, le sigle (logo) Mosaïque FM est en rouge et blanc, couleurs distinctives du drapeau tunisien marquant l'ancrage national de cette radio. Du côté linguistique, une des caractéristiques de ce site consiste en la mixité linguistique. Bien que l'interface du site soit présentée en majorité en langue française, il s'ajoute à celle-ci des mots du dialecte tunisien ou de l'anglais. Les titres des rubriques du site et la présentation des contenus des émissions en témoignent parfaitement : le titre de la rubrique « *Tsawer Mosaïque* » (photos Mosaïque) combine dialecte et français ; la phrase « *Be in et abreuve-toi des hot tendances du moment* », qui présente l'émission *Jet Set FM* du Samedi de 20 à 22h, mélange quant à elle le français et l'anglais. Les titres des émissions de la radio sont également pour la plupart une combinaison de mots tunisiens, français ou anglais et répondent aussi à cette logique de mixité : *Saa Mouzika* (Une heure de musique), *Nostalgie*, *Golden Music*, *Mosaïque Show*, etc. révélant une réelle mosaïque linguistique ! En fait, la mixité linguistique figure dans le cahier des charges de *Mosaïque FM*. Quant à la présentation et l'animation des

programmes, elles sont assurées au moyen d'une langue plutôt légère et simplifiée, faisant alterner le plus souvent dans la même phrase tunisien, arabe, français et anglais. Le nom même de cette radio *Mosaïque FM* est exprimé en français.

Les textes des messages publicitaires sont souvent dans le tunisien parlé au quotidien par les jeunes ou en français. Quant à l'arabe, bien que présent dans les publicités pour les foires et les salons culturels, il est plutôt rare. Bien que l'arabe soit la langue officielle, les jeunes Tunisiens parlent de moins en moins cette langue et remplissent ce vide avec du français - y compris transformé- et des anglicismes. Cette mixité linguistique que propose *Mosaïque FM* plaît aux jeunes qui la trouvent « *jeune et dynamique ; c'est une langue d'époque ! c'est la langue de notre génération* » (Bahry et Darras, op.cit, p.197).

Les pratiques générales de nouveaux médias, tel que cette radio privée, révèlent ainsi un nouveau rapport à la langue qui se situe dans une sphère fluctuant entre le local et le global. Certes le multilinguisme est un avantage adaptatif pour la jeunesse tunisienne, cependant le phénomène de combinaison linguistique que nous pouvons observer dans le système de communication quotidien des Tunisiens, voire dans les établissements scolaires parmi les élèves et les étudiants, prouve une altération linguistique en accélération, qui est renforcée par l'action des nouveaux médias de divertissement destinés aux jeunes Tunisiens.

La page d'accueil du site, qui joue le rôle de la *Une* du journal, révèle, par certains choix, la ligne éditoriale de cette radio. *Radio Mosaïque* est une radio musicale et cela est confirmé dès la page d'accueil du site qui met en avant la « *Découverte d'album* », « *L'annonce d'évènement musical* », le « *Hit Club* », « *Mouzika* » et le vote pour des chansons dans le « *Ton Top* ». Quelles sont les tendances musicales ? Une affirmation du territoire national apparaît clairement par le privilège accordé aux rencontres musicales d'artistes tunisiens ; ainsi le célèbre chanteur Lotfi Bouchnak a bénéficié d'une importante médiatisation sur le site à travers la diffusion de sa biographie accompagnée de photos de bonne qualité, d'une annonce de son prochain concert au théâtre municipal de Tunis le 20

mars 2008, de la diffusion de l'interview accordée au chanteur lors de son passage dans l'émission *Mosaïque Show*<sup>16</sup> le 19 mars 2008. La consultation des archives de l'émission *Mosaïque Show* sur le site de la radio montre bien la contribution de cette émission à la reconnaissance des artistes tunisiens et de leurs travaux notamment dans les domaines de la musique, du théâtre et du cinéma. En outre, la classification adoptée pour les Tops musicaux montre une hiérarchisation des échelles : le *Top oriental* et donc du monde arabe en première position, en deuxième position le *Top occidental* avec des chansons anglaises en majorité (sur 20, 15 en anglais et 5 en français) et puis en troisième position *Mosa Rbokh* qui comporte des chansons du folklore tunisien. D'après cette classification, la musique instrumentale est privilégiée dans sa forme contemporaine et traditionnelle. Soulignons tout de même que l'abondance des chansons anglaises par rapport aux françaises est révélatrice d'une contradiction ; au final ce n'est pas la culture française qui est transmise mais uniquement la langue.

En fait dans les années 60 et 70, le français et l'arabe étaient deux langues véhiculaires et de culture. A partir des années 80, il a été décidé de réduire le français à une langue strictement véhiculaire en lui octroyant le statut de langue étrangère (voir El Houssi, 2005). En Tunisie, le français demeure la langue de la modernité et de l'occidentalisation mais elle « *a perdu énormément de crédit parmi les jeunes d'aujourd'hui qui découvrent une langue neuve, l'anglais, fort prisée, dont la culture est inconnue et ne suscite aucune curiosité* » (Kammoun, 2006). D'ailleurs il est difficile aujourd'hui d'envisager l'idée de l'anglais comme langue de culture étant donné que le débat actuel en Tunisie encourage cette langue essentiellement comme outil de communication.

---

<sup>16</sup> L'émission est présentée sur le site par cette phrase : « *L'animateur Naoufel invite tes stars nationales et internationales préférées et les bombarde de questions pour ton plus grand bonheur, jamais les stars n'ont été aussi proches de toi* ».



## 2.4. - Le site de Radio TounesBledi

*Radio TounesBledi* est donc la première radio privée exclusivement électronique créée en mars 2005. Le site web de la radio est conçu en rouge et blanc sur un fond noir : un habillage plastique qui fait référence au drapeau tunisien (rouge et blanc) marquant ainsi un patriotisme fort et une appartenance à la Tunisie. Un slogan intitulé « *TounesBledi, la radio qui vous écoute* » est affiché en haut de la page d'Accueil identifiant la mission de cette station qui se veut le lieu d'expression des Tunisiens partout dans le monde. La présentation visuelle du site apparaît claire et simplifiée avec peu d'annonces publicitaires, vu son caractère non commercial. Cependant, le site manque de mises à jour régulières et plusieurs liens sont erronés, notamment ceux qui concernant la présentation de la radio et de certaines émissions ; les liens ne mènent le plus souvent à rien ou à une page différente de celle attendue. Le caractère non professionnel de cette station engendre, sans doute, ces défaillances qui gêneront à long terme les radionautes. Le site est conçu en langue française, langue de présentation des émissions en plus du dialecte tunisien et de l'anglais. Le choix du français pour le site confirme bien la position du fondateur de la radio quand il déclare « *Nous parions sur un espace d'échanges multiformes où l'on partage l'usage du français en Amérique, Europe, Afrique, Méditerranée* »<sup>17</sup>. Par ailleurs, les titres des émissions sont en français, en tunisien et en anglais. La page d'Accueil présente un menu très clair comportant huit rubriques (Accueil, Emission, Equipe, Invités, Partenaires, Dédicaces, La Radio et Contact). La webradio mise énormément sur la participation de ses auditeurs à travers des technologies de communication permettant d'interagir avec les animateurs via un système de SMS, appels téléphoniques et messagerie instantanée (comme Windows Live Messenger).

Dans la page d'Accueil, que nous avons particulièrement analysée, des événements culturels tunisiens sont choisis par l'équipe de la radio pour servir de vitrine. Il s'agit de trois manifestations théâtrales : 24h de théâtre non stop qui se déroule au Kef dans la région Nord-ouest, les activités du théâtre *El Hamra* et

<sup>17</sup> « *TounesBledi : une radio jeune pour l'échange et la francophonie sur Internet* », *op.cit.*

celles d'*Elteatro* pendant le mois de mars 2008. Des affiches conçues en arabe et en français accompagnent ces présentations d'événements apportant ainsi du sens aux textes. *Radio TounesBledi* se veut un média proche de l'actualité culturelle tunisienne au profit des auditeurs tunisiens à l'étranger. Elle souhaite reterritorialiser ces émigrés par le biais d'une programmation qui leur fait vivre l'ambiance du pays tout en étant ailleurs. Des émissions telles que *Hkayet Zman* (un conte du passé) présentant les contes populaires ou *Arabesque* avec les grands chanteurs arabes et tunisiens contribuent à la valorisation du patrimoine tunisien à l'extérieur du pays.

Cette radio participe finalement à dynamiser la médiatisation de la culture tunisienne au sein de ce pays par des émissions spécialisées l'exemple de « K comme culture », une émission relatant la dynamique culturelle nationale et où le théâtre, la musique, le cinéma, l'art contemporain seront au menu. En outre, la radio a une visée intercommunicationnelle, promotionnelle et touristique ayant pour objectif « *pas seulement de faire connaître la culture tunisienne, mais de promouvoir la destination-Tunisie au Canada en attirant les investisseurs d'une part, et les touristes d'autre part* »<sup>18</sup>. Un caractère international privilégiant l'ouverture sur les autres cultures est ainsi confirmé.

## 3. - L'APPROCHE COMPARATIVE DES TROIS STRUCTURES RADIOPHONIQUES COMME OBJET D'ENSEIGNEMENT

Au cours de l'étude des trois sites, il nous est apparu que la méthodologie comparative retenue révélait de façon didactique les divers paramètres des médiations croisées entre radios hertziennes et radios en ligne, explicitant les lignes éditoriales respectives, notamment dans le domaine culturel. Partant du fait que la radio est un média privilégié par les étudiants, et tout particulièrement les

<sup>18</sup> « *Radio Tounes Bledi* : Hymne à la Tunisie au Canada », [en ligne], [Réf. du 20 mars 2008]. Disponible sur : <http://www.tunisia-today.com/archives/25665>;

webradios, il nous a semblé que notre étude pouvait donner lieu à une démarche pédagogique centrée sur un domaine peu exploité des TICE, et s'intégrer aussi bien dans des formations linguistiques que communicationnelles au plus près des pratiques sociales. D'autant que la particularité des objets d'étude pouvait cibler aussi bien les situations d'enseignement en présentiel que celles à distance, aussi bien en Tunisie qu'à l'étranger. Il est à noter que la conception globalisante de cette approche pédagogique, dans une interaction dynamique entre recherche et formation, a favorisé une attention plus soutenue aux diverses caractéristiques des médiations en jeux. Nous rendrons compte ici, de façon elliptique, des principales étapes envisagées pour permettre de mener de front une sensibilisation au fonctionnement des deux médias tout autant qu'à leurs contenus, linguistiques et civilisationnels, en nous référant à l'étude précédente.

### 3.1. - Une initiation à la méthodologie comparative

A partir des travaux de Vigour (2005, p.123) montrant « *l'importance de la comparaison comme instrument de compréhension et d'explication* » la trame de la méthodologie retenue sera celle de l'approche comparatiste, avec comme finalité de permettre aux étudiants de s'en approprier les démarches. L'étude détaillée des trois sites débouchera sur une mise en perspective entre les caractéristiques sociotechniques des trois radios, leurs orientations rédactionnelles, les particularités des radios hertziennes et celles en ligne, les usages spécifiques qui en sont faits... Les objectifs privilégiés visent à induire une attitude réflexive sur des pratiques quotidiennes routinisées, à structurer une observation explicative sur des phénomènes médiatiques complexes relevant des TICE, à construire des connaissances sur les médias concernés et sur leurs processus de médiatisation des phénomènes culturels contemporains, à établir la base argumentaire d'un jugement critique individualisé.

### 3.2. - Comparaison des usages générés par les radios hertziennes et les webradios

Toute pratique médiatique s'inscrit dans des usages dont l'approche empirique révèle la diversité et la complexité. L'étape première consistera à demander aux étudiants de recenser avec précision, leurs pratiques personnelles des deux types de radios :

- Repérer le support privilégié en fonction du contexte (lieux, moments de la journée, type d'activités...) et du type d'écoute qui en résulte (*direct, streaming, podcasting*<sup>19</sup>...)
- Identifier les matériels utilisés lors des divers usages (radioréveil, lecteurs MP3, ordinateur...)
- Comparer les types d'émissions écoutées selon le support.
- Evaluer les interactions suscitées par les radios hertziennes et celles en ligne (appels téléphoniques, participation aux forums, navigation sur le site...)

A la suite du recueil des données, il sera demandé aux étudiants d'établir un profil comparé de leurs pratiques de fréquentation suivant le support.

### 3.3. - Comparaison des dispositifs sociotechniques

Reprenant à notre compte la position de Latour pour qui « *l'apparence modeste que prend la technique vient de l'habitude, laquelle entraîne l'oubli de toutes ces médiations enchâssées* » (2000, p.40) nous souhaitons mettre l'accent sur la comparaison des cadres sociotechniques<sup>20</sup> spécifiques des radios hertziennes et des webradios. Pour ce faire, nous focaliserons l'attention des étudiants sur les deux radios qui sont présentes sur les deux supports : *Radio Tataouine* et *Radio Mosaïques*. Leur émission en modulation de fréquence, de par la portée limitée des émetteurs et de par les obstacles générés par le relief, prend en compte au plus près, la réalité géographique du territoire. Ce rapport à la configuration de l'aire de diffusion est

<sup>19</sup> Réception en flux sur Internet et possibilité de téléchargement d'émissions

<sup>20</sup> Pour Flichy tout objet technique se situe à la frontière entre le monde des concepteurs et celui des utilisateurs définissant un cadre sociotechnique précisant son mode d'emploi et ses usages. (1995)

particulièrement observable lors des trajets en voiture à l'écoute d'une station donnée. En contrepartie, la diffusion par l'intermédiaire du réseau informatique mondial de l'Internet permet de s'affranchir des contingences du territoire local ou national et d'atteindre tout auditeur sur la planète disposant d'un ordinateur connecté, créant des limites d'un autre ordre : techniques et économiques.

De même, les particularités techniques vont induire des temporalités d'écoute différentes. Les radios hertziennes reposent principalement sur l'homochronie qui suppose une écoute synchrone avec le moment de sa diffusion de l'émission et souvent même, avec celui de sa production, lors des directs. Cette particularité, favorise l'implication émotionnelle ou participative de l'auditeur. En contre partie, la possibilité de choisir en différé sur le site Web, les émissions diffusées dans la journée ou la semaine, voire de les *podcaster*, si elle libère l'auditeur de l'imposition du flux et d'une partie de la pression publicitaire, produit un investissement cognitif et affectif d'un autre ordre.

Le recours aux pratiques personnelles des étudiants permettra d'affiner les paramètres à prendre en compte et d'organiser des cadres sociotechniques plus précis des deux supports radios.

### **3.4. Comparaison des formes de médiatisation**

Par médiatisation, nous entendons toute médiation entre le monde de référence et l'auditeur qui se produit par l'intermédiaire d'un média. Cette organisation du contenu repose sur des dispositifs d'ordre symbolique organisant des formes interprétables. La comparaison portera sur les procédés de sémiotisation convoqués par la double nature des radios hertziennes et en ligne.

L'étude proposée aux étudiants débutera par une mise en confrontation détaillée des pages d'accueil des trois webradios considérées comme des objets intersémiotiques ou « textiels »<sup>21</sup> en lien permanent avec leur contenu. Ces structures complexes mettent en relation des signes passeurs (menus, boutons, flèches...), des structures textuelles fonctionnelles (grille des programmes,

présentation des émissions, incitation à participation...), des mises en forme graphique de l'information (couleurs, fond/forme, cadres, pavés...), des sélections iconographiques (photos d'animateurs, de vedettes de la chanson, d'événements de l'actualité...). Seront particulièrement observées les structures de transition entre la lecture de ces pages et l'écoute de la radio en flux ou des émissions stockées.

L'analyse des contenus radiophoniques mettra l'accent sur les constituants de la matière sonore : voix, musiques, sons divers. A partir d'exemple pris dans les émissions de stock (best of, top...) seront comparés les types de voix (accents, timbres, niveaux d'élocution, langues employées...), les types musicaux (chanson tunisienne ou internationale, musique orientale...), l'identité sociale et culturelle des personnes qui prennent la parole à l'antenne (animateurs, artistes, responsables politiques, auditeurs...), les habillages sonores qui donnent une coloration identitaire à chacune des stations. Ces quelques paramètres, plus que tout autre, permettent de repérer finement l'ancrage de ces radios dans leur zone de diffusion, leur rapport à la culture et à l'histoire locales, leur implantation dans la vie quotidienne et économique, le type de liens recherchés auprès des auditeurs.

Bien d'autres domaines pourraient prolonger cette étude comparative tels que la prise en compte de l'historique des radios, de leur organisation économique, des mesures d'audience, des études de réceptions... Mais ces éléments supposent des enquêtes prolongées qui débordent des possibilités temporelles d'un cours et ne feraient qu'étayer les conclusions découlant de ces premières approches en termes de ligne éditoriale et d'éthos des trois radios. Au-delà de ces exemples spécifiques, les compétences recherchées auprès des étudiants concernent l'usage des TICE pour développer leur esprit critique et citoyen aussi bien sur des médias traditionnels que ceux en perpétuelle innovation.

## **4. - CONCLUSION**

A partir d'une approche comparative de trois sites de webradios tunisiens : *Radio Tataouine*, *Radio Mosaïque FM* et *Radio TounesBledi*, nous avons tenté de mettre en lumière leurs processus de médiatisation de la culture en

---

<sup>21</sup> Nous référons aux propositions terminologiques de Souchier et al. (2003)

explicitant leurs lignes éditoriales respectives notamment dans le domaine culturel. L'analyse de la nature des rapports qu'entretient chaque Webradio avec le territoire, la langue et la culture nous a permis d'identifier le phénomène d'acculturation et ses modalités. L'examen des trois sites donne à voir des représentations culturelles qui se caractérisent par des va et vient entre local et global, entre patrimonialisation et internationalisation, entre rejet et emprunt. D'ailleurs, une analyse sémiopragmatique de certaines émissions culturelles diffusées sur ces radios pourrait enrichir notre réflexion sur les représentations de la culture et les modalités d'acculturation aux faits culturels tunisiens en prenant en considération les contenus médiatisés en lien avec leur contexte. Comme nous l'avons constaté, à travers nos trois modèles, les webradios invitent les radionautes à modifier leurs pratiques habituelles en impliquant de nouveaux usages. Enfin, nous soulignons que notre étude comparative de ces radios en ligne, peu exploitées, se prête à faire objet d'enseignement dans le cadre de formation TICE.

## BIBLIOGRAPHIE :

- Arfaoui, J. (Avril 2007) « Radio Mosaïque défie les tabous », [en ligne], [Réf. du 13 avril 2007]. Disponible sur : <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/x/html1/fr/features/awi/reportage/2007/04/13/reportage-01>.
- Bahry, S., Darras, B. (2006), « Mutation linguistique et nouveaux médias : Mosaïque linguistique en Tunisie », in *MEI*, n°24-25, pp.191-200.
- Berthomière W., Chivallon, C. (2006), *Les diasporas dans le monde contemporain*, Ed. Karthala, Paris.
- Boure, R., Coulomb-Gully, M. (2001), « Télé-Toulouse dans la recomposition des territoires (1988-2000) », in *Recherches en Communication*, n°14, Université de Louvain, département d'information et de communication, pp.129-155.
- Cuche, D. (1996), *La notion de la culture dans les sciences sociales*, La Découverte, Paris.
- Dayan, D. (2000), « Télévision, le presque-public », in *Réseaux* n°100, pp. 427-456.
- El Houssi, M. (2005), « Le français en Tunisie aujourd'hui et demain », in *Actes du colloque de Bari*, 4-5 mai 2005, Presses de l'université de Paris-Sorbonne, Paris.
- Flichy, P. (1995), *L'innovation technique*, La Découverte, Paris.
- Grandguillaume, G. (2004), « Les langues au Maghreb : des corps en peine de voix », *Esprit*, n°10, pp.92-102.
- Kammoun, R. (2006), « Diversité linguistique en Tunisie : le français a-t-il perdu de sa suprématie ? », Congrès International, Göteborg-Suède, 15-17 juin 2006.
- Latour, B. (2000), « La fin des moyens », *Réseaux* n° 100, pp. 39-58.
- Mattelart A. (1999), *La communication-monde : histoire des idées et des stratégies*, La Découverte, Paris.
- Porcher, L. (2000), *Les échanges éducatifs*, L'Harmattan, Paris.
- Souchier, E., et al. (2005), Souchier et al. (2003) *Lire, écrire, récrire – Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Bibliothèque publique d'information, Paris.
- Viallon, Ph. (1997), « Fonction politique et politique fiction à la télévision : la représentation de l'espace régional à travers les bulletins météo », in *Télévision et espace régional*, Actes du colloque d'Aix –en-Provence, 25-26-27 septembre 1997, pp.105-113.
- Vigour, C. (2005), *La comparaison dans les sciences sociales*, La Découverte, Paris.
- W. N. (Mars 2008), « La Radio TounesBledi souffle sa troisième bougie », [en ligne], [Réf. du 25 mars 2008]. Disponible sur : <http://www.webmanagercenter.com/management/article.php?id=40598>