

## **Le Monde**

Al-Jazira va lancer une chaîne en anglais ambitieuse... et ambiguë

22 February 2006

La chaîne satellitaire arabe Al-Jazira, basée à Doha, capitale de l'émirat du Qatar, fêtera en novembre ses dix ans d'existence. Fière de ses quelque 50 millions de téléspectateurs, elle aura, d'ici là, pris un nouvel envol, avec le lancement d'Al-Jazira International, la première chaîne d'information continue, en langue anglaise, installée au Proche-Orient.

Celle-ci naîtra, officiellement, " au printemps " ; officieusement, la date du 15 mai 2006 semble arrêtée. Les participants au second forum d'Al-Jazira, qui s'est tenu en janvier à Doha, ont eu confirmation des grandes ambitions de la future chaîne, mais aussi des incertitudes qui entourent sa gestation et des réserves inquiètes qu'elle suscite déjà au sein même de la rédaction arabe.

Le directeur d'Al-Jazira International, Nigel Parsons, est un journaliste britannique, ancien de la BBC et de WTN, familier du lancement de nouvelles expériences audiovisuelles. Sa chaîne, a-t-il précisé, emploiera entre 200 et 250 journalistes affectés dans la trentaine de bureaux qu'ils partageront avec leurs confrères d'Al-Jazira. La diffusion des programmes sera décentralisée dans quatre villes : Doha assurera la moitié du temps d'émission quotidienne, l'autre moitié étant partagée entre Washington, Londres et Kuala Lumpur.

La majorité des animateurs de la rédaction viennent des grands réseaux anglo-saxons : BBC, ITV, CNBC-Europe, Sky News, CNN ou ABC. Par souci de prestige, la chaîne s'est attachée les services de Sir David Frost, célèbre ex-vétéran de la BBC et seul journaliste à avoir, en quarante ans, interviewé sept présidents américains et six premiers ministres britanniques. Les deux chaînes d'Al-Jazira coordonneront, au jour le jour, leurs opérations et mettront en commun leurs moyens, autant qu'il sera possible, mais chacune conservera son autonomie de décision dans le traitement de l'information.

Al-Jazira International, affirme son directeur, sera une chaîne " impartiale ", mais qui " ouvrira des perspectives nouvelles ". " Nous ne serons pas une BBC-World ou un CNN de plus, ajoute-t-il. Nous voulons être leader sur ce marché. Nous ne serons pas

non plus un miroir d'Al-Jazira, car nous visons une audience globale. Nous allons vous surprendre. "

Pourtant, bien des ambiguïtés demeurent quant aux orientations éditoriales, que Nigel Parsons n'a guère dissipées. La " cible " prioritaire, en Occident, ce sont les 18-35 ans, appartenant aux 2e ou 3e générations d'immigrés. Mais les musulmans britanniques ont leurs habitudes avec la BBC.

Aux Etats-Unis, la chaîne compte profiter de la perte de crédit de CNN, déporté à droite dans le sillage de Fox. Cependant, pour l'instant, Al-Jazira International n'a toujours pas trouvé preneur chez les opérateurs du câble américains. Quant aux téléspectateurs du monde arabe, ils continueront sans doute de préférer Al-Jazira en arabe.

Nigel Parsons rappelle volontiers que la marque Al-Jazira a été classée, lors d'une enquête internationale en 2004, la cinquième " plus influente " au monde, après Apple, Google, Ikea et Starbucks. Il ne cache pas qu'Al-Jazira International, voulue et financée, comme sa soeur aînée, par l'émir du Qatar, entend asseoir sa réputation sur le réseau de celle-ci.

Avant même d'exister, la future chaîne inspire le doute et l'inquiétude au sein de la maison mère. Lors du forum de Doha, plusieurs journalistes ont exprimé tout haut ce que la plupart de leurs confrères pensaient tout bas. Pourquoi ne sait-on presque rien de sa stratégie éditoriale ? Est-on sûr que ses journalistes feront leur l'" esprit " d'Al-Jazira ?

La rédaction arabe d'Al-Jazira reproche à sa future jumelle de compter trop de journalistes venus de Grande-Bretagne, et pas assez d'arabisants. Elle craint que la version internationale ne détourne à son profit l'autorité acquise par la chaîne, grâce au travail et à la volonté d'indépendance de ses journalistes.

" Ce qui importe avant tout, c'est la confiance, soulignait, lors du forum de Doha, le journaliste anglais Hugh Miles, auteur d'une histoire d'Al-Jazira. Si la chaîne internationale donne rapidement l'impression de trop s'éloigner d'Al-Jazira, cette dernière en paiera le prix. Elle perdra vite une partie de son crédit dans le monde arabe. "

Jean-Pierre Langellier