

Médiatisation et médiation de la culture populaire à travers la radio régionale de Tataouine (Sud-Est tunisien)

Nozha SMATI ⁽¹⁾

Selon une approche médiatique, nous proposons d'observer la place de la culture populaire dans des médias régionaux tunisiens. Ainsi, en nous focalisant, essentiellement, sur l'expérience de la radio régionale de Tataouine, nous allons mettre en lumière le processus de médiatisation de cette culture et relever les médiations qui la sous-tendent. Afin de cadrer notre réflexion, soulignons que notre approche de la culture en Tunisie à travers les médias nécessite tout d'abord une contextualisation pour situer en amont le phénomène culturel tunisien et comprendre en aval son processus de médiatisation. Comme nous l'enseignent P. Paillé et A. Mucchielli (Paillé, Mucchielli, 2003 :11) « *L'esprit de l'homme procède toujours par contextualisation pour trouver les significations des choses* ». Ainsi, nous estimons nécessaire de confronter le phénomène culturel étudié avec des éléments dits "contextuels" dans lesquels il prend place : en Tunisie, une culture occidentale articulée aux industries culturelles coexiste avec une culture tunisienne qui aurait plus tendance à se centrer sur une valorisation du populaire, du local, du patrimonial. Se manifestent ainsi une culture liée aux spécificités culturelles et identitaires, et une autre aux aspirations d'ouverture et d'échange. Par ailleurs, les interactions entre ces deux cultures sont souvent caractérisées par des va et vient, des rejets et des emprunts, des chevauchements entre occidental et tunisien, entre local et global, entre culture populaire et culture de masse. Tout en prenant en considération ce contexte, nous envisageons de répondre à certaines interrogations : comment une radio régionale contribue t-elle à la

⁽¹⁾ Ecole Supérieure d'Audiovisuel, Université Toulouse II, Laboratoire de recherche en audiovisuel (LARA).

valorisation de certains genres de culture populaire ? Quels types d'émissions et de contenus ce média propose-t-il ? Pour répondre à ces questions, nous nous basons sur des éléments issus de l'analyse d'un corpus d'émissions¹ consacrées essentiellement à la médiatisation de la poésie et des chants populaires sur *Radio Tataouine*.

1. Radio Tataouine : une radio régionale "territorialisée"

Radio Tataouine est une radio régionale publique et généraliste fondée le 7 novembre 1993, suite à la 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 '*arūs al-ṣaḥra* (La Mariée du Sahara), *Radio Tataouine* diffuse ses programmes en langue arabe pendant 18 heures par jour en modulation de fréquence (FM). *Radio Tataouine* est un média territorialisé dans la mesure où il s'intègre dans une logique de recomposition ou de production des nouveaux territoires. 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 espace 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)* » (Boure et Coulomb-Gully, 2001:132). Il s'agit d'une définition culturelle du territoire : un territoire d'identité, d'ancrage et d'appartenance. Ainsi *Radio Tataouine* manifeste un rapport spécifique au territoire et donc un rapport à la langue et à la culture assez significatif. Cette radio s'implique avec d'autres médias² dans

¹ Le corpus est choisi pendant la période du 25 mars au 25 avril 2004.

² En Tunisie les cinq radios régionales existantes : Monastir, Sfax, Tataouine, Kef et Gafsa ainsi que des titres régionaux au Sud (Exemple le journal *al-ḡazīra* (L'île) à Djerba) comme au Sahel tunisien (exemple *ḥaḡramawt* (Hadrumète) à Sousse) contribuent à la médiatisation de formes de culture populaire (gastronomie, fête de mariage, poésie, chant, etc...)

un processus de préservation de formes de culture populaire à travers l'encouragement de la production d'émissions qui lui sont destinées. Celles-ci contribuent à conserver des cultures et à limiter leur érosion grâce à la valorisation d'« *éléments solides des cultures-traditions* » (Warnier, 2003 : 76). Comment se dessine donc le processus de la médiatisation de cette culture et quel est l'impact de *Radio Tataouine* sur celle-ci ?

2. Processus de médiatisation de la culture populaire

L'analyse d'émissions culturelles diffusées sur cette station rend manifeste une programmation culturelle qui repose sur des émissions patrimoniales locales mais aussi sur d'autres à caractère moderne voire globale. Nous nous intéressons spécifiquement au premier genre d'émissions. Ainsi par des émissions telles que : *tubūlu-l-faraḥ* (Tambours de la joie), *mī'ādu-l-'aḡdād* (Le rendez-vous des ancêtres) ou encore *istirāḥatu-š-šū'arā'* (La détente des poètes), la station affiche une valorisation d'une culture populaire qui recouvre et englobe une culture régionale liée au terroir permettant une identification et un ancrage territorial fort.

Identifions tout d'abord les trois émissions citées ci-dessus. L'émission *Tambours de la joie* est consacrée aux chants populaires de la région du Sud, l'émission *La détente des poètes* est consacrée à faire connaître les poètes populaires et à promouvoir la poésie populaire de la région du Sud. Quant à l'émission *Le rendez-vous des ancêtres*, elle raconte les traditions et les habitudes ancestrales de cette région sous forme de contes et de proverbes. L'analyse du dispositif de mise en onde de chaque émission révèle des éléments montrant la capacité de la radio à médiatiser la culture populaire tout en la valorisant. Les trois émissions observées sur *Radio Tataouine* sont des émissions spécialisées sous forme de "magazines" consacrés à une catégorie culturelle spécifique (chant populaire, contes et proverbes, poésie populaire). Le genre "magazine" s'avère donc un concept de médiatisation privilégié et doté de sa propre structure : un mélange d'interventions de l'animateur, de rubriques bien définies, d'illustrations musicales,

avec des formes de journalisme radio et d'art radiophonique tels que des extraits d'interviews et de reportages, des brèves sur des informations culturelles. Ce sont des éléments qui constituent la matière sonore d'une émission en autant de médiations sonores.

Les conditions de programmation de ces émissions contribuent à leur valorisation. Elles sont diffusées en direct et prennent en compte la disponibilité d'« *un destinataire idéal imaginé par l'instance médiatique comme susceptible de percevoir les effets qu'elle vise* » (Charaudeau, 1997 : 20), destinataire qui constitue « la cible » ou public-cible. Ainsi, l'émission *Tambours de la joie*, programmée en mi-matinée de 10h05 à 12h05 (elle dure 110 minutes tous les mercredis), bénéficie d'une forte audience puisqu'elle fait partie des émissions les plus suivies dans la région notamment dans le gouvernorat de Tataouine. Elle a commencé fin 1997 et a acquis une notoriété régionale avec aujourd'hui plus de 500 émissions présentées. Lors de notre séjour à Tataouine, nous avons remarqué l'engouement pour cette émission en tant que rendez-vous hebdomadaire exceptionnel notamment pour les commerçants, les femmes au foyer et dans les moyens de transport. Tous se préparent pour suivre cette émission, comme nous disait un commerçant « Le monde s'arrête chaque mercredi matin pendant la diffusion de *Tambours de la joie* ». L'émission *Le rendez-vous des ancêtres* est diffusée chaque dimanche en début de soirée entre 19h05 et 21h00 durant 110 minutes. La poésie populaire est aussi valorisée à travers l'émission *La détente des poètes*, qui est programmée le lundi en début de soirée de 19h30 à 20h00 à une tranche horaire de grande écoute. La diffusion en direct permet un échange immédiat avec les auditeurs qui interviennent dans ces émissions pour des dédicaces ou par une réelle participation à la réalisation de l'émission : certains, par leurs chants, contribuent effectivement à la sauvegarde de chants populaires de la région comme le souhaite par exemple l'émission *Tambours de la joie*. Le choix du direct pour ce genre d'émission participe à sa valorisation.

La mise en onde de ces trois émissions obéit à une certaine structure. Parmi les éléments distinctifs de cette mise en onde, le

générique joue un rôle déterminant dans l'identification même de l'émission et dans les repères de ses limites : un générique ouvre et clôt rituellement une émission délimitant ainsi l'espace de sa diffusion. Ses « *formules varient d'une chaîne à l'autre et en fonction du genre et du sujet de l'émission* »³ ; il annonce aussi la thématique et l'esprit général de chaque émission. La musique est aussi un élément primordial à la radio et doit, dans une émission magazine, être choisie avec attention car elle fait partie intégrante du programme de l'émission. Le choix des illustrations musicales contribue fortement à l'appréciation de l'émission et à son habillage. C'est à travers les musiques et les sons utilisés que l'auditeur reconstitue ce qu'il ne voit pas. En effet, la musique « *crée ce que l'on appelle en terme de métier l'atmosphère...qui s'applique à une tonalité psychologique, qui est le plus souvent suggérée par la musique (atmosphère mystère, de joie, de sérénité, etc.)*. » (Fuzellier, 1965 : 18). Pour nos trois émissions médiatisant la culture populaire, apparaît une mise en onde élaborée et assez riche qui contribue à identifier l'émission, à lui donner son identité et sa couleur tout en favorisant sa réussite auprès des auditeurs.

Nous ne pouvons pas ici retracer le dispositif adopté pour chaque émission (Smati, 2009), néanmoins nous proposons celui de *La détente des poètes* destinée à la poésie populaire comme exemple de cette mise en onde.

3. L'émission *La détente des poètes* : médiation à la poésie populaire

L'opération de médiatisation de la poésie populaire, par le biais de l'émission *La détente des poètes*, n'est pas de nature exclusivement technique ; elle met en œuvre des dispositifs médiatiques et des formes de médiation qui se produisent par l'intermédiaire de *Radio Tataouine*. L'observation dévoile un générique composé d'un début

³ « Les images médiatiques : lexique des genres médiatiques », Centre de Ressources en Education aux Médias (CREM), [en ligne], [réf. du 20 octobre 2005]. Disponible sur : <http://www.reseau-crem.qc.ca/projet/img1.htm>

musical à la flûte enrichi d'extraits de poèmes populaires. Une voix vient s'insérer entre les poèmes annonçant le titre de l'émission « *La détente des poètes* » et le répétant à plusieurs reprises. Ce même générique est aussi diffusé en fin d'émission.

Le flux est géré par l'animateur qui fait appel à des témoignages de spécialistes de poésie populaire et échange avec des invités poètes en direct du studio sur la poésie populaire et les manifestations qui lui sont consacrées. Dans l'émission du 29 mars 2004 consacrée à un flash-back sur la 26^{ème} session du festival international des ksour sahariens, qui s'est déroulée du 24 au 27 mars 2004, deux poètes populaires Khélifa Zouraga et Lamine Latrache sont invités pour revenir sur certains moments de la compétition de poésie populaire qui s'est tenue lors du festival ; les deux invités originaires de Tataouine ont remporté les 2^{ème} et 3^{ème} prix dans la compétition. Dans l'émission du 12 avril 2004 consacrée au poète populaire Ahmed El Barghouthi originaire de Tataouine, sont diffusés des témoignages enregistrés du petit-fils du poète, Abdelmajid El Barghouthi, dans lesquels il parle des écrits de son grand-père et lit quelques poèmes. L'émission du 19 avril 2004 est consacrée au "mūqaf", un chant interprété par des hommes pendant les fêtes de mariage, qui se chantait en groupe dans un esprit compétitif. L'animateur définit ce genre ainsi : « *Je souhaite quand même préciser à nos auditeurs que "al- mūqaf" est un genre de chant de poésie populaire spécifique aux hommes qui doivent chanter debout, d'où le mot " mūqaf" du verbe "waqafa" c'est-à-dire se tenir debout. Ce genre a été oublié depuis 1947 dans la région de Tataouine et c'est l'occasion pendant le festival des ksour de le faire renaître et lui redonner sa valeur sur Radio Tataouine* ». Un spécialiste du "mūqaf", est donc invité dans cette émission pour définir ce genre et répondre aux questions des auditeurs.

Les illustrations musicales et poétiques choisies sont en accord avec le thème de l'émission du 29 mars 2004 consacrée à la compétition de poésie populaire nommée "al-ukāḍ iya". Celle-ci est un spectacle organisé dans le cadre du festival des ksour sous forme de compétitions de poésie populaire selon des thèmes

particuliers, plusieurs poètes de toutes les régions tunisiennes y participent, déclamant de longs poèmes. Sont donc diffusés et à plusieurs reprises des poèmes enregistrés : un poème du poète Mouldi Hdhab de Sidi-bouزيد (région du Centre-ouest) qui a obtenu le premier prix de la compétition de poésie populaire pendant le festival international des ksour, et un poème du poète Mohamed El Mabrouk de Douz (région du Sud) qui a participé à une soirée de poésie pendant le même festival. Les deux poètes invités dans cette émission déclament eux aussi leurs poèmes, en direct du studio.

Des chants populaires viennent aussi illustrer la mise en onde du magazine, en relation avec le sujet abordé. Ainsi, dans l'émission consacrée au poète populaire Ahmed El Barghouthi, sont choisies des chansons de Belgacem Bougana, chanteur populaire du Sud tunisien nommé l'ambassadeur de la chanson saharienne. Les paroles de ses chansons sont des poèmes du poète Ahmed El Barghouthi. Le magazine du 19 avril 2004 consacré au "mūqaf", a été habillé de plusieurs chants représentatifs de ce genre de chant de poésie populaire. D'ailleurs, l'animateur et son invité, spécialiste du "mūqaf", contribuent à l'illustration de ce genre pour les auditeurs en fredonnant des exemples ensemble, en direct à l'antenne.

A l'examen des éléments mobilisés nous soulignons une richesse du dispositif qui contribue à la mise en valeur de la poésie populaire.

Parallèlement, l'analyse de la mise en onde des émissions *Tambours de la joie* et *Le rendez-vous des ancêtres* aurait permis de souligner une valorisation des chants populaires dans la première émission et des proverbes, contes, habitudes, modes de vie et savoirs ancestraux dans la deuxième. Ceci à travers une mise en onde élaborée aux niveaux du générique, de la structure et des illustrations sonores mobilisées : genres radiophoniques et illustrations musicales. Les dispositifs établis dans chacune des trois émissions permettent d'aborder cette culture populaire non pas comme une culture oubliée et un passé révolu mais comme

une création et une production vivantes. Ainsi, la culture populaire qui « *dominée, malheureuse était aussi condamnée à disparaître par dilution ou acculturation* » (Kalifa, 2005 : 55), trouve à travers ces émissions un espace pour raviver les traces. Les contenus concernant la poésie et les chants populaires ainsi que les traditions populaires participent à dévoiler la mémoire et ses lieux d'ancrage. Ils contribuent à la conservation de spécificités culturelles régionales et par conséquent à une valorisation d'un territoire et d'une identité.

C'est ce type d'émissions que les auditeurs de *Radio Tataouine* semblent privilégier car ils s'identifient facilement aux traditions, aux savoir-faire ancestraux, aux expressions orales et aux valeurs qui sont exprimés au travers de celles-ci. Il s'agit, au sens de J-P Warnier (Warnier, 2003 : 11), de médiatisation de « culture-boussole », qui joue la fonction d'identification et d'orientation des individus les uns par rapport aux autres. La radio régionale de Tataouine offre en matière de médiatisation de la culture populaire des possibilités qui permettent de montrer le populaire comme espace de créativité et de production dynamique.

Bibliographie

Boure, E. et Coulomb-Gully, M. (2001), « Télé-Toulouse dans la recomposition des territoires (1988-2000) ». *Recherches en Communication*, n°14, département d'information et de communication, Université de Louvain, p.129-155.

Charaudeau, P. (1997), *Le discours d'information médiatique : la construction du miroir social*, Paris, Nathan.

Fuzellier, E. (1965), *Le langage radiophonique*, Paris, Institut des hautes études cinématographiques.

Kalifa, D. (2005), « Les historiens français et le "populaire" », *Hermès*, n°42, Paris, CNRS Editions, p. 54-59.

Smati, N. (2009), *Médiatisation et médiation du phénomène culturel en Tunisie par la presse et les radios régionales : étude par contextualisation*, thèse en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de Molinier Pierre, Université de Toulouse II.

Paillé, P. et Mucchielli, A. (2003), *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.

Warnier, J-P. (2003), *La mondialisation de la culture*, Paris, La Découverte.

Descriptions d'émissions de Radio locale tunisienne portant sur les cultures et traditions populaires.