

Une rupture dans l'air

La télévision satellite de Chine dans la communauté tibétaine en exil à Dharamsala (Inde)

A Rupture in the Air

Chinese Satellite TV in the Exiled Tibetan Community of Dharamsala

Una ruptura en el aire

La televisión vía satélite de China en la comunidad tibetana exiliada en Dharamsala (India)

Isabelle Henrion-Dourcy

Volume 36, Number 1-2, 2012

Médiamorphoses : la télévision, quel vecteur de changements ?
Mediamorphosis : what are the changes induced by television ?
Mediamorfosis : la televisión ¿ vector de cambios ?

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1011721ar>
DOI: <https://doi.org/10.7202/1011721ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département d'anthropologie de l'Université Laval

ISSN

0702-8997 (print)
1703-7921 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Henrion-Dourcy, I. (2012). Une rupture dans l'air : la télévision satellite de Chine dans la communauté tibétaine en exil à Dharamsala (Inde). *Anthropologie et Sociétés*, 36(1-2), 139–159. <https://doi.org/10.7202/1011721ar>

Article abstract

Most diaspora studies emphasize how media maintain the cultural, social and often political cohesion of those groups scattered across several national spaces. But are all the media in the diasporic group's own language always entailing cohesion ? The case of satellite television in the Tibetan community of Dharamsala (Himachal Pradesh, India) is particular, in that the Tibetans have been exposed, for the last dozen years only, to a wealth of satellite programs that are diverse in both origins and ideological content. On top of the sixty or so channels that are part of the STAR, G and Sony packages, they have access to both diasporic media (two Tibetan programs broadcasted from Dharamsala and Washington) and transnational media from Tibet (three channels in Tibetan and three in Chinese). Observations reveal that the differential consumption of those media brings to light the internal fractures of this community, in terms of age and mostly of routes of migration. Moreover, the impact of the continuous exposure of the much politicized exiles to the Chinese media is either ignored officially or denied by local Tibetans, who over-emphasize the discursive content of both their own identity and the language of television. However, television is not merely a pedagogical tool, it is a machine to create desire as well, either in consumption or in affect, and these two dimensions are overlooked locally.

UNE RUPTURE DANS L'AIR

La télévision satellite de Chine dans la communauté tibétaine en exil à Dharamsala (Inde)

Isabelle Henrion-Dourcy



*Scattered broomsticks sweep no dirt*¹

Bhuchung 2002 : 8

Introduction : diasporas et médias

La diaspora tibétaine est bien connue en Occident pour son engagement politique (Santianni 2003 ; Bentz 2010). Les médias occidentaux font souvent état de la lutte non violente du Dalaï-lama pour arracher à la Chine une autonomie significative pour le Tibet, et ils se sont aussi largement tournés vers les Tibétains de l'exil pour interpréter les soulèvements qui embrasèrent les régions tibétophones de Chine à la veille des Jeux Olympiques de Pékin (Barnett 2009a). Dharamsala² peut être considérée comme le chef-lieu mondial de cette communauté diasporique, car c'est là que siègent son puissant symbole unificateur (le Dalaï-lama) et le gouvernement en exil. La vie quotidienne y est ponctuée de manifestations contre les divers abus du gouvernement chinois, et de commémorations collectives des souffrances vécues depuis l'annexion de 1950 (Diehl 2002 ; Chen 2009). Or, cette petite communauté himalayenne, si politisée, et apparemment si unie dans ses objectifs de préservation culturelle, connaît depuis 1998 environ un raz-de-marée médiatique. La bourgade était jusqu'alors très peu raccordée à la télévision, limitée dans un premier temps aux chaînes étatiques indiennes (Doordarshan). La libéralisation de la production télévisuelle, puis le passage à la technologie satellite, et enfin le captage du signal à peu de

-
1. « Des balais dispersés ne chassent pas la crasse » ; extrait du poème « Scattered Broomsticks » (Bhuchung 2002 : 8).
 2. J'ai opté ici pour l'orthographe la plus courante dans les publications occidentales, et non l'orthographe officielle de Dharamshala. Cette graphie, plus proche de la prononciation locale, a été introduite par les autorités de l'Himachal Pradesh en 1996, dans le mouvement de décolonisation des noms de villes à l'échelle indienne, comme par exemple Mumbai, Chennai ou Kolkata.

frais par des entrepreneurs locaux, se sont traduits par l'irruption subite³ de plus de soixante chaînes dans une dizaine de langues et produites dans divers pays asiatiques et occidentaux.

Plus surprenant, peut-être : parmi les chaînes satellite captées localement figurent les programmes diffusés en continu depuis l'autre versant de l'Himalaya, en tibétain et en chinois. Les médias chinois – autant dire : la propagande de l'ennemi – ont donc pignon sur rue au cœur même de l'exil. Gardant à l'esprit la puissance des médias de masse, et en particulier la télévision, dans la reconfiguration des imaginaires nationaux (Mankekar 1999 ; Abu-Lughod 2005), on ne peut que s'interroger sur l'impact de cette exposition constante des Tibétains de Dharamsala aux médias chinois, même si elle est noyée dans une offre multilingue, multiculturelle et multinationale. Cet accès nouveau et direct à une certaine information en provenance du pays d'origine, contrôlée à tous les niveaux par le gouvernement chinois, a-t-il modifié la perception que les Tibétains de l'exil ont du sort de leurs compatriotes restés au pays, des politiques et intentions du gouvernement chinois, voire d'eux-mêmes et du sens de leur combat ?

La situation est en réalité plus complexe encore : les Tibétains de Dharamsala ont accès, dans leur propre langue, à la fois à ces médias transnationaux chinois et à des médias communautaires produits soit localement soit, pour le programme le plus important, à Washington. Quel est dès lors le rôle joué dans la communauté par ces deux types de médias diffusés dans la même langue, mais idéologiquement opposés ? Afin de saisir la place assignée à ces programmes en tibétain, il faut dans un premier temps les replacer dans le portrait local de cette foisonnante consommation télévisuelle, pour ensuite comprendre ce que révèle l'usage quotidien de la petite lucarne au sein de cette communauté.

Le contexte théorique de ces interrogations est constitué par le curieux paradoxe auquel se heurtent actuellement les chercheurs sur les diasporas⁴. Pendant des décennies, les groupes diasporiques ont été célébrés pour leur maintien remarquable, envers et contre la dispersion géographique, de traits culturels, linguistiques et identitaires. Mais depuis quelques années, c'est exactement le contraire : les diasporas sont devenues des emblèmes de l'ère postmoderne, de la capacité des individus à négocier des identités à trait d'union, multiples, ou flexibles, par-delà les frontières nationales (Bordes-Benayoun 2010). Les identités diasporiques sont dorénavant conceptualisées sous le signe de la fluidité et du mélange, plutôt que de la préservation et de la continuité

3. Jusqu'aux années 1990, seuls quelques Tibétains très aisés pouvaient acheter un poste de télévision. La diminution des coûts et une certaine aisance économique depuis une dizaine d'années ont permis la généralisation de la consommation.

4. C'est le même paradoxe qui affecte les études de populations migrantes (en Occident, le plus souvent) : alors que les *Migration studies* privilégient des problématiques relatives à l'intégration des immigrés dans la société d'accueil, les *Transnational studies* valorisent plutôt les liens que les immigrés maintiennent avec leur société d'origine.

(Mattelart 2009). Sans doute faut-il voir dans ce retournement l'influence persistante, mais non exclusive (Tölölyan 2010), des idées d'Appadurai (1996) sur le rapport entre flux migratoires et flux médiatiques dans la construction des nouvelles identités au sein d'un monde globalisé. Selon lui, l'imaginaire (*imagination*) des migrants, nourri du constant aller-et-retour entre médias du pays d'accueil et médias du pays d'origine, s'affranchit des cadres de référence nationaux, et donne lieu à la formation de nouvelles subjectivités hybrides, dans un ordre du monde post-national (Appadurai 1996 : 10 et 21-23). Les diasporas seraient-elles donc devenues, dans cette littérature qui valorise le déplacement, l'innovation, la résistance et l'hybridité, les porte-drapeaux d'une mondialisation où les identités, pour survivre dans le ballotement des flux transnationaux, doivent être perpétuellement réinventées ?

Le paradigme dominant, en études de la communication, conçoit les médias comme instrumentaux dans le maintien et le renouvellement des diasporas (Dayan 1997 ; Mattelart 2009). La généralisation des médias électroniques a en effet changé l'expérience même de la migration (Brinkerhoff 2009 : 11) en permettant la juxtaposition immédiate de l'ici et du là-bas, autant de « coprésences absentes » (Georgiou 2006 : 12) qui font converger les divers espaces d'appartenance et de loyauté. Les diasporas dépendraient de cette connectivité transnationale pour leur vitalité symbolique et la viabilité de leurs identités à l'ère postmoderne (*ibid.* : 2). Ces études sont presque exclusivement consacrées à l'analyse d'Internet et des blogs : l'agenda identitaire (voire politique) des diasporas s'y lit explicitement, il est facile d'essentialiser les pratiques des consommateurs. Mais les très rares études sur la télévision (satellite) dans les diasporas (Naficy 1993, 2003 ; Gillespie 1995 ; Aksoy et Robbins 2003) viennent relativiser cet usage « ethnique » des médias : elles mettent au contraire en lumière la complexité des interactions culturelles en jeu et la diversité des usages de la parabole en fonction d'autres variables que l'appartenance ethnique : l'âge, le genre ou les hiérarchies socioéconomiques internes au groupe (Mattelart 2009 : 30). La présente étude de l'usage de la télévision à Dharamsala permet de faire ressortir l'hétérogénéité de cette communauté, contrairement aux perceptions endogènes (Diehl 2002) relayées de manière non critique dans la plupart des publications occidentales (Bentz 2010 : 210-223 ; Lau 2010). Elle lève aussi un coin de voile sur les ambivalences de la construction identitaire de l'exil tibétain, tout en tempérant la « surdétermination nationaliste » (Georgiou 2006 : 4) de l'étude de l'usage des médias par les diasporas.

Une communauté hétérogène

Avec l'avènement subit de la consommation télévisuelle à Dharamsala au tournant des années 2000, il était tentant d'envisager une étude « avant/après » pour en mesurer l'impact, à l'instar de celles menées par Wilk (1993), Salzman (1993) et Reis (1998) sur d'autres continents. Mais cette perspective comparative n'est pertinente que si l'on présume la stabilité d'une communauté dans le temps.

Or, Dharamsala connaît un renouvellement démographique très important depuis le début des années 1990. D'une part, de nouveaux réfugiés affluent encore chaque année en provenance du Tibet⁵, et, d'autre part, le programme américain de relocalisation de mille foyers de Tibétains d'Inde et du Népal aux États-Unis (Tibetan-U.S. Resettlement Project 1993) a provoqué par effet d'entraînement un exode massif, d'abord vers l'Amérique du Nord, puis vers l'Europe et l'Australie. Point fixe symbolique de la diaspora tibétaine, Dharamsala est paradoxalement devenue un lieu de transit.

C'est une communauté non seulement en mouvement, mais aussi hétérogène. Tout d'abord, elle est minoritaire dans son lieu de vie. Dharamsala compte au moins 20 000 Indiens⁶, résidant pour la plupart dans le bas de la vallée (Lower Dharamsala) pour 10 000 Tibétains⁷ habitant en amont dans Upper Dharamsala (McLeod Ganj, Gangkyi, Bhagsu, etc.). Il faut y ajouter quelques centaines de travailleurs népalais et bhoutanais, ainsi qu'un grand nombre de touristes et de hippies occidentaux animés, dit-on, d'une quête spirituelle (Lopez 1998; Klieger 2002), et dont le nombre fluctue selon la saison et les enseignements publics donnés par le Dalai-lama. Enfin, le tourisme national a explosé récemment, les citadins indiens aisés projetant sur l'Himalaya, comme leurs homologues chinois, un idéal de pureté écologique et morale.

Comme toutes les diasporas (Clifford 1994 : 304 ; Cohen 2006 : 43), et donc à la différence d'autres groupes migratoires, les Tibétains sont soudés autour d'une mémoire collective forte : le traumatisme à l'origine de la dispersion, l'idéalisation du pays perdu, la préservation culturelle normative, et la volonté de retourner au pays pour rétablir la culture légitime. Ce front commun politique fait en réalité écran à une grande diversité interne. Celle-ci est limitée, dans le discours officiel, aux trois sous-régions culturelles (le Tibet central, le Kham et l'Amdo, aux dialectes distincts) et à l'affiliation religieuse (cinq lignées majeures, telles les *gelugpa* ou les *nyingmapa*, qui se déclinent pour la plupart en une multitude de sous-lignées).

Mais une autre ligne interne de démarcation, escamotée dans le discours officiel, organise de manière bien plus importante la vie quotidienne à Dharamsala : la domination (économique, politique) des « réfugiés établis »

5. Environ 3 000 par an, selon les chiffres du HCR de l'ONU à Katmandou. La plupart d'entre eux se dirigent vers Delhi ou le Népal après un passage à Dharamsala.

6. Le recensement de 2001 mentionne 19 124 Indiens (http://censusindia.gov.in/towns/HP_towns.pdf), et ne ventile pas le chiffre selon la provenance de ces habitants (Himachalis, Punjabis, Kashmiris, etc.). Les résultats du recensement de 2011 ne sont pas encore disponibles, mais j'ai pu constater, en voyageant régulièrement dans la région depuis 1997, que la population indienne dans la basse ville a explosé depuis 2001 : une estimation visuelle me fait penser qu'elle a peut-être doublé.

7. Le recensement tibétain de 2009 (Planning Commission of the Central Tibetan Administration 2010 : 66) indique 13 701, mais il faut retirer à ce chiffre les Tibétains établis dans la région (Suja, Palampur, Norbulingka, etc.), mais pas dans la bourgade elle-même.

(*shichag*) – les premiers à avoir choisi l'exil en 1959 et leurs descendants –, sur les « nouveaux venus » (*sanjor[wa]*) – arrivés depuis le milieu des années 1980. La plupart de ces derniers sont en situation précaire sur le plan juridique, parfois même sans-papiers⁸. Cette seconde vague migratoire est elle-même très hétérogène. Renouvelée annuellement depuis 30 ans, elle est majoritairement composée de religieux et d'enfants, venus chercher en Inde (pour les activistes politiques parmi eux) la sécurité, des enseignements, ou tout simplement une vie meilleure. La majorité des laïcs sont peu éduqués et vivent des difficultés émotionnelles importantes, en raison des circonstances éprouvantes de leur fuite, ou de la solitude et de la marginalisation ressenties en Inde (Vahali 2009 : 140-161). Au quotidien⁹, les relations entre les *réfugiés établis* et *nouveaux venus* (environ 40 % à Dharamsala¹⁰) sont souvent empreintes d'indifférence, voire de méfiance mutuelle. Ainsi, ces trajectoires migratoires différentes (« *roots and routes of migration* », Clifford 1997 : 3-4) ont creusé un fossé culturel, ressenti plus ou moins vivement selon l'ouverture d'esprit des individus en présence, entre des tibétanités qui se sont construites sous des régimes politiques différents, chacune prétendant être authentique et légitime (Shakya 2008).

Une offre télévisuelle hétéroclite

Les Tibétains de Dharamsala ne sont donc pas égaux devant l'offre télévisuelle foisonnante. Ce sont leurs trajectoires migratoires (à partir du Tibet, de l'Inde/Népal, ou même de l'Occident), leurs compétences linguistiques (divers dialectes du tibétain, du chinois, langues indiennes et/ou anglais), leur niveau d'éducation (aucune, monastique, de niveau primaire, secondaire ou universitaire), leur âge et leur genre, plutôt que des variables strictement socioéconomiques, qui orientent leurs choix de téléspectateurs.

La plupart des téléviseurs sont raccordés au réseau Bhagsu Cable TV¹¹, géré par un ingénieur punjabi qui capte de manière plus ou moins légale divers signaux satellites et les distribue par le câble à travers un système d'abonnement.

-
8. L'Inde et le Népal n'ayant pas signé la Convention de Genève sur les Réfugiés (1951), le statut de ceux-ci est laissé à la discrétion du pays d'accueil. Dans l'ensemble, les Tibétains ont joui en Inde d'un traitement de faveur, en comparaison des Sri Lankais ou des Afghans, par exemple. Mais ils sont, dans les faits, limités juridiquement. Seuls les Tibétains « arrivés avant 1979 » (dans les faits avant 1962, vu l'étanchéité de la frontière pendant cette période) ou nés en Inde peuvent recevoir le Registration Certificate (RC), sésame qui leur permet d'obtenir du travail, de louer un appartement, de conduire une voiture, de détenir un compte en banque, de faire du commerce et surtout d'obtenir un Identity Certificate (IC, le « *yellow book* ») qui les autorise à voyager à l'international avec un statut d'apatride reconnu par l'Inde.
 9. Voir quelques illustrations dans Henrion-Dourcy (2007), Yeh (2007) et Chen (2009).
 10. Estimation donnée dans une entrevue par Konchok Tsundue, directeur, Office of the Planning Commission, Central Tibetan Administration, Dharamsala, décembre 2009.
 11. Seule une poignée de Tibétains très riches ont pu s'offrir le dernier cri technologique : une antenne parabolique personnelle TATA Sky, Gold ou Airtel.

Le réseau international de télécommunications STAR (Satellite Television Asia Region), acheté puis revendu par le magnat australien Rupert Murdoch, a profondément changé le paysage télévisuel indien depuis 1992 (Butcher 2003). D'autres bouquets de chaînes satellites tels que G et Sony se sont joints à STAR, et c'est à présent plus de soixante chaînes dans une diversité de langues régionales qui sont offertes à Dharamsala. Parmi les plus regardées par les Tibétains figurent, principalement en hindi et en punjabi et, pour ce que j'ai pu observer, par ordre décroissant de popularité : NDTV, India TV, Sony TV, Zoom, Aagtaak, Star Plus, Star Gold, Zee TV et Zee Cinema, SAB TV et les chaînes musicales telles MTV et V Channel. Ces bouquets comportent également des chaînes anglaises (BBC World News), américaines (CNN, Discovery et National Geographic) et chinoises (CCTV en chinois et en anglais, Xinkong et Fenghuang). Les autres chaînes distribuées par le câble local sont captées indépendamment de ces bouquets, à partir de signaux terrestres ou satellite : les chaînes népalaises (NTV), bhoutanaise (BBC) et bien sûr les chaînes tibétaines de Chine, à chaque fois en tibétain et en chinois : XZTV pour le Tibet central, QTV pour la province du Qinghai (correspondant, pour les Tibétains, à la région culturelle de l'Amdo) et STV pour le Sichuan (Kham). Enfin, les chaînes en langue tibétaine produites en exil sont Tibet Online TV (TOTV), produite par le Département de l'Information (DIIR) à Dharamsala et le programme tibétain du service de diffusion internationale du gouvernement américain, Voice of America (VOA), depuis Washington.

En nous limitant à présent à l'offre en tibétain, cœur de la discussion dans cet article, on voit donc que la diaspora tibétaine dispose, dans sa langue, de plusieurs types de médias. En reprenant la typologie de Naficy (2003 : 51-52), on y retrouve trois chaînes *transnationales* (produites en Chine) et une chaîne *diasporique* (produite localement)¹². Mais il faudrait créer une nouvelle catégorie pour VOA, télévision produite par un gouvernement étranger, à destination, non pas de la diaspora tibétaine, mais, en intention du moins, des Tibétains du monde entier – lisons : ceux qui, en Chine, ne peuvent avoir accès à une information « libre ». Étant donné la sévérité des sanctions qui s'abattent sur les auditeurs de ce type de programmes étrangers en Chine (qu'ils soient radiophoniques ou télévisuels, ou encore accessibles sur le web), ce sont les Tibétains de la diaspora (mondiale) qui sont devenus les principaux bénéficiaires des programmes de VOA. Comme l'a formulé un répondant, « on ne peut pas comparer nos médias

12. Pour Naficy (2003), la télévision *transnationale* d'une diaspora comprend les programmes produits dans le pays d'origine et importés dans la société d'accueil, donc qui n'évoquent nullement les problématiques des migrants (acculturation, etc.) et procurent un accès privilégié pour certains gouvernements étrangers (chinois, par exemple) aux foyers américains (entre autres). D'un autre côté, la télévision *diasporique* est produite dans le pays d'accueil par un groupe minoritaire, dans sa langue, avec peu de moyens, et témoigne des expériences de vie de cette communauté (migration, identité, résistance etc.). L'auteur ajoute que cette télévision aide généralement à faire le lien entre les deux sociétés et à faciliter l'intégration dans la société d'accueil.

[de l'exil] avec ceux de la Chine : techniquement, nos efforts ont l'air ridicules, mais moralement, nous sommes les meilleurs ». En effet, comment faire le poids face à des médias de masse sophistiqués à la facture léchée, produits par l'un des États les plus puissants du globe, et diffusés 24h (XZTV), 12h (QTV) ou 18h (STV) par jour ? TOTV diffuse certes en boucle, mais en répétant des programmes de 3h : des enregistrements maison, de qualité variable et au son plus qu'aléatoire, d'activités politiques, culturelles et religieuses locales, dont les enseignements du Dalai-lama – ce qui lui vaut le surnom local de « Dalai Lama Channel ». Mais, de toute l'offre télévisuelle, et ce, toutes langues confondues, le seul programme véritablement rassembleur de la communauté, attendu, regardé et commenté par tous malgré sa facture « bon marché » et ses journalistes non professionnels est le programme hebdomadaire de VOA (une heure, rediffusé une fois). C'est le seul pour lequel la télévision devient un « rituel public » (Naficy 1993 : 89) : les rues se vident le mercredi soir à 19h30, la vie familiale est suspendue, les moines et les *nouveaux venus* convergent dans les cafés.

Tous écoutent avec solennité les nouvelles du monde en tibétain, suivies du programme phare « Talk to VOA » (*Kunleng*), forum de discussion *live* où des Tibétains du monde « entier » (moins la Chine depuis l'intensification de la répression depuis 2008) interpellent par téléphone l'invité du jour (une figure tibétaine marquante) sur des questions d'ordre culturel, social ou politique.

Une ethnographie des pratiques de consommation télévisuelle

Lors de mes observations, *Kunleng* passionnait Dharamsala, car nous étions en pleine campagne électorale pour le poste de premier ministre à pourvoir quatre mois plus tard. Les candidats étaient ainsi mis sur la sellette l'un après l'autre, et devaient répondre à certaines révélations embarrassantes. La présente enquête a été menée durant deux mois, en été 2009 et en hiver 2010. C'est une période courte pour un projet de cette envergure, mais j'étais déjà bien ancrée sur place, après avoir séjourné plusieurs années dans cette communauté dans le cadre d'autres projets de recherche (Henrion-Dourcy 2012). La contribution spécifique de l'anthropologie aux études des médias réside dans son éclairage contextuel, à la fois culturel et social, des phénomènes macrosociaux. En rapportant la consommation médiatique au contexte historique (ici, hétérogène) de la communauté, aux micro-différenciations locales, et aux valeurs affectées par les contenus informationnels, l'ethnographie s'attarde à décrire la complexité des processus impliqués par la diffusion et la réception de la télévision. C'est pourquoi elle est rétive aux grands paradigmes théoriques des études de communication, qui se disputent l'attitude passive ou active d'audiences postulées comme uniformes. En d'autres termes, l'ethnographe va considérer que les ondes hertziennes qui atterrissent à Dharamsala ne frappent pas, au sol, un paysage social plat et homogène, mais au contraire une surface remplie de trous et d'aspérités. Dessiner le relief (social) révélé par ces faisceaux télévisuels : tel était le projet.

J'ai recouru à une méthodologie composite, afin de rendre compte de la complexité locale : observation, observation participante, questionnaires et entretiens. L'orientation initiale se situait dans le sillage des analyses discursives de la réception par Mankekar (1999) et Abu-Lughod (2005). Je voulais éliciter les processus de décodage et de reformulation de sens par les spectateurs dans le cadre d'émissions choisies – c'est-à-dire les plus regardées et commentées. Or, la consommation des flux transnationaux à l'ère du satellite s'est immédiatement révélée plus éclatée que celle, quasi-rituelle, des grandes fictions national(ist)es de l'ère des chaînes terrestres traitées dans ces deux ouvrages. De plus, les spectateurs tibétains, dont une grande partie étaient faiblement lettrés, semblaient n'avoir rien à dire sur des programmes qu'ils connaissaient mal, dont ils ne comprenaient pas tout, et qu'ils écoutaient d'une oreille plutôt distraite.

Afin de débroussailler le terrain, j'ai entrepris une large enquête par questionnaires. Méthodologie peu courante en anthropologie, et pratique considérée avec un évitement méfiant de la part des Tibétains, cette enquête a dû son succès relatif à l'appui du Département de l'information et des relations internationales (DIIR) du gouvernement en exil et à cinq assistants de recherche locaux qui ont sillonné les foyers munis de la lettre de soutien de cette institution¹³. Deux cents questionnaires de six pages ont été distribués, comportant dix-sept questions abordant tant les variables sociographiques (âge, genre, emploi, revenus, niveau d'éducation, trajectoire migratoire) que les patterns de consommation (les chaînes et programmes les plus regardés, le rapport éventuel avec l'utilisation d'autres moyens de communication électroniques) et les opinions personnelles (sur le contenu visionné, l'impact de la télévision sur la vie domestique et son incidence sur le combat politique collectif). À défaut de pouvoir viser une analyse quantitative, la finalité de l'opération était heuristique¹⁴. Elle m'a en effet permis d'identifier les pistes porteuses et de m'orienter vers l'observation des pratiques de consommation, plutôt que l'analyse discursive, et ce, dans deux lieux privilégiés : la famille et l'école.

Pour cette deuxième étape, qui m'a donné l'occasion de compléter (voire d'invalider) les propos recueillis, j'ai donc « expérimenté avec la flânerie » (Georgiou 2006 : 151), observant la consommation tant dans les familles qui

13. Voir Henrion-Dourcy (2012) pour une discussion réflexive sur la mise en place concrète de cette enquête.

14. Les biais de cette enquête étaient évidents : la distribution n'avait pas suivi la construction d'un échantillonnage raisonné (difficile à construire, d'ailleurs, en l'absence de données sociographiques locales), et le support écrit bilingue (tibétain-anglais) privilégiait les répondants à haut niveau d'éducation et excluait d'emblée les illettrés et ceux qui, parmi les *nouveaux venus*, ne lisaient que le chinois. La valeur heuristique de cette démarche est qu'elle m'a permis de constater à quel point les émissions visionnées différaient selon les membres de la famille, et je me suis demandée comment cette consommation contrastée se produisait concrètement au sein de maisonnettes équipées d'un seul poste. La socialisation de l'écoute télévisuelle à l'école est aussi apparue lors de cette première étape de l'enquête.

voulaient bien m'accueillir que dans les lieux publics (cafés, restaurants, boutiques, écoles, monastères), pour ceux qui ne possèdent pas de postes (principalement, les *nouveaux venus*). Première constatation : alors que l'Inde est l'un des pays où le taux d'audience télévisuelle est le plus élevé du monde (Deprez 2010 : 56), et tandis que l'on présente souvent les diasporas comme « saturées de médias électroniques » (Georgiou 2006 : 10), les Tibétains regardent relativement peu la télévision : deux ou trois heures le soir en semaine, cinq à sept heures en fin de semaine. On est également loin de la fascination silencieuse des spectatrices indiennes ou égyptiennes (Mankekar 1999 ; Abu-Lughod 2005). Les répondants ne guettent pas des programmes spécifiques dont ils connaîtraient les heures de programmation. Ils se laissent porter d'un programme à l'autre au gré du zapping, sauf pour les jeunes, qui sont aussi les plus attentifs dans leur écoute. Le mode sonore est aussi celui de la sourdine, sauf pour quelques programmes privilégiés (dont *Kunleng*).

La cartographie de l'usage domestique est assez récurrente : les aînés regardent les enseignements du Dalaï-lama sur TOTV, parce qu'ils ne peuvent souvent plus se déplacer dans Dharamsala. Parmi les *réfugiés établis*, les pères de famille sont « sérieux » et prétendent préférer les bulletins d'information et les programmes de la BBC ; les mères apprécient les téléromans sur les chaînes indiennes ; les jeunes hommes aiment le sport (surtout le football) et les programmes sur la nature et les animaux ; les jeunes filles optent pour les films et l'*entertainment* indiens (du style *India's got talent*) ; tandis que les enfants regardent les dessins animés en hindi (sur Pogo) et en anglais (Star). Ce sont les jeunes qui contrôlent la télécommande à la maison.

Sans surprise encore, les spectateurs réguliers des chaînes tibétaines de Chine sont les *nouveaux venus*, en raison de leur familiarité avec ces médias. Les *réfugiés établis* prétendent être allergiques à la propagande qui y est véhiculée, et accusent les précédents de lavage de cerveau, d'acculturation ou parfois même de bêtise. Toutefois, mes observations démentent en partie leurs propos : à plusieurs reprises, j'ai constaté que l'on changeait de chaîne lorsque j'entrais dans un foyer, zappant d'un téléroman chinois doublé en tibétain sur XZTV (chaîne la plus regardée des trois, en raison de la proximité dialectale avec le tibétain parlé à Dharamsala) vers TOTV, « la chaîne du Dalaï-lama ». Je ne sais si ce changement était effectué par politesse, pour se conformer à l'idée que les membres de cette famille se faisaient implicitement de mon projet de recherche, ou pour escamoter un choix de spectateur politiquement incorrect. Certains *réfugiés établis* n'évoquent ces chaînes qu'en termes d'horreur : « Des sourires exagérés, de la terreur et du chagrin : pauvres frères tibétains ! » ; ou encore « Je n'ai jamais vu le Tibet. La beauté naturelle de mon pays est stupéfiante. Mais on sent une telle destruction derrière la caméra. C'est intense, cela me blesse, cela me dégoûte que la Chine retire tous les bénéfices de l'exploitation de mon pays ». Mais d'autres spectateurs (principalement, mais pas uniquement, les vieux, nés au Tibet et nostalgiques, ou alors limités dans leur consommation télévisuelle

par leur seule connaissance du tibétain) apprécient certains programmes de divertissement, en particulier les spectacles de chants et danses, les téléromans doublés en tibétain, et les programmes culturels (pèlerinages à des lieux saints ou entrevues avec des personnes marquantes).

La dernière dimension mise au jour par cette enquête concerne le fossé générationnel particulier qui affecte la consommation télévisuelle. Les adultes, qui n'ont pas grandi avec la télévision, n'ont pas cultivé un goût spécifique pour ce passe-temps, alors que les enfants s'y sont socialisés... à l'école. Ce sont eux qui contrôlent la télécommande à la maison, et leur consommation n'est pas encadrée de réprimandes parentales. L'on me dit même : « Quand [mes enfants] regardent la TV, c'est comme s'ils accumulaient beaucoup d'expériences. Ils n'ont pas besoin de vivre beaucoup de vies pour comprendre le monde ». Les enfants de Dharamsala sont scolarisés dans deux écoles-internats (les Tibetan Children Villages) qui comprennent chacune près de 2 000 élèves (nombre d'entre eux sont confiés à ces écoles par des parents retournés au Tibet). La supervision de leur écoute, en termes de temps et de contenu, est laissée à la discrétion de la « mère » (*ama-la*) qui veille sur leur dortoir (un poste de télévision par dortoir d'environ 70 enfants). Ils sont autorisés à regarder la télévision entre une et deux heures par jour (trois à six la fin de semaine), sauf en période d'examens : principalement des programmes pour enfants en anglais et en hindi ou, pour les plus vieux, des films, du sport et MTV. La seule politique normative de ces écoles est la convocation pour l'écoute obligatoire de VOA le mercredi soir, de certaines allocutions du Dalaï-lama sur TOTV et de programmes particuliers de Chine (XZTV) : un programme pour enfants d'apprentissage du vocabulaire honorifique, et des fictions doublées en tibétain réputées pour la qualité de la langue employée.

Un monde catégorisé à travers la petite lucarne

Si l'on pouvait dire au milieu des années 1990 que « la vie à Dharamsala se déroule dans un bocal à poissons » (Diehl 2002 : 52)¹⁵, l'horizon vu au travers de la vitre du bocal s'est singulièrement agrandi depuis l'arrivée de la télévision. Mais peut-on pour autant affirmer que ces flux médiatiques globaux (médiés en réalité par une Inde qui cherche elle aussi sa place dans la mondialisation) construisent, par leur seule existence, dans le vécu de ces Tibétains, l'expérience d'un « transnationalisme banal » (Aksoy et Robbins 2003), d'un monde post-national aux identités hybrides et fluctuantes ? Star TV, VOA et les chaînes chinoises auraient-elles transformé ces Tibétains en « cosmopolites », détachés de l'idée même de nation (Robbins 1998 : 3) ? Ou alors, pour reprendre l'idée de subjectivité fragmentée de Naficy (1993 : 121, *split subjectivity*), les membres de cette diaspora effectuent-ils des lectures multiples, toujours situées, de ces programmes télévisés, où ni le texte de la télévision diasporique, ni celui des

15. Traduction libre.

médias de la société d'accueil n'a la primauté, et où l'un et l'autre résonnent avec ou contre les autres textes ? La télévision, contrairement à Internet, ne permet pas aux consommateurs de s'engager activement dans la production des contenus. Les Tibétains ne peuvent donc que *recevoir* ces produits médiatiques, mais leur regard n'est pas pour autant passif. Il leur reste la faculté d'ordonner ce qu'ils voient.

Ces programmes sont en fait compartimentés en diverses catégories étanches, renvoyant aux grands ensembles culturels d'où ils sont originaires : le monde indien, le monde chinois, le monde tibétain et le monde occidental. Les frontières sont à la fois claires, signalées par l'usage de la langue, et implicites, rarement commentées discursivement. On écoute un programme tibétain avec attention et solennité, voire recueillement parfois, alors que l'on accueille avec extraversion les contenus plus légers des programmes en hindi. Les réactions sont plus difficiles à isoler pour les programmes en anglais ou en chinois, mais leurs contenus renvoient à des valeurs spécifiques, avant tout morales. La télévision en chinois est le domaine du mensonge, du faux, du *tape-à-l'œil*, d'une modernité séduisante qui fait peur. Les programmes occidentaux, dont la consommation se limite ici, il est vrai, au réalisme des bulletins de nouvelles et des documentaires sur la nature (plus quelques films hollywoodiens), renvoie au monde de la science, à une modernité solide qui est admirée. Les Tibétains de Dharamsala interagissent moins au quotidien avec ces deux derniers mondes, c'est pourquoi les frontières ne sont pas formulées avec autant de force que celle qui sépare le « nous » tibétain du « eux » indien. Notons que, du point de vue local, cette catégorisation est assez essentialiste et ne prend nullement en compte la réalité profondément polymorphe, multiculturelle et multilingue de la civilisation indienne. Ainsi donc, les programmes indiens sont ceux du divertissement et de la légèreté, des rires convulsifs et des torrents de larmes, et dont le caractère inoffensif attire une forme de bienveillance chaleureuse. C'est aussi l'univers du consumérisme, et des publicités télévisées sophistiquées qui font rêver.

Le paradigme culturel dominant de ces exilés, comme de toute diaspora, est celui de la préservation culturelle. Il implique dans la vie quotidienne une distinction marquée avec le monde environnant (indien) et une homogénéisation et une essentialisation de la culture tibétaine pour éviter sa corruption. Dès le début de l'exil, la stratégie du Dalaï-lama était claire : créer un sentiment nationaliste intense, soutenir et développer son propre charisme auprès de son peuple, et maintenir fermement des frontières culturelles, sociales, économiques et politiques contre toute forme d'assimilation locale pour permettre un redéploiement rapide au Tibet (Goldstein 1978 : 410). Les paramètres culturels étroitement surveillés étaient ainsi : la langue (notamment à travers un système scolaire en tibétain autorisé par le gouvernement indien, socialisation par ailleurs essentielle à la construction du sentiment nationaliste des exilés ; Tsepak 2004 : 267-268), l'endogamie (ostracisme des couples mixtes dans certains camps), l'habit et, dans une moindre mesure, l'alimentation (Chen 2011). Or, en, dépit

de ces frontières, les Tibétains d'Inde ont toujours été d'avidés consommateurs de la culture populaire indienne : ils écoutent à la journée longue divers types de musique populaire (Bollywood, bhanga, pop moderne...), et raffolent des films et mélodrames télévisés qui leur procurent un répertoire culturel distinct pour exprimer un spectre d'émotions et d'attentes romantiques qu'il serait mal venu d'exprimer en tibétain (Lau 2010 : 977-984). Si la consommation privée est un fait qui ne fait plus sourciller que les vieux Tibétains conservateurs, exprimer en public une passion pour la culture populaire indienne, comme lors d'un concert par exemple, serait en revanche totalement inapproprié (Diehl 1997 : 143).

Les vertus morales de la télévision en langue tibétaine

La télévision permet donc aux Tibétains de Dharamsala d'objectiver certains « autres » – en fait ceux avec lesquels ils redoutent le plus l'acculturation – avec une vision du monde très partielle, démodée peut-être, située depuis le point de vue local en tout cas, sans rapport avec une lecture géopolitique du monde contemporain. Elle polarise aussi, à l'interne, les rapports entre *réfugiés établis* et *nouveaux venus*. Les premiers méprisent le soi-disant « lavage de cerveau » des seconds, consommateurs de médias chinois saturés de louanges à la gloire de l'État. En retour, les derniers arrivants méprisent « l'abrutissement » de leurs prédécesseurs, consommant la tête vide des fictions indiennes à la trame narrative simpliste et à l'exubérance émotive embarrassante. Tous s'accordent cependant sur la foi indiscutable à accorder aux propos des médias occidentaux¹⁶ et à TOTV ou à VOA en tibétain, lesquelles sont non seulement fiables, mais également des chevilles du combat collectif. L'offre télévisuelle locale est donc non seulement catégorisée, mais aussi hiérarchisée en fonction de critères avant tout moraux : le vrai contre le faux, le comportement approprié contre le débordement déplacé, le soutien à la lutte politique contre son opposition.

Mais la télévision en tibétain se trouve dans une position ambivalente, car elle comporte à la fois les médias de l'exil (de Dharamsala et de Washington) et ceux de la Chine (de Lhasa, Xining et Chengdu). Leur point commun est la langue – en fait déclinée en trois dialectes régionaux. Mais ce point commun est aussi la brèche qui fissure l'étanchéité des divisions morales (vérité/mensonge ; ennuyeux/divertissant) entre médias tibétains et médias chinois. La légitimité – aux yeux des institutions officielles aussi bien que de la communauté de l'exil – des productions culturelles contemporaines comme la musique rock (Diehl 1997 : 145) ou le cinéma repose à la fois sur le contenu (patriotique), sur l'usage exclusif de la langue tibétaine, et aussi sur le ton employé (grave, solennel) qui font que ces productions sont communément considérées comme « ennuyeuses mais authentiques ». Contrairement à d'autres diasporas, pour lesquelles le fait de consommer (en Occident) des médias de leur pays d'origine les ramène à un

16. Limités à la BBC et à CNN, en fait ; c'est donc une perception qui est bien éloignée de l'offre réelle des médias en Occident.

sentiment de familiarité (Aksoy et Robbins 2003 ; Gillespie 1995), les médias du pays d'origine des Tibétains leur sont au contraire totalement étrangers. Si textuellement ils les comprennent parfaitement (en fonction du dialecte natal), il y a peu de résonance entre leur expérience quotidienne de la culture tibétaine et celle qui est montrée à l'écran.

Une seule résonance cependant : la qualité de la langue :

Le tibétain qu'ils parlent sur XZTV est vraiment très plaisant à entendre. Il est pur, il n'y a aucun mélange¹⁷. Pas celui des bulletins d'information, dont l'accent sinisé est insoutenable. Mais celui des programmes culturels et des séries télévisées est vraiment extraordinaire. Je retrouve des mots et des proverbes que je n'emploie plus depuis 40 ans, et cela me fait chaud au cœur.

X, intellectuel, 60 ans

«Je regarde XZTV pour améliorer ma langue, surtout le vocabulaire, et augmenter ma culture sur mon pays», complète ce répondant de 22 ans. Étant donné le peu de moyens alloués par le gouvernement chinois à la production de séries proprement tibétaines, ce sont principalement des séries chinoises (plus rarement coréennes) qui sont projetées, dont le doublage est effectué par des équipes de traduction composées d'intellectuels reconnus (Rin-chen-skyid 2008). L'appréciation des programmes tibétains de Chine s'est donc développée en exil sur une base paradoxalement très morale, voire patriotique : l'utilisation de la télévision comme instrument pédagogique afin de se conformer à l'une des priorités les plus importantes du gouvernement en exil : la responsabilisation de chaque Tibétain dans la préservation de sa langue (Chen 2011). À ce titre, ce n'est donc pas surprenant que les écoles de Dharamsala aient rendu obligatoire le visionnement non seulement de VOA et de TOTV, mais aussi des programmes éducatifs (culturels et linguistiques) de XZTV.

Conclusion : un Himalaya séparant deux conceptions des médias

L'irruption de la télévision dans la diaspora tibétaine de Dharamsala a soulevé plusieurs interrogations. On a vu que ces nouveaux flux médiatiques globaux n'ont pas vraiment donné naissance à des formes fragmentées ou hybrides d'identité. Les images de la télévision ne se mélangent pas en une infinité de combinaisons comme dans un kaléidoscope, mais sont au contraire compartimentées dans des catégories (presque) étanches. De plus, alors que l'on

17. Les Tibétains de tous horizons se plaignent fréquemment de la perte de la pureté de leur langue orale, qui se mêle, en fonction de l'ancrage géographique des locuteurs, de nombreux termes hindi, chinois ou anglais. En outre, le fait que les présentateurs de XZTV parlent un tibétain artificiel et proche de la langue littéraire (assez distincte des diverses formes régionale de la langue orale, laquelle est souvent méprisée en raison de son « absence de grammaire »). La survalorisation du tibétain littéraire oriente aussi l'opinion favorable des téléspectateurs de Dharamsala.

présente les médias diasporiques comme renforçateurs de cohésion et d'identité, on a souligné qu'ici des médias dans une même langue ne produisent pas d'agrégation, mais au contraire polarisent une communauté en fonction de ses divisions internes (les trajectoires de migration et, dans une certaine mesure, le niveau d'éducation).

Le recul temporel est trop court pour pouvoir déterminer si l'exposition aux médias chinois exerce ou non un impact, et de quelle nature, sur les Tibétains de l'exil. Ces programmes télévisés constituent-ils un « cheval de Troie » (Salzman 1993) qui altèrera progressivement les mentalités, ou ces médias seront-ils laissés dans l'indifférence par une diaspora qui leur en préférera d'autres ? Ce qui est surprenant, c'est que dans cette communauté habituellement si prompte à dénoncer chaque manœuvre hostile du gouvernement chinois (on dénombre plus de quarante journaux et magazines d'orientation séculière rien qu'au sein de l'exil indien, en tibétain, en hindi, en chinois et en anglais), l'arrivée de ces médias à Dharamsala, et même de la télévision satellite en général, n'a donné lieu à aucun commentaire dans la presse, ni à aucun débat dans la sphère publique¹⁸ – alors que dans la plupart des régions où elle fait irruption brutalement, la télévision crée ou transforme les discours sociaux sur les fondements de la vie collective (Wilk 1993 : 229-231). *A contrario*, au Bhoutan, où la télévision est arrivée au même moment, elle a provoqué d'emblée de sérieuses remises en question de la part du gouvernement¹⁹. La présence continue de médias chinois n'a pas davantage fait l'objet de déclarations de la part des autorités tibétaines, ni même indiennes. Lorsque j'évoque ce silence avec les Tibétains, j'affronte un « chœur de dénis » (Salzman 1993 : 211) : « ces médias n'ont aucun effet sur nous, car nous avons la vérité de notre côté, donc nous sommes *waterproof*²⁰ contre la propagande ». Ou encore : « C'est la bénédiction (*jinlab*) du Dalaï-lama qui nous permet de ne pas être contaminés par la propagande ». Ou encore « Nous sommes une société démocratique ici, pourquoi voudrions-nous faire comme eux, bloquer l'information ? ». Le « désaveu de la transformation » (Naficy 1993 : 71) est somme toute fréquent dans les discours des téléspectateurs des diasporas, tant l'injonction de la préservation culturelle est forte. Il se double ici d'une confiance absolue : « La télévision n'a aucune influence sur nous, car nous sommes tous capables ici de faire la différence entre le monde de la télévision et la vraie vie ».

Pour expliquer le gouffre qui sépare ces réactions des déclarations officielles du gouvernement chinois en matière d'usage de la télévision, on pourrait proposer que les deux côtés de l'Himalaya conçoivent implicitement l'impact des

18. Informations de Tashi Tsering, directeur de l'Amnye Machen Institute for Advanced Tibetan Studies (Dharamsala), éditeur de plusieurs journaux et fin observateur de sa communauté.

19. Cinq ans à peine après l'arrivée (1999) de la télévision dans le pays, le gouvernement bhoutanais voulait réguler les chaînes accessibles, en raison des effets délétères sur la culture locale de cette offre globale jugée trop violente. Voir BBC News (2004).

20. Terme utilisé en anglais dans l'entrevue en tibétain.

médias selon des paradigmes théoriques radicalement opposés – paradigmes qui ont conceptualisé pour la première fois le rôle des médias dans la société et dont l'émergence a coïncidé avec l'avènement des médias de masse aux États-Unis dans les années 1930-1940. Ces deux positions théoriques apparaissent certes surannées, à tout le moins réductrices, dans la recherche académique actuelle en Occident. L'emploi que j'en fais ici est plutôt métaphorique, car je souhaite illustrer par deux images intellectuelles fortes et contrastées la compréhension officielle du rôle des médias de masse dans deux cultures qui les utilisent depuis moins longtemps que les États-Unis. Les Tibétains de l'exil semblent concevoir l'impact des médias en termes « d'effets limités » (Lazarsfeld *et al.* 1944) : les médias ne font pas véritablement changer les opinions, ils renforcent en réalité des convictions existantes, car les individus choisissent de ne s'exposer qu'aux messages qui s'accordent avec leur opinion déjà constituée en ignorant les autres. De l'autre côté, le gouvernement chinois, qui a par ailleurs construit sa légitimité par la propagande et la rééducation de la pensée, semble adhérer au paradigme de « la seringue hypodermique » (Tchakhotine 1952 [1939]), où les médias modèlent les foules selon l'idéologie dominante, en injectant régulièrement des idées et des attitudes à des individus atomisés, passifs et donc vulnérables. Il ne fait pas de mystère qu'à l'intérieur de ses frontières, la Chine conçoit officiellement la télévision comme une forme de management social. Ainsi, un article de *China Tibetology* de 2007 justifiait le raccordement systématique des régions rurales tibétaines à la télévision : « La télévision est un moyen de base pour les villageois de communiquer avec le monde extérieur, et elle est un moyen efficace de changer leurs vieilles idées et de réajuster leur comportement » (cité dans Barnett 2009b : 55)²¹. De même, afin de pacifier les moines toujours récalcitrants, les autorités installeront une télévision dans chaque monastère en 2012 « afin d'améliorer le service culturel public fourni par ces monastères, et d'enrichir la vie spirituelle des moines et nonnes »²². À l'extérieur de leurs frontières, à présent, les autorités chinoises conçoivent la diffusion de leur télévision à très grande échelle : elles espéraient, en 2007, pouvoir toucher avec XZTV « 300 000 spectateurs en Inde et au Népal »²³, ou encore, avec le lancement de la chaîne satellite CCTV en arabe en continu en 2009, « 300 millions de personnes dans 22 pays arabophones »²⁴.

Si les exilés tibétains s'estiment hors d'atteinte de la propagande chinoise, c'est en raison de leur conviction que « truth is on our side » (« La liberté est de notre côté », slogan fréquemment utilisé). Depuis les premières années de scolarisation, et à travers une vie entière ponctuée de discours politiques et de commémorations publiques, l'agenda nationaliste de l'exil s'est construit sur une base avant tout *rhétorique*. Lorsqu'il se retrouve confronté à son équivalent

21. Traduction libre.

22. Voir China Tibet Online (2011).

23. Voir Beijing Information (2007), consulté sur Internet (http://www.bjinformation.com/tibet/txt/2007-09/30/content_121375.htm), le 15 décembre 2009, lien à présent caduque.

24. Voir People's Daily Online (2009).

chinois, il ne peut bien sûr que le disqualifier. Mais la puissance du langage télévisuel excède les contenus discursifs. Abu-Lughod (2005 : 9) nous a mis en garde : « La télévision est peut-être l'une des technologies les plus riches et les plus intrigantes de construction nationale [...] parce qu'elle travaille à la fois au niveau culturel et sociopolitique, et elle tisse sa magie à travers les plaisirs et les cadres subliminaux »²⁵. En effet, alors que la télévision en langue tibétaine est appréhendée par la diaspora de Dharamsala comme un outil d'instruction, la télévision est aussi « une énorme machine à produire du désir » (Mankekar 1999 : 311)²⁶. Les téléspectateurs « apprennent [aussi] de la vie à travers les émotions que la télévision éveille en eux » (*ibid.* : 312). Or, en consommant régulièrement des téléromans chinois doublés en tibétain, ils reçoivent plus que des leçons linguistiques : ils observent aussi les « cadres subliminaux » des façons d'être et de parler, des valeurs, du langage corporel, des relations amoureuses, des hiérarchies sociales, des façons d'aménager l'espace domestique, etc., qui leur sont étrangères, mais livrées dans leur langue (Zhu 2008). De plus, selon l'anthropologue Salzman (1993 : 203), l'hégémonie du langage est l'un des cinq effets majeurs des médias de masse sur les spectateurs²⁷. Or, si le parler tibétain de Lhasa dans les téléromans de XZTV est « plaisant à entendre » et « pur », il n'en demeure pas moins légèrement différent du tibétain parlé à Dharamsala. Il reste à voir si « les désirs » produits chez les Tibétains par le tube cathodique s'aligneront dans le sens d'une construction nationale médiatique à laquelle aspire explicitement le gouvernement chinois ; ou si ces désirs seront plutôt canalisés dans des aspirations relevant du consumérisme global, indigénisé pour le moment par les chaînes satellite indiennes.

Translittération des termes tibétains selon le système conventionnel de Turrell Wylie :

<i>gelugpa</i>	<i>dge-lugs-pa</i>
<i>jinlab</i>	<i>byin-rlabs</i>
<i>kunleng</i>	<i>kun-gleng</i>
<i>nyingmapa</i>	<i>rnying-ma-pa</i>
<i>shichag</i>	<i>gzhis-chags</i>
<i>sanjor[wa]</i>	<i>gsar-'byor [ba]</i>

25. Traduction libre.

26. Traduction libre.

27. Les quatre autres sont selon lui : la démocratisation (la remise en question des élites), le consumérisme (« la catéchèse de la consommation comme direction de vie désirable »), la légitimation du mode de vie urbain, voire cosmopolite, et la promotion d'idéologies scientifiques et étatiques (Salzman 1996 : 203).

Références

- ABU-LUGHOD L., 2005, *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*. Chicago, The University of Chicago Press.
- AKSOY A. et K. ROBINS, 2003, « Banal Transnationalism: The Difference that Television Makes »: 89-104, in K.H. Karim (dir.), *The Media of Diaspora*. Londres, Routledge.
- APPADURAI A., 1996, *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, The University of Minnesota Press.
- BARNETT R. 2009a, « The Tibet Protests of Spring, 2008: Conflict between the Nation and the State », *China Perspectives*, 3: 6-25.
- , 2009b, « Television Drama Series in Tibet »: 51-70, in *Tibetan Arts in Transition: A Journey through Theatre, Cinema and Painting. Seminars Proceedings, Rome and Naples 2008-2009*. Rome, ASIA Onlus.
- BBC NEWS, 2004, « Has TV Changed Bhutan? », 17 juin, consulté sur Internet (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3812275.stm>), le 16 avril 2012.
- BEIJING INFORMATION, 2007, « La chaîne par satellite en langue tibétaine de la Télévision du Tibet va réaliser l'émission 24 heures sur 24 », 30 septembre, consulté sur Internet (http://www.bjinformation.com/tibet/txt/2007-09/30/content_121375.htm), le 15 décembre 2009; lien à présent caduque.
- BENTZ A.-S., 2010, *Les réfugiés tibétains en Inde. Nationalisme et exil*. Paris, Presses universitaires de France.
- BHUCHUNG D.S., 2002, *Dandelions of Tibet*. New Delhi, Winsome Books.
- BORDES-BENAYOUN C., 2010, « Contemporary Diasporas, Nationalism, and Transnationalism Politics »: 47-58, in A. Gal, A.S. Leoussi et A.D. Smith (dir.), *The Call of the Homeland: Diaspora Nationalisms, Past and Present*. Leiden, Brill.
- BRINKERHOFF J.M., 2009, *Digital Diasporas: Identity and Transnational Engagement*. Cambridge, Cambridge University Press.
- BUTCHER M., 2003, *Transnational Television, Cultural Identity, and Change: When STAR Came to India*. New Delhi, Sage Publications.
- CHEN S.T., 2009, *Living with "Tibet": The Local, the Translocal, and the Cultural Geography of Dharamsala*. Thèse de doctorat en anthropologie culturelle non publiée, Emory University.
- , 2012, « When "Exile" Becomes Sedentary: On the Quotidian Experiences of "India-born" Tibetans in Dharamsala, North India », *Asian Ethnicity*, 12, 3: 1-24, consulté sur Internet (<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14631369.2012.630568>), le 16 avril 2012.
- CHINA TIBET ONLINE, 2011, « Tibet to Equip All Temples with TV and Radio in 2012 », 9 décembre, consulté sur Internet (<http://chinatibet.people.com.cn/96069/7670884.html>), le 16 avril 2012.
- CLIFFORD J., 1994, « Diasporas », *Cultural Anthropology*, 9, 3: 302-338.
- , 1997, *Routes: Travel and Translation in the Last Twentieth Century*. Cambridge, Harvard University Press.

- COHEN R., 2006, «Diasporas : Changing Meaning and Limits of the Concept» : 39-48, in W. Berthomière et C. Chivallon (dir.), *Les diasporas dans le monde contemporain*. Paris, Karthala.
- DAYAN D., 1997, «Médias et diasporas», *Les Cahiers de Médiologie*, 3 : 91-97.
- DEPREZ C., 2010, *Bollywood. Cinéma et mondialisation*. Villeneuve-d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion.
- DIEHL K., 2002, *Echoes from Dharamsala : Music in the Life of a Tibetan Refugee Community*. Berkeley, University of California Press.
- GEORGIU M., 2006, *Diaspora, Identity and the Media : Diasporic Transnationalism and Mediated Spatialities*. New York, Hampton Press.
- GILLESPIE M., 1995, *Television, Ethnicity and Cultural Change*. Londres, New York, Routledge.
- GOLDSTEIN M.C., 1978, «Ethnogenesis and Resource Competition among Tibetan Refugees in South India. A New Face to the Indo-Tibetan Interface» : 395-420, in J.F. Fischer (dir.), *Himalayan Anthropology : The Indo-Tibetan Interface*. The Hague, Mouton.
- GOVERNMENT OF INDIA, n.d., «Alphabetical List of Towns and Their Population : Himachal Pradesh» : n.p., in *Census of India 2001*, consulté sur Internet (http://censusindia.gov.in/towns/HP_towns.pdf), le 16 avril 2012.
- HENRION-DOURCY I., 2007, «De l'exil à l'asile : témoignages et authenticité culturelle des candidats tibétains au statut de réfugié politique en Belgique», *Civilisations*, 56 : 121-158, disponible sur Internet (<http://civilisations.revues.org/index157.html>), le 16 avril 2012.
- , 2012, «Easier in Exile? Comparative Observations on Doing Research among Tibetans in Lhasa and Dharamsala» : 307-336, in S. Turner (dir.), *Red Stamps and Gold Stars. Fieldwork Dilemmas in Upland Socialist Asia*. Vancouver, University of British Columbia Press.
- KLIEGER C.P., 2002, *Tibet-o-Rama : Self and Other in a Tale from the Edge of Tibet*. San Francisco, Green Arrow Press.
- LAU T., 2010, «The Hindi Film's Romance and Tibetan Notions of Harmony : Emotional Attachment and Personal Identity in the Tibetan Diaspora in India», *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 36, 6 : 967-987.
- LAZARFELD P.F., B. BERELSON et H. GAUDET, 1944, *The People's Choice : How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. New York, Duell, Sloan and Pearce.
- LOPEZ D., 1998, *Prisoners of Shangri-La : Tibetan Buddhism and the West*. Chicago, The University of Chicago Press.
- MANKEKAR P., 1999, *Screening Culture, Viewing Politics : An Ethnography of Television, Womanhood, and Nation in Postcolonial India*. Durham, Duke University Press.
- MATTELART T., 2009, «Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs», *tic&société*, 3, 1-2, consulté sur Internet (<http://ticetsociete.revues.org/600>), le 10 avril 2010.
- NAFICY H., 1993, *The Making of Exile Cultures : Iranian Television in the United States*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

- , 2003, «Narrowcasting in Diaspora: Middle Eastern Television in Los Angeles»: 51-62, in K.H. Karim (dir.), *The Media of Diaspora*. Londres, Routledge.
- PEOPLE'S DAILY ONLINE, 2009, «China State TV Broadcaster to Launch 24-Hour Arabic Channel», 24 juillet, consulté sur Internet (<http://english.people.com.cn/90001/90776/90883/6709725.html>), le 16 avril 2012.
- PLANNING COMMISSION OF THE CENTRAL TIBETAN ADMINISTRATION, 2010, *Demographic Survey of Tibetans in Exile – 2009*. Dharamsala, Planning Commission of the Central Tibetan Administration.
- REIS R., 1998, «Impact of Television Viewing in the Amazon», *Human Organization*, 57, 3: 300-306.
- RIN-CHEN-SKYID, 2008, *Bod kyi bod-skad brnyan-'phrin gyi skad-cha la dpyad-pa* [Discussion sur les usages linguistiques à la télévision du Tibet en tibétain]. Beijing, Krung-go bod-rigs dpe-skrun-khang.
- ROBBINS B., 1998, «Introduction, Part I: Actually Existing Cosmopolitanism»: 1-19, in P. Cheah et B. Robbins (dir.), *Cosmopolitics: Feeling beyond the Nation*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- SALZMAN P.C., 1993, «The Electronic Trojan Horse: Television in the Globalization of Paramodern Societies»: 197-216, in L. Arizpe (dir.), *The Cultural Dimension of Global Change: An Anthropological Approach*. Paris, UNESCO.
- SANTIANNI M., 2003, «The Movement for a Free Tibet: Cyberspace and the Ambivalence of Cultural Translation»: 189-201, in K.H. Karim (dir.), *The Media of Diaspora*. Londres, Routledge.
- SHAKYA T., 2008, «The Gulf Between Tibet and Its Exiles», *Far Eastern Economic Review*, 2 mai, consulté sur Internet (<http://www.feer.com/essays/2008/may/the-gulf-between-tibet-and-its-exiles>), le 16 avril 2012.
- TCHAKHOTINE S., 1952 [1939], *Le viol des foules par la propagande politique*. Paris, Éditions Gallimard.
- TÖLÖLYAN K., 2010, «Beyond the Homeland: From Exilic Nationalism to Diasporic Transnationalism»: 27-45, in A. Gal, A.S. Leoussi et A.D. Smith (dir.), *The Call of the Homeland: Diaspora Nationalisms, Past and Present*. Leiden, Brill.
- TSEPAK R., 2004, «The Tibetan Schools in the Diaspora»: 266-278, in D. Bernstorff et H. von Welck (dir.), *Exile as Challenge: The Tibetan Diaspora*. New Delhi, Orient Longman.
- VAHALI H.O., 2009, *Lives in Exile. Exploring the Inner World of Tibetan Refugees*. Delhi, Routledge.
- WILK R., 1993, «“It's Destroying a Whole Generation”»: Television and Moral Discourse in Belize», *Visual Anthropology*, 5: 229-244.
- YEH E.T., 2007, «Exile Meets Homeland: Politics, Performance, and Authenticity in the Tibetan Diaspora», *Environment and Planning D: Society and Space*, 25, 4: 648-681.
- ZHU Y., 2008, «Transnational Circulation of Chinese Language Television Dramas», *Global Media and Communication*, 4, 1: 59-80.

RÉSUMÉ – ABSTRACT – RESUMEN

Une rupture dans l'air. La télévision satellite de Chine dans la communauté tibétaine en exil à Dharamsala (Inde)

La plupart des études des diasporas soulignent le rôle de cohésion culturelle, sociale et souvent politique joué par les médias au sein de ces groupes établis à travers plusieurs espaces nationaux. Mais tous les médias dans la langue du groupe sont-ils pour autant des vecteurs de cohésion ? Le cas de la télévision satellite dans la communauté tibétaine de Dharamsala (Himachal Pradesh, Inde), où cette enquête ethnographique a été menée, est particulier, du fait que les Tibétains ont accès, depuis à peine une dizaine d'années, à une offre télévisuelle aussi foisonnante qu'idéologiquement variée. À la soixantaine de chaînes du bouquet de STAR, G et Sony TV s'ajoutent des médias diasporiques (deux programmes en tibétain réalisés soit à Dharamsala, soit à Washington) et des médias transnationaux (trois chaînes en tibétain et trois autres en chinois diffusées depuis le Tibet). Les observations révèlent que la consommation différentielle de ces médias met en lumière les fractures internes de la communauté, non seulement selon l'âge, mais aussi et surtout selon le parcours migratoire, plus ou moins ancien en Inde, des téléspectateurs. Par ailleurs, l'impact d'une exposition continue des exilés, très politisés, aux médias chinois est soit passé sous silence par les autorités, soit démenti par les spectateurs, au nom d'une rhétorique qui survalorise les contenus discursifs à la fois de l'identité tibétaine et du langage télévisuel. Or, celui-ci n'est pas qu'outil pédagogique, il est aussi machine à créer du désir, consommatoire ou affectif, deux dimensions pour l'instant négligées localement.

Mots clés : Henrion-Dourcy, télévision satellite, Tibet, Inde, Chine, diasporas, identité

A Rupture in the Air. Chinese Satellite TV in the Exiled Tibetan Community of Dharamsala

Most diaspora studies emphasize how media maintain the cultural, social and often political cohesion of those groups scattered across several national spaces. But are all the media in the diasporic group's own language always entailing cohesion ? The case of satellite television in the Tibetan community of Dharamsala (Himachal Pradesh, India) is particular, in that the Tibetans have been exposed, for the last dozen years only, to a wealth of satellite programs that are diverse in both origins and ideological content. On top of the sixty or so channels that are part of the STAR, G and Sony packages, they have access to both diasporic media (two Tibetan programs broadcasted from Dharamsala and Washington) and transnational media from Tibet (three channels in Tibetan and three in Chinese). Observations reveal that the differential consumption of those media brings to light the internal fractures of this community, in terms of age and mostly of routes of migration. Moreover, the impact of the continuous exposure of the much politicized exiles to the Chinese media is either ignored officially or denied by local Tibetans, who over-emphasize the discursive content of both their own identity and the language of television. However, television is not merely a pedagogical tool, it is a machine to create desire as well, either in consumption or in affect, and these two dimensions are overlooked locally.

Keywords : Henrion-Dourcy, Satellite TV, Tibet, India, China, Diasporas, Identity

Una ruptura en el aire. La televisión vía satélite de China en la comunidad tibetana exiliada en Dharamsala (India)

La mayoría de estudios sobre las diásporas subrayan el rol de la cohesión cultural, social y con frecuencia política que juegan los medios de comunicación en el seno de los grupos establecidos a través de varios espacios nacionales. ¿Pero acaso todos los medios en la lengua del grupo son vectores de cohesión? El caso de la televisión vía satélite en la comunidad tibetana de Dharamsala (Himachal Pradesh, India), donde se llevó a cabo nuestra encuesta, es notable en el sentido en que los Tibetanos gozan, desde hace apenas unos diez años, de un oferta televisiva tan abundante como ideológicamente variada. A la sesenta canales que ofrece STAR, G y Sony TV, se agregan los medios de la diáspora (dos programas en tibetano realizado sea en Dharamasala o en Washington) y otros medios transnacionales (dos cadenas en tibetano y tres en chino difundidos desde el Tíbet). Las observaciones muestran que el consumo diferencial de dichos medios ilustra las fracturas internas de la comunidad, no solamente de acuerdo con la edad, sino también y sobre todo de acuerdo con la trayectoria migratoria, más o menos antigua en India, de los telespectadores. Por otra parte, los efectos de una exposición continua a los medios chinos sobre los exilados, muy politizados, sea que ha sido callada por las autoridades, sea que ha sido desmentida por los espectadores, utilizando una retorica que sobrevalora tanto los contenidos discursivos como la identidad tibetana y el lenguaje televisual. Ahora bien, éste último no es solamente una herramienta pedagógica, sino también una máquina para engendrar el deseo, consumista o afectivo, dos dimensiones por el momento localmente olvidadas.

Palabras clave: Henrion-Dourcy, televisión vía satélite, Tíbet, India, China, diásporas, identidad

*Isabelle Henrion-Dourcy
Département d'anthropologie
Pavillon Charles-De Koninck
Université Laval
Québec (Québec) G1V 0A6
Canada
isabelle.henrion-dourcy@ant.ulaval.ca*