

L'USAGE DE LA TELEVISION MAROCAINE AMAZIGHE ET SA CONTRIBUTION A LA CONSTRUCTION IDENTITAIRE DANS LA REGION D'AGADIR AU MAROC

Tilila MOUNTASSER

Docteur en Sciences de l'information et de la communication

Université Ibn Zohr

tilila112@gmail.com

Fathallah DAGHMI

Maître de Conférences

Université de Poitiers

fdaghmi@univ-poitiers.fr

Farid TOUMI

Professeur Habilité

Université Ibn Zohr

ftoumi2000@gmail.com

Résumé

Cet article s'intéresse au rôle de la chaîne télévisée *Tamazight TV* dans le processus de construction de l'identité culturelle amazighe dans la région d'Agadir au Maroc en se basant sur les études des usages inspirées du courant des *Cultural Studies*. Notre approche empirique s'articule autour d'une enquête menée sur un échantillon de plus de 1000 personnes complétée par des entretiens avec les producteurs et acteurs médiatiques.

Mots-clés

Télévision, culture, identité, amazigh, Maroc

Abstract

This article focuses on the role of the *Tamazight* channel in the process of building the Amazigh cultural identity in the region of Agadir in Morocco, based on the reception studies inspired by the current "Cultural Studies" and through a survey conducted on a sample of more than 1000 individual supplemented by interviews with producers.

Key Words

Television, culture, identity, Amazigh, Morocco

INTRODUCTION

Au Maghreb comme dans d'autres régions du monde, les politiques ont favorisé, pendant la deuxième moitié du siècle dernier, la diffusion, via les médias de masse, de l'idée d'un nationalisme servant la construction des identités nationales. Les identités des minorités ethniques, linguistiques, religieuses ou régionales se sont alors retrouvées reléguées au second plan. Ce fut le cas du Maroc qui privilégia la culture arabo-musulmane au détriment d'autres identités culturelles et religieuses existantes, y compris la culture amazighe¹. Depuis la « libéralisation » des médias audiovisuels au Maroc en 2005², de nouvelles formes de médiation audiovisuelle se sont développées. Dans ce sens, une chaîne télévisée nationale publique *Tamazight*, est créée en 2010 dans le but officiel de promouvoir, préserver et valoriser la langue et la culture amazighe.

L'identité est un processus constructif et évolutif basé sur des choix et des perceptions. Selon Ollivier, l'identité est « *un système de représentations et de références que choisissent des acteurs ou des groupes d'acteurs. Elle est le résultat d'une construction.* » (Ollivier, 2010 : 35). L'identité culturelle est l'une des composantes de l'identité sociale, cette dernière est le résultat des diverses interactions de l'individu ou d'un groupe avec son environnement social, proche et lointain, de telle manière à ce que cet individu ou ce groupe puisse se repérer et être repéré dans le système social. Cette définition sociale permet de se situer par rapport aux autres individus ou groupes d'individus en terme d'exclusion et d'inclusion. L'identité culturelle est ainsi une identification basée sur la différence culturelle.

Les médias, en tant que moyens de communication et de diffusion des cultures, des symboles et des identités, constituent indéniablement des lieux de reconnaissance jouant un rôle dans la définition de soi (Malonga, 2008 : 163). Toute minorité cherche à être visible médiatiquement afin de légitimer son appartenance à la nation et d'améliorer son image, « afin de promouvoir la reconnaissance de la diversité et de l'identité de cette minorité » (Tilli, 2013 : 396). Le processus identitaire, qui consiste en l'appropriation du sujet de la réalité qui lui est présentée en la construisant pour l'intégrer dans son système de valeurs (Jodelet, 1989 : 37), se concrétise dans ce cas par un processus de non-représentation et d'absence des minorités du paysage médiatique (Tilli : 387). « Ce déni d'existence construit par la télévision ne fait que renforcer un sentiment d'exclusion et de rejet déjà

1 Appelée également « berbère », les désignations peuvent refléter des connotations politiques ou militantes. Notre utilisation du terme « amazigh » se base sur l'appellation officielle de cette culture au Maroc et ne revêt aucun positionnement idéologique.

2 Dans un premier temps, un décret-loi, datant de septembre 2002, abroge le monopole d'État sur la radiodiffusion (Bulletin Officiel, en arabe, du 12 septembre 2003). La création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), organisme indépendant en août 2002 dont l'objectif pour but affiché est la régulation du paysage audiovisuel marocain autant public que privé confirme cette nouvelle tendance. Le dahir, loi n°77-03 relative à la communication audiovisuelle, (7 janvier 2005) poursuit dans cette optique de libéralisation du champ des médias audiovisuels. La HACA change de statut en 2012 et devient un organisme constitutionnel guidé par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle pour garantir le respect de la pluralité. Les modalités et les formes de cette « libéralisation » posent moult questions relatives à la sincérité de la politique d'ouverture du champ audiovisuel portée par l'initiative marocaine. Pour mieux cerner l'aspect juridique du champ médiatique marocain voire les deux contributions de **Ahmed** Hidass, « La régulation des médias audiovisuels au Maroc », *L'Année du Maghreb*, II | 2005-2006. URL : <http://anneemaghreb.revues.org/163> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.163 ; « Quand « l'exception » confirme la règle. L'encadrement juridique de la liberté de la presse écrite au Maroc », *L'Année du Maghreb*, 15 | 2016.

douloureusement vécu dans la réalité. » (Malonga, 2007 : 66). Les représentations (positives) véhiculées par les médias permettront une cohésion et une valorisation identitaire « Lorsque le groupe adhère aux mêmes représentations, il renforce son lien social et affirme une identité sociale avec l'objectif de garder une image gratifiante. » (Tilli : 396)

Si les médias ne sont que des facteurs d'influence parmi d'autres sur les perceptions et les représentations de la réalité sociale de la part des individus (Malonga, 2007 : 61), ils ont un rôle important dans la modification des perceptions d'autant qu'ils ont pénétré massivement l'environnement culturel et l'histoire de vie des individus.

« Les médias modifient considérablement les positionnements identitaires non seulement pendant l'interaction médiatique mais également après (être vu à la télévision, c'est sortir de l'anonymat). Ce passage médiatique de la reconnaissance induit que le sentiment d'existence se définit aussi par notre présence sur la scène médiatique » (Klein et Marion, 1996 : 57-58)

Par le choix du sujet des pratiques culturelles médiatiques minorisées, fortement inspirée par les problématiques des *Cultural Studies*, notre recherche s'intéresse à l'articulation entre les stratégies de la production et les attentes de la réception de la télévision, en termes de rapports socioculturels et de logiques d'actions. Le courant des *Cultural Studies* est pertinemment décrit par Éric Macé comme « la tentative la plus achevée d'articulation de la question des rapports sociaux et culturels de domination et de pouvoir avec celle de la réception des messages médiatiques » (Macé, 2000 : 250). Si nous analysons les *logiques des usages*, notre perspective se différencie de celle de l'approche des « usages et gratifications » en pensant la réception non comme une communication de messages qui circulent et produisent des effets et des réactions mais, comme l'indique Martín-Barbero :

« (...) dans une perspective prenant la culture pour champ : les conflits que la culture articule, les métissages qui la tissent, les anachronismes qui la sous-tendent et, enfin, la manière dont l'hégémonie travaille, avec les résistances qu'elle suscite et, par conséquent, la mise en évidence des modalités d'appropriation et de riposte des classes subalternes. » (Martín-Barbero, 2002 : 185)

Nous interrogeons à travers cet article le rôle de la chaîne télévisée *Tamazight TV* dans les processus de construction de l'identité culturelle amazighe dans la région d'Agadir. Nous partons du postulat que la chaîne amazighe s'impose désormais en tant que lieu d'affirmation, de reconstruction et de revendication identitaire. À travers une enquête³ menée auprès de la population locale, complétée par des entretiens avec les producteurs⁴, nous analyserons le rôle de cette chaîne télévisée dans la construction (ou reconstruction) de l'identité culturelle de ce pan de la population. Nous présenterons en premier lieu un bref aperçu du contexte médiatique au Maroc en prise avec les revendications amazighes, avant d'exposer et

3 Enquête par questionnaire menée entre janvier et avril 2016 sur 1142 individus de 15 ans et plus dans la région d'Agadir et son arrière-pays immédiat. La distribution s'est faite par lieu d'habitation. Le traitement s'est fait à l'aide du logiciel Sphinx.

4 Entretiens semi-directifs menés avec les responsables des chaînes nationales amazighes (radio et télévision).

d'analyser les résultats de notre enquête menée dans la région d'Agadir⁵, une région fortement peuplée d'amazighophones.

Agadir fait partie de la région Souss-Massa, au centre-sud du Maroc. Le domaine d'étude chevauche une partie de la plaine avale du Souss et une partie du Haut-Atlas atlantique. Sur le plan administratif, ce territoire englobe les communes urbaines et rurales faisant partie des deux préfectures Agadir Idaoutanane et Inzegane Aït-Melloul. La région se compte parmi les principales régions du Maroc où la culture amazighe est très présente. Selon les données du recensement de la population de 2014, les langues utilisées dans cette région sont l'arabe marocain (82,5%), l'amazigh (environ 62,6%) notamment la variante *tachelhit* à 61,3%, peu de *tamazight* à 1,1% et de *tarifit* à 0,25% (les deux autres familles des Amazigh du Maroc), et le *hassani* (parler des régions sahariennes) à 0,65%.

Selon les données du dernier recensement de la population (2014), l'équipement en télévision dans la région d'Agadir et son arrière-pays immédiat s'élève à 95,1%, les postes de radio sont estimés à hauteur de 62,55%, et les récepteurs satellitaires à 89,3%. L'équipement en connexion ADSL (internet) est moindre (27,2%) et ne concerne essentiellement que les zones urbaines. Actuellement, la région ne compte aucun cinéma, le dernier étant fermé récemment et le nouveau projet d'ouverture d'un cinéma tarde à prendre place. Nous remarquons ainsi une forte intégration des médias classiques audiovisuels dans la région, principalement de la télévision.

DE L'HISTOIRE DE LA CULTURE AMAZIGHE AU MAROC

La société marocaine est une société composite née à partir de la rencontre, à travers les âges, de multiples influences culturelles. Le pays a connu plusieurs colonisations et conquêtes, ce qui explique son multiculturalisme et son plurilinguisme. Actuellement, la population marocaine est majoritairement composée d'Arabes et d'Amazighs⁶. Plusieurs cultures cohabitent dans ce même pays, le multiculturalisme au Maroc est articulé par certains ingrédients plus ou moins influents : l'amazigh, l'arabe, le français, l'espagnol tout comme les influences religieuses sont marquées par l'islam et le judaïsme. Cette ambivalence est exprimée dans cette citation de Zekri :

« Être Marocain, aujourd'hui, c'est appartenir de manière ambivalente à des communautés imaginées qui fonctionnent par prélèvement : tantôt on aime être du côté du pouvoir, tantôt du côté du contre-pouvoir, tantôt encore du côté de l'arabo-islamité, tantôt du côté de l'occidentalité, sans oublier le désir d'une alternative longtemps en situation subalterne : l'amazighité. Quant à la judéité et à l'africanité, elles relèvent de notre impensé culturel. Le Marocain est parfois une combinaison de toutes ces composantes. Oserais-je dire qu'il est un être hybride ? » (Zekri, 2009 : 192)

La population du Maroc, depuis l'Antiquité, a toujours été marquée par la structure tribale. Les puissances méditerranéennes (phénicienne, carthaginoise, romaine) se succédèrent l'une après l'autre sur ces terres mais sans changer drastiquement l'organisation sociale et les

5 Le nom « Agadir » signifie « grenier collectif fortifié » en langue amazigh.

6 Le terme « berbère », qui prend ses racines de « barbare », est rejeté par certains militants du mouvement amazigh, lui préférant le terme « amazigh » qui signifie « homme libre ». Nous avons fait le choix d'utiliser le terme « amazigh » suivant la dénomination officielle de cette langue au Maroc.

habitudes des populations locales (Kably, 2011 : 132). Les Arabes, originaires du Moyen-Orient, se sont imposé vers la fin du VII^e siècle en s'employant à unifier et à islamiser l'Afrique du Nord (Pouessel, 2010 : 13). Lors du VIII^e siècle, la plupart des habitants, qui étaient de confession juive, chrétienne, ou païenne, deviennent musulmans. Cette époque fut le début de l'ère des « grands empires berbères » (les Almoravides, les Almohades, les Mérinides et les Wattasides) qui dura environ cinq siècles et fut ponctuée par l'échec des tentatives d'unification politique (Kably : 163).

La différenciation entre Arabes et Amazighs ne s'est cristallisée que lors du Protectorat français (1912-1956). Cette période est marquée par un grand changement culturel et linguistique au Maroc comme ailleurs en Afrique du Nord. La colonisation a introduit le français, l'espagnol et la culture française ou occidentale au sens large du mot.

Étant donné le métissage constant qu'a connu le Maroc depuis des siècles, tracer une frontière claire entre les groupes culturels s'est avéré une tâche difficile, pour ne pas dire impossible. Selon Pouessel (2010 : 19), les Amazighs représenteraient 50% de la population marocaine. Si le recensement de la population et de l'habitat de 2014 estime le nombre des amazighophones au Maroc à 27% (RGPH 2014), la Commission Africaine des Droits de l'Homme avance un pourcentage de 60% (Pouessel : 19-20). La langue amazighe se subdivise au Maroc en trois variantes majeures : Le *Tarifit*, parlé au nord du pays dans la chaîne montagneuse du Rif ; le *Tamazight*, parlé au centre principalement dans le massif montagneux du Moyen Atlas ; et le *Tachelhit*, parlé au sud dans la plaine du Souss et les chaînes de l'Anti-Atlas et du Haut Atlas.

Après l'indépendance du Maroc en 1956, l'État adopte un idéal d'une culture commune et homogène représentant le nationalisme marocain, à savoir la culture arabo-musulmane. Toute différence tribale, linguistique et culturelle était généralement et officiellement bannie, perçue comme menace à l'unité du pays⁷. Les rebellions qui éclatèrent refusant de se soumettre furent rapidement contenues. A partir des années soixante, la cause amazighe au Maroc a émergé à travers des mouvements associatifs. Cependant, l'existence de la culture amazighe n'a été reconnue qu'en 1994, après que le roi Hassan II ait prononcé un discours où il préconise l'intégration de l'amazigh dans l'enseignement et dans les médias (Feliu, 2004 : 278). Toutefois, aucune mesure n'a été prise si ce n'est que la première chaîne télévisée publique commença à émettre des journaux d'informations de quelques minutes dans les trois variantes à côté du journal en espagnol (Aït Mous, 2011 : 124). Le roi Mohammed VI adopte en 2001 un mode de gestion identitaire quasiment identique à celui de l'Algérie de 1995 (Aït Kaki, 2003 : 111). Quelques années après son accession au trône, il institutionnalise la question amazighe, en appliquant les promesses faites par son prédécesseur notamment la création d'un institut spécialisé dans l'étude amazighe, l'Institut Royal de la Culture Amazighe (IRCAM) en 2002, et l'intégration de celle-ci dans l'enseignement (2003). Néanmoins, l'officialisation de la langue amazighe ne se fit que dix ans plus tard, concrétisée par l'adoption par référendum de la nouvelle constitution promulguée le 1er juillet 2011. Suite aux manifestations du mouvement de « 20 février », qui rentrent dans le cadre des soulèvements arabes, le roi Mohamed VI prononça un discours le 9 mars 2011, où le statut de la langue amazighe est déclaré comme officiel, même s'il reste en position seconde par rapport à la première langue officielle, l'arabe (Aït Mous : 128). L'intégration de la langue et de la culture amazighes dans les médias marocains figure parmi les principales actions de leur

⁷ Il faut néanmoins signaler que, jusqu'à la fin des années 1990, la RTM radio diffusait ses programmes en arabe (ou en français mais aussi en espagnol pour les informations) mais aussi « un mini-programme de neuf heures en berbère à raison de trois heures pour chacun de ses trois parlers (*Tachelhit*, *Tamazight* et *Tarifit*). Depuis une dizaine d'années, il a été porté à 12 heures » (Hidass, 1999).

réhabilitation. En 2010, une chaîne télévisée nationale publique dédiée exclusivement à la culture amazighe, Tamazight TV, est créée à côté d'autres chaînes spécialisées (en culture, sport et religion) et d'une chaîne régionale. La télévision marocaine compte actuellement dix chaînes : la deuxième chaîne, 2M, anciennement privée mais rachetée par l'Etat, la chaîne privée Medi1 TV, et huit chaînes publiques de la Société Nationale de la Radio et de la Télévision (SNRT) parmi lesquels la première chaîne généraliste nationale Al Aoula.

LE SECTEUR AUDIOVISUEL MAROCAIN : UNE OUVERTURE LIMITEE

La radio fait son entrée au Maroc dans les années vingt et la télévision lors des années cinquante du siècle dernier. Depuis, le secteur de l'audiovisuel au Maroc se développe progressivement à commencer par la mise en place de la *Radio Méditerranée Internationale* en 1980 et le lancement, en 1989, d'une chaîne de télévision privée, 2M, qui intègre, en 1996, le secteur public. Mais le processus de modernisation du secteur ne commence réellement qu'à partir de l'année 2000. De grands changements ont alors affecté le paysage audiovisuel : la libéralisation du secteur, la création d'une autorité de régulation la *HACA* (Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle), et la promulgation de la Loi relative à la communication audiovisuelle du 7 janvier 2005. Egalement, le pôle public diversifie son offre en créant, à partir de 2003, de nouvelles chaînes thématiques et régionales.

Le 10 septembre 2002 un décret-loi abrogeant le monopole d'État sur la radiodiffusion est édicté par le gouvernement, tandis qu'une initiative royale décrète le 31 août 2003 un *dahir* portant création de la *HACA*. Le décret-loi met fin au monopole d'État sans pour autant ouvrir totalement le secteur audiovisuel à l'initiative privée. Il ne fait pas mention non plus de la liberté de communication audiovisuelle en tant que partie intégrante de la liberté d'expression (Hidass, 2005-2006 : 544).

Les chaînes télévisées nationales pratiquent la « *langue de bois* » et un « *black-out* » total concernant certains sujets tels que le fort taux d'analphabétisme du pays, la quasi-inexistence de la langue amazighe malgré son statut de langue maternelle, ainsi que le traitement de certains événements nuisant à l'image du pouvoir central (Hidass, 1999). Si les premières chaînes de la société de radiotélévision sont entièrement détenues par l'Etat, la deuxième chaîne télévisée et la radio *Médi 1* ont un statut plutôt « *hybride* » (Mouhtadi, 2008 : 19) : les pouvoirs publics sont détenteurs d'une partie (majoritaire dans le cas de 2M et minoritaire pour la radio) de leur capital aux côtés d'actionnaires privés.

La première chaîne de télévision est celle qui a une dimension protocolaire prééminente, à tel point que « *son alignement inconditionnel sur le discours officiel a fortement nui à son image, provoquant une dissociation par rapport au vécu de la société* » (Mouhtadi : 152) ; ce qui n'est pas tout à fait le cas de la deuxième chaîne, car même si celle-ci reprend le discours officiel et souligne les points forts du pays et ses potentialités, elle s'est tout de même « *accroché à cette volonté de reconnaître les faiblesses (y compris lorsqu'elle est passée sous le giron de l'Etat)* » (Mouhtadi : 179).

L'analphabétisme, le sous-développement, la faiblesse du secteur de loisir, etc., font de l'audiovisuel, surtout la télévision, les médias les plus populaires. La radio et la télévision sont les seuls médias populaires au Maroc, au vu de la faible diffusion de la presse écrite, du taux d'analphabétisme élevé de la population et de la limitation de la vie culturelle. On compte près d'un poste de radio pour deux habitants (52,6%). La télévision, grâce aux chaînes

satellites, est un moyen de divertissement prépondérant pour le Marocain ; 92,5% de ménages sont équipés de postes de télévision et 84% de récepteurs satellites (RGPH 2014).

L'introduction des chaînes satellites qui proposent des programmes bien plus variés, notamment les chaînes arabophones dont la langue et la culture sont mieux comprises et assimilées que celles francophones, constitue une concurrence ardue aux chaînes nationales. L'Etat a vainement tenté de limiter la propagation de la parabole lors de ses débuts par des moyens techniques et juridiques (Mouhtadi : 152-155).

Selon plusieurs études (Daghmi, Toumi, Pulvar, 2010 ; Jaïdi, 2010 ; El Berrhouti, 2012), les Marocains regardent les chaînes nationales généralement pour les principaux journaux d'informations. Seules quelques séries mexicaines, turques ou égyptiennes bénéficient d'un certain intérêt. De nouvelles émissions de divertissement ou à thèmes sociaux ont attiré pendant ces derniers temps une audience soutenue (Toumi, Amsidder, Mountasser, 2014).

LA TELEVISION AMAZIGHE, UNE AFFAIRE DE FAMILLE

L'analyse des pratiques télévisuelles a révélé que la chaîne *Tamazight* commence à se faire une place, alors que lors des enquêtes précédentes (Daghmi, Pulvar et Toumi, 2012), elle se trouvait loin derrière dans le classement des chaînes préférées des téléspectateurs marocains. Elle est ainsi classée en cinquième position après *2M*, *National Geographic*, *Medi1 TV* et *Al Aoula*. Cela est dû notamment au prolongement des heures de diffusion et à l'intégration de la chaîne dans la diffusion satellite alors qu'elle n'était captée au départ qu'à travers le récepteur terrestre, ce qui l'a rendue plus accessible notamment auprès des diasporas amazighes dans le monde.

La deuxième chaîne nationale marocaine, *2M*, garde une place de prédilection chez les téléspectateurs marocains se retrouvant en tête des chaînes les plus regardées dans la région d'Agadir, suivie de près par *National Geographic* et *Medi1 TV*. La chaîne spécialisée dans les films documentaires, *National Geographic*, semble répondre au désir d'information et de divertissement des publics. Les chaînes *2M* et *Medi1 TV* sont considérées comme les chaînes marocaines les plus avancées et attirent les téléspectateurs marocains par des émissions particulières (divertissements, débats politiques et des émissions à caractère social ou de télé-réalité qui exposent les problèmes privés du citoyen lambda) tels que *Rachid Show*, *Moubachara maakom*, *Lhbiba Mi* et *El Khit el Byed* pour *2M* et *Bidoune haraj* et *Qissat Nass* pour *Medi1 TV*.

Le croisement de ces résultats avec la variable de l'âge révèle que ce sont les plus âgés (à partir de 55 ans) qui préfèrent les chaînes marocaines. *2M* et *Medi1 TV* sont les seules chaînes dont la préférence ne varie pas autant selon l'âge des répondants ; l'écart entre les pourcentages des préférences par rapport à l'âge n'est pas aussi important pour ces deux chaînes que pour les autres chaînes marocaines, notamment *Tamazight TV* qui est choisie par plus ou moins 15% des jeunes âgés de 34 ans et moins, et par plus de 50% chez les seniors âgés de 65 ans et plus. Les chaînes documentaires (*National Geographic* et *JSC Documentary*) et les chaînes de sport sont choisies le plus fréquemment par les jeunes adultes entre 25 et 34 ans, alors que les chaînes d'information continue sont préférées surtout par les personnes entre la quarantaine et la cinquantaine. Les plus jeunes (de 15 à 24 ans) répondent davantage aux offres des chaînes divertissantes/cinéma telles que *MBC 2*, *MBC 4*, *MBC Bollywood*, *Zee Aflam*, *Zee Alwan*, *MTV* et *Rotana*.

La comparaison par genre nous révèle que les chaînes sportives, les chaînes d'information, les chaînes documentaires et les chaînes des films hollywoodiens sont plus souvent choisies par les hommes, alors que les chaînes marocaines (sauf *Al Aoula*), les chaînes de films et de divertissements, surtout arabes et indous, ainsi que les chaînes culinaires et religieuses sont davantage choisies par les femmes.

Le croisement des chaînes préférées avec le milieu d'habitation (urbain ou rural) démontre que les chaînes marocaines *Al Aoula* (généraliste), *Tamazight*, *Arriadia* (sport), *Assadissa* (religieuse) et *Arrabiâa* (culture) sont plus appréciées dans le monde rural, alors que *2M* (généraliste) est autant appréciée en milieu urbain qu'en rural et que *Medi1 TV* (généraliste) est plus appréciée en urbain. En somme, nous déduisons que les chaînes marocaines en général et les chaînes du Moyen-Orient présentant les divertissements turques et indous sont plus appréciées dans les zones rurales que dans les zones urbaines en raison de la proximité culturelle et de la facilité de compréhension.

En comparant encore une fois les mêmes résultats avec le niveau d'étude, nous relevons une corrélation entre le choix des chaînes de télévision marocaine et le niveau d'instruction ou de qualification. En effet, *Tamazight TV* est plus appréciée chez les personnes n'ayant aucun diplôme, notamment en raison de leur unilinguisme ou parce qu'ils maîtrisent mieux l'amazigh qu'une autre langue. *Medi1 TV* fait encore une fois figure d'exception. Cette chaîne, assez moderne, attirent plus les personnes poursuivant ou ayant poursuivi des études en enseignement supérieur. Le choix des chaînes d'information continue, des chaînes documentaires et des chaînes françaises croît avec le niveau d'étude, sauf pour les chaînes d'information continue *Al Jazeera* et *Al Arabia* qui semblent intéresser tous les niveaux.

Les chaînes marocaines sont également les chaînes télévisées les plus regardées en famille, notamment à cause de la proximité qui fait leur particularité et du fait qu'elles soient considérées comme des chaînes décentes, offrant la possibilité d'être regardées par tous les membres de la famille sans provoquer d'embarras. *Tamazight TV* se place deuxième chaîne la plus regardée en famille, juste derrière *2M*. La proximité culturelle et linguistique de la chaîne *Tamazight* ainsi que son caractère « respectable » joue en sa faveur en qualité de chaîne familiale dans les foyers amazighophones ou ceux dont l'un des parents est amazighophone.

Le pourcentage des personnes ne regardant pas la télévision en famille est faible (2,5%). La traditionnelle réunion familiale autour des repas et de la télévision reste importante dans la région d'Agadir, et ne faiblit pas malgré le taux d'équipement élevé dans la plupart des foyers qui comptent deux téléviseurs ou plus ainsi que les autres outils de communication moderne tels que les Smartphone, tablette, ordinateurs, etc. La différence entre les choix personnels en matière de télévision et le choix familial revient au fait que ce dernier choix correspond à celui de la personne influente qui détient ce pouvoir (les parents), en plus de la contrainte du contenu décent adapté au contexte familial. En dehors des réunions familiales, chacun s'isole autant qu'il le peut du reste de la famille pour satisfaire ses propres goûts en matière de télévision. De plus, la langue amazighe est surtout utilisée dans un contexte familial. Le choix de *Tamazight TV* comme chaîne familiale rejoint cette logique de transmission et de partage de la culture et de la langue amazighe entre les membres de la famille. Charmarkeh (2012), dans une étude des pratiques médiatiques des Somaliens au Canada, conclut que la construction identitaire des somaliens se fait à travers les réunions familiales autour des médias somaliens leur permettant de négocier leurs « propres valeurs, appartenances et traditions en lien avec d'autres membres de cette communauté et d'autres niveaux sociopolitiques » (Charmarkeh : 56).

L'AMAZIGH, UNE LANGUE A DIMENSION ORALE ET DIVERTISSANTE

La culture amazighe est identifiée, entre autres et surtout, par sa langue. Etre Amazigh se manifeste généralement par le fait d'être amazighophone. En effet, la langue est le signe le plus distinctif de l'appartenance à cette culture : « Il a ainsi essentiellement le statut de marqueur linguistique de l'appartenance à la communauté amazighe » (Boukous, 1995 : 31). D'où notre intérêt à s'interroger sur les langues de diffusion préférées par les téléspectateurs. Il en ressort que les usagers cherchent surtout une langue qu'ils comprennent indépendamment de son origine. Les personnes qui connaissent plusieurs langues n'ont généralement pas de préférence pour une langue particulière (22,8%), du moment que le contenu est intéressant à leurs yeux. Si la plupart (65%) choisissent l'arabe comme langue préférée, c'est parce qu'elle est aussi comprise par la majorité des amazighophones que des non-amazighophones. Ceux qui choisissent l'amazigh comme langue préférée (21,5%) le font soit parce que c'est une langue qu'ils comprennent tout simplement, ou par un souci d'affirmation identitaire, ou encore parce que c'est la seule langue qu'ils comprennent. Ce dernier cas concerne surtout les personnes âgées et analphabètes dans le milieu rural.

La langue amazighe est plus choisie comme langue de divertissement que d'information. Le cantonnement de cette langue pendant des années à l'usage domestique en a fait qu'elle semble difficilement joignable au sérieux et au professionnel. Les journaux d'information des chaînes marocaines sont surtout diffusés en arabe classique – l'arabe marocain étant également perçu comme une langue domestique dont l'usage ne peut être professionnel – et peu en français. Les langues maternelles en général sont essentiellement orales et empreintes d'une intimité et d'une familiarité. Dans le cas du Maroc, les langues maternelles restent cantonnées à ce rôle, car malgré l'institutionnalisation de l'amazigh, ce dernier ne s'est pas encore détaché des représentations en tant que langue informelle, de l'intime. Ainsi nos répondants le préfèrent plutôt comme langue de divertissement.

La langue amazighe peut être écrite et possède un alphabet spécial, le *tifinagh*. Cependant c'est le caractère oral qui est le plus prégnant, l'écriture étant maîtrisée par très peu de personnes en raison de l'analphabétisme et du manque de l'enseignement à l'école de la langue amazighe écrite. Par ailleurs, la culture amazighe est associée par les personnes interrogées à la langue, l'origine, les traditions... Alors que le *tifinagh* ne récolte que 0,3% d'occurrences.

Les médias audiovisuels sont les supports les plus adaptés pour la diffusion d'une langue dont l'oralité est prégnante. Cependant, si l'audiovisuel peut encourager l'intégration de cette langue et sa diffusion médiatique, il la limite au seul cadre de l'oralité de manière à ce que l'intimité et de la familiarité lui soient toujours accolées. Dans ce sens, le directeur des chaînes nationales amazighes nous a fait part du manque d'émissions en amazigh que nous qualifions de « sérieuses » en raison du manque de moyens et de la prégnance de l'aspect folklorique de cette culture. Toutefois, le divertissement est un genre important pour faire saisir l'intérêt des publics. D'après nos répondants, la télévision est d'abord regardée pour se divertir ensuite s'informer. Le divertissement s'avère donc être un créneau porteur et représente toujours, au-delà de la visée idéologique, une arme redoutable de diffusion des signes, symboles et univers des appartenances collectifs.

QUALITE ET DIVERTISSEMENT *VERSUS* INTERET ET IDENTITE

Après avoir interrogé les usages et les pratiques généraux de la télévision, nous nous sommes intéressés spécifiquement à notre objet d'étude, détaillant les préférences des téléspectateurs de la chaîne amazighe. Plus des deux tiers des amazighophones regardent souvent (34,4%) ou de temps en temps (35,1%) la chaîne *Tamazight TV*. Le dernier tiers est partagé entre ceux qui ne la regardent qu'occasionnellement (14,5%) et ceux qui ne la regardent jamais (15,4%). Certains arabophones regardent cette chaîne (souvent 6,7% ; parfois 16,4% ; rarement 19,8%), même si plus de la moitié de ceux-ci ne la regardent jamais (56,6%). Les jeunes sont les personnes qui regardent le moins souvent la chaîne, alors que les plus âgés sont ceux qui la regardent le plus souvent. D'une part, La chaîne *Tamazight* est plus regardée en milieu rural qu'en milieu urbain, les arabophones étant plus présents dans les zones urbaines que dans les zones rurales, d'autre part, le monde rural compte plus de personnes analphabètes et unilingues.

La première raison qui pousse les téléspectateurs à regarder la chaîne *Tamazight TV* est la recherche du divertissement (15%). Le téléspectateur marocain privilégie en effet la qualité du contenu sur toute revendication d'ordre identitaire, linguistique ou culturelle (Daghmi et *al.*, 2012). Cependant, cela ne diminue pas l'importance de la quête de la proximité culturelle et linguistique dans le choix de la chaîne à regarder. En effet, la deuxième raison est liée aux origines amazighes des téléspectateurs qui l'expriment de manière récurrente ainsi « Je suis Amazigh ». Cet argument est suffisant selon eux pour expliquer les raisons de l'intérêt pour la chaîne. La troisième raison est l'écoute de la langue maternelle sur la télévision, suivi par la recherche de la culture d'origine, la considération du téléspectateur que cette chaîne le représente, et la possibilité qu'offre cette chaîne d'apprendre encore plus sur la culture amazighe. De ce fait, une proportion non négligeable (près de 40%) des téléspectateurs de *Tamazight TV* s'identifient ainsi à « leur » télévision : c'est la télévision qui représente leur culture, leur appartenance, leur langue et leur origine. Quant au contenu, les films viennent en premier lieu avec près de 22% des citations. Mais il s'agit surtout des films anciens et les films d'origine amazighe, la traduction en amazigh qui se fait des films marocains arabes déçoit une grande partie des téléspectateurs qui regrettent le manque de nouveautés et la reprise des programmes des autres chaînes marocaines pour les traduire en amazigh. Les autres programmes très appréciés sont les soirées musicales et les films documentaires qui montrent le patrimoine marocain amazigh.

Certains amazighophones ont adopté des positions de rejet de cette chaîne censée les représenter. La première raison est le manque d'attraction au contenu et le manque d'intérêt. L'attractivité au contenu reste toujours le premier facteur du choix d'une chaîne. Le manque de qualité de la chaîne est également déploré. Cependant, il convient de souligner que les personnes qui ne regardent pas la chaîne *Tamazight* sont surtout celles qui déclarent ne pas comprendre la langue, même si certains non-amazighophones regardent la chaîne puisqu'elle comprend des sous-titres en arabe dans ses productions et certaines émissions en arabe ou en français. La plupart des personnes qui ne sont pas Amazighs ne s'intéressent pas à la chaîne parce que ce n'est pas leur culture, ils n'ont donc pas idée du contenu de cette chaîne qui ne les concerne pas selon eux parce qu'elle ne leur est pas adressée.

Les téléspectateurs de cette chaîne expriment une frustration due à l'incompréhension des autres variantes amazighes et espèrent que la variante *Tachelhit* (variante de l'amazigh parlée dans la région du Souss) ait plus de place dans la diffusion des programmes aux côtés de *Tarifit* et de *Tamazight* (variantes du Rif et de l'Atlas). Certains vont jusqu'à demander que

chacune des variantes ait sa propre chaîne. En effet, la chaîne cible la totalité des amazighophones du pays au-delà des différentes variétés linguistiques changeant d'une région à l'autre.

Une autre sollicitation importante des personnes interrogées est l'augmentation de la durée de diffusion ainsi que l'amélioration de la qualité de la chaîne et la modernisation des techniques et des équipements. Plus de cinq ans après sa création, la chaîne n'est toujours pas arrivée à augmenter son volume horaire de manière satisfaisante⁸, à améliorer sa qualité et à diffuser un contenu en majorité de production amazighe.

Une grande partie des téléspectateurs trouve toutefois que la chaîne amazighe représente la culture amazighe totalement (30%) ou partiellement (14,5%), et ce à travers l'utilisation de la langue amazighe comme langue principale, ainsi que la diffusion et la promotion du patrimoine, de l'art, des traditions et des coutumes amazighes au Maroc. Les personnes qui pensent que cette chaîne est loin de représenter la culture sont de 20% (14% catégoriquement non et 6% plutôt non), et trouvent que cette chaîne résume l'amazighité au folklore, ou qu'elle ne devrait pas diffuser des programmes d'origine non amazigh et utiliser d'autres langues de diffusion, ou encore que c'est une chaîne publique qui reste sous le contrôle de l'Etat et ne dispose pas du budget et de la liberté suffisants pour bien représenter la culture. Les uns et les autres sont d'accord sur le fait que la chaîne a besoin de plus d'efforts et d'améliorations pour atteindre un niveau acceptable.

DISCUSSION

Les résultats de notre enquête ont ainsi mis en relief l'importance de l'appréciation du contenu dans le choix d'une chaîne télévisée. Les téléspectateurs de la région d'Agadir, bien qu'étant majoritairement amazighophones, se tournent vers des médias présentant un contenu qui les attirent et non vers des médias représentant la culture amazighe (Daghami et al., 2012). L'appréciation du contenu s'avère plus déterminante qu'une quelconque revendication d'ordre culturel ou identitaire. La même déduction a été faite dans une étude menée au Québec par Proulx et Bélanger sur les pratiques des immigrants :

« Il s'avère cependant que le lien entre la représentation des communautés culturelles dans une émission de télévision et le choix par les membres des communautés culturelles de regarder cette émission est faible. La représentation des communautés culturelles représente un facteur de choix négligeable comparé à l'intérêt du contenu et à la perception de la qualité de l'émission et ce, indépendamment de la durée de séjour des immigrants au Québec. » (Proulx et Bélanger, 2001 : 127)

Toutefois, nous pensons que la présence de la culture amazighe, notamment à travers la langue qui est le signe le plus distinctif de cette culture, suscite une attention supplémentaire. D'autant plus que l'appartenance à cette culture et le fait qu'un média les représente constitue des raisons pour le choix d'une chaîne, bien qu'elles soient en position seconde par rapport à l'utilité ou au plaisir tirés de cet usage. La défaillance de la qualité du contenu engendre chez certains téléspectateurs des positions de rejet, refusant de regarder la chaîne pour la seule appartenance culturelle. Chez ces personnes interrogées, l'absence de qualité confirme que

⁸ 10 heures de diffusion quotidienne en 2015. En comparaison, la télévision corse *Via Stella*, trois ans après sa création en 2007, est passée d'un volume horaire de 5 heures à 15 heures par jour (D'Orazio, 2011, p. 97).

l'existence de ce média s'appuie sur la seule base d'une stratégie politique de l'Etat pour faire taire les protestations, dépourvue d'une réelle intention de répondre aux attentes de la communauté amazighe.

Nous observons que les publics semblent avoir intégré l'idée d'une culture amazighe marocaine générale composée des trois variantes, notamment à travers le rassemblement des trois cultures dans une même chaîne télévisée. Si certaines personnes sont favorables à cette cohésion qui se construit autour d'une télévision visant à créer une communauté imaginée d'Amazighs du Maroc (Anderson, 1996), d'autres le sont moins et désirent que chacune des trois variantes ait sa propre télévision régionale, notamment en raison de la difficulté de compréhension des variantes des « autres ». Ils critiquent d'ailleurs la prégnance des émissions des autres variantes et n'arrivent pas à différencier la variante rifaine de celle de l'Atlas ou de l'amazigh standardisé. D'un côté, la cohésion sociale de la communauté amazighe et la standardisation de la langue est favorable à cette culture qui aura alors plus de poids et sera plus coordonnée, Or cette cohésion sociale semble devoir se faire au détriment des particularités régionales, notamment des variétés linguistiques. D'un autre côté, la vision d'une communauté amazighe marocaine est freinée par la diversité des variantes et des dialectes, ainsi que la réticence de chacun face à l'autre, ce sont les différences et les disparités qui sont le plus souvent soulignées.

CONCLUSION

L'identité amazighe de la population gadirie est loin d'être un moteur important dans leurs pratiques médiatiques. En effet, les usages et pratiques de la télévision de la part des amazighophones nous poussent à écarter l'hypothèse d'une revendication d'ordre identitaire à travers la consommation audiovisuelle de la chaîne *Tamazight TV* d'autant plus qu'il s'agit d'une émanation du pouvoir central qui a sa propre logique imprégnée de calcul et de ruse politiques. Les publics recherchent surtout une reconnaissance de cette identité, un pari gagné par l'Etat qui, en officialisant la langue amazighe et en l'intégrant dans les médias en tant que culture commune à tous les Marocains, a pu devancer les revendications des militants amazighs. S'il s'agit en conséquence d'une réponse au besoin des Amazighs d'être reconnus comme partie intégrante du pays il n'en reste pas moins que ce projet en lui-même est fondamentalement marqué par la politique d'affichage habituel et provoque moult frustrations.

Avec la multiplication et la diversification des canaux de diffusion, un média ne peut se contenter de diffuser ou de programmer sans chercher à créer un lien avec les téléspectateurs et à répondre à leurs attentes. Une télévision qui de surcroît est spécialisée dans la promotion d'une culture circonscrite dans un territoire, se retrouve dans une obligation de façonner avec une proximité qui exprime une identité collective. La télévision *Tamazight TV*, bien qu'elle soit une télévision étatique et nationale marquée par la mainmise du pouvoir central, est le support d'attentes affectives liées à une identité culturelle jusque-là quasi-absente du paysage médiatique. La chaîne *Tamazight TV* constitue une fenêtre sur l'ensemble culturel amazigh marocain et devient ainsi une source de découverte ou redécouverte de ce patrimoine. Dayan explique, dans le sillage des *Cultural Studies*, le processus de construction du sentiment d'appartenance à un public imaginé comme une sorte de négociation du sens : « Regarder un programme donné, c'est faire partie d'une entité collective. Toute activité de réception renvoie à une négociation identitaire portant sur la nature de cette entité, entité qui détermine

l'expérience participative des téléspectateurs » (Dayan, 1992 : 153). Les téléspectateurs estiment que c'est une télévision pour les Amazighs marocains, même si la direction de la chaîne conçoit cette dernière comme la chaîne de « tous les Marocains ». Or, nous avons constaté le désintérêt de la majorité des personnes se déclarant comme n'appartenant pas à cette culture aussi bien sur le plan culturel et identitaire que sur le plan purement commercial. Le public imaginé pour cette chaîne télévisé est donc un public d'origine amazighe. Un sentiment d'appartenance à la communauté amazighe marocaine est en train de se construire autour de cette télévision à travers l'appropriation symbolique de cette dernière. Une appropriation qui reste majoritaire malgré le rejet que manifestent certains qui, bien qu'appartenant à cette culture, ne s'identifient pas à cette chaîne étatique. La chaîne, et le pouvoir marocain, qui a pour ambition de représenter une identité marocaine en générale prenant en compte dorénavant de la différence culturelle, contribue au processus de construction de l'identité culturelle amazighe à travers, d'une part, la reconnaissance de l'existence de cette culture conférée par sa visibilité médiatique, et d'autre part, sa participation à la construction de repères sociohistoriques de cette culture. Passé la visibilité médiatique, il est question de la qualité de cette représentation.

BIBLIOGRAPHIE

- Abric, J. C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Paris : Presses universitaires de France.
- Aït Kaki, M. (2003). « Les Etats du Maghreb face aux revendications berbères ». *Politique étrangère*, 1 (68), 103-118
- Aït Mous, F. (2011). « Les enjeux de l'amazighité au Maroc ». *Confluences Méditerranée*, 3 (78), 121-131
- Boukous, A. (1995). *Société, langues et cultures au Maroc. Enjeux symboliques* (Série Essais et études n°8). Rabat : Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines
- Charmarkeh, H. (2012). « Médias ethniques et pratiques médiatiques des Somaliens au Canada ». *Les enjeux de l'information et de la communication*, 1, 44-59
- D'Orazio, L. (2011). « La construction d'une identité méditerranéenne à la télévision : stratégies et communication. L'exemple de France 3 Corse Via Stella. ». *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, 4 (1), 95-105
- Daghmi, F., Pulvar, O., et Toumi, F. (2012). « Médias et publics au Maroc ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1 (13), 86-98
- Dayan, D. (1992). « Les mystères de la réception ». *Le Débat*, 4 (71). Gallimard. 141-157
- Feliu, L. (2006). « Le Mouvement culturel amazigh (MCA) au Maroc ». *L'Année du Maghreb*, 1, 274-285
- Hidass, A. (1999) « La radio et la télévision au Maroc ». *Communication*. 19 (1). DOI : 10.4000/communication.6174. <http://communication.revues.org/6174>
- Klein, A. et Marion, P. (1996). « Reconnaissance médiatique et identité face à l'espace public ». *Recherches en communication*, n°6, Université Catholique de Louvain. Département Communication, 39-64.
- Jodelet, D. (1989). *Les représentations sociales*. Paris. Presses universitaires de France.
- Macé, E. (2000). « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés. 1. La configuration médiatique de la réalité ». *Réseaux*, 18 (104), 245-288

Malonga, M.F. (2007). « Les stratégies identitaires des minorités noires face à la télévision française ». Dans T. Mattelart (dir.) *Médias, migrations et cultures transnationales*. (p. 58-71). Paris : De Boeck Supérieur « Médias-Recherches ».

Malonga, M.F. (2008). « La télévision comme lieu de reconnaissance : le cas des minorités noires en France ». *Hermès. La Revue*, 2 (51), 161-166

Martin-Barbero, J. (2002). *Des médias aux médiations : communication, culture et hégémonie*. Paris : CNRS Edition. (Ouvrage original publié en 1987 sous le titre *De los medios a las mediaciones : comunicación, cultura y hegemonía*. Mexico : G. Gilli).

Pouessel, S. (2010). *Les identités amazighes au Maroc*. Paris : Non Lieu.

Proulx, S., et Bélanger, D. (2001). « La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec. Une opportunité stratégique ». *Réseaux*, 19 (107), 117-145

Tilli, N. (2013). « La représentation des peuples autochtones à la télévision argentine : entre visibilité et invisibilité ». *Questions de communication. Figures du sacré*, 23, 385-406

Toumi, F., Amsidder, A., et Mountasser, T. (2014). « Pratiques et usages des médias locaux par les marocains : le cas de la ville d'Agadir ». Dans A. Lachkar (dir.). *Langues, cultures et médias en Méditerranée*. (p. 163-171). Paris : L'Harmattan.