

**Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Ecole Nationale Supérieure de Journalisme
et des Sciences de l'Information**



THÈME

**Le discours d'information des médias publics
audiovisuels en Algérie
Étude critique et comparative entre deux médias
(Canal Algérie et Radio Chaîne3)
(2016)**

**THÈSE DE DOCTORAT 3^{ème} Cycle (LMD)
en Sciences de l'Information et de la Communication**

Spécialité : Médias, Communication et Société

Elaborée par : Louiza Bendou

Sous la direction de : Pr. Ouchene Nadia

Présentée et soutenue publiquement le 16/12/2019

Devant le JURY :

M. MOSTEFAOUI Belkacem	Président	Professeur	E.N.S.J.S.I
Mme. OUCHENE Nadia	Rapporteur	Professeur	E.N.S.J.S.I
M.DJAROUN Ali	Membre	MCA	E.N.S.J.S.I
Mme. BOURNANE Fella	Membre	MCA	E.N.S.J.S.I
Mme. EL KENZ Nadia	Membre	Professeur	E.N.S.J.S.I
M. HADJ Dahmane	Membre	MCA	Université Haute-Alsace

1^{ère} Promotion (2014) Année

Universitaire : 2018/ 2019



الموضوع:

الخطاب الاخباري للوسائل السمعية البصرية العمومية في الجزائر

دراسة نقدية ومقارنة بين القناة الإذاعية الثالثة والمحطة التلفزيونية

Canal Algérie (2016)

رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (ل.م.د.)

في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اعلام, اتصال و مجتمع

تحت إشراف : نادية أوشان

من إعداد: بندو الويزة

قدمت و نوقشت علنا : 2019/12/16

أمام أعضاء لجنة المناقشة:

م.و.ع.ص.ع.إ.	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	السيد: مصطفى بلقاسم
م.و.ع.ص.ع.إ.	مقررة	أستاذة التعليم العالي	السيدة: أوشان نادية
م.و.ع.ص.ع.إ.	عضوا	أستاذ محاضر	السيد : جعرون علي
م.و.ع.ص.ع.إ.	عضوا	أستاذة محاضر	السيدة بورنان فلة
جامعة ألاس	عضوا	أستاذ محاضر	السيد : حاج دحمان
م.و.ع.ص.ع.إ.	عضوا	أستاذة التعليم العالي	السيدة : نادية الكنز

الدفعة :الأولى- 2014
السنة الجامعية:2018- 2019

Remerciements

Je voudrais en premier lieu exprimer ma grande reconnaissance et ma profonde gratitude envers ma directrice de thèse Madame Nadia Ouchene, Professeur pour avoir accepté de diriger mes recherches. Elle s'y est grandement impliquée par ses observations, ses remarques et suggestions pertinentes ainsi que par ses encouragements sur plusieurs années durant.

Mes remerciements vont également au Docteur Said Chabani pour sa disponibilité et surtout pour ses judicieux conseils qui ont contribué à alimenter ma réflexion. Je remercie aussi Madame et Monsieur El Kenz qui ont bien voulu me faire bénéficier de leurs précieuses expériences professionnelles à travers leurs pertinentes réflexions et conseils. Je remercie également les membres du jury qui m'ont honorée en acceptant de lire et d'évaluer cette thèse.

Je m'incline devant la mémoire de Professeur Brahim Brahimi, le premier directeur de l'école ENSJSI, qui a ouvert les portes de l'école aux professionnels, sans oublier de rendre hommage à mes professeurs décédés, Zahir Ihaddaden, Abou El Kacem Dellal et Slimane Benaziez, qu'ils reposent en paix.

J'adresse mes sincères remerciements à tous les professeurs, enseignants, journalistes, responsables et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé mes réflexions et accepté de me rencontrer et de répondre à mes questions durant mes recherches.

Je remercie mon directeur de l'information au sein de la Chaîne 2, monsieur Madjid Ferhati pour ses conseils et son soutien durant ces longues années de recherche.

Je tiens à témoigner toute ma reconnaissance à mes amis et collègues : Tarik Chami, Athmane Ouled Mohand, Aid Houas, Mohamed Abdoumoutalib, Abdelkader Benrenou, Arezki Hemmadi, Mouloud Ahfir, Yacine Mouhous et d'autres pour leur touche exceptionnelle dans l'élaboration et la conception de cette thèse.

Au terme de ce parcours, je remercie celles et ceux qui me sont chers. Leur attention et encouragements m'ont accompagnée tout au long de ces années. Je suis redevable à mon mari Djamel Maafa, mes enfants ; Anouar, Nassim, Zineddine et Rania, ma mère, mes sœurs, mes frères et mon neveu Ahmed pour leur aide et soutien moral pendant ces années de recherche.

Le plan

Introduction

Partie I : Les médias audiovisuels en Algérie et le traitement de l'information

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie22-56

Chapitre II : Le service public des médias 58-84

Chapitre III : L'éthique de l'information médiatique86-107

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre constructivisme et réalisme..... 108-128

Chapitre V : L'analyse du discours médiatique en contexte 130-159

Partie II : Le discours d'information de Canal Algérie et de la Chaîne 3.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition... 162-187

Chapitre VII : Les rubriques des éditions et les sources 189-220

Chapitre VIII : Les modes discursifs 224-248

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions 250-277

Chapitre X : Dérives et contraintes.....280-307

Résultats de la recherche 311-325

Conclusion générale327-331

Résumé

Cette recherche consiste à apporter une réflexion sur le discours des médias publics audiovisuels en Algérie, en prenant comme échantillon deux médias, Canal Algérie (la Télévision algérienne) et la Chaîne 3 (la Radio nationale), pendant l'année 2016. Le dessein de notre thèse est de s'interroger sur la compatibilité du discours d'information de ces médias avec la mission de service public et les règles de l'éthique et de la déontologie de l'information médiatique.

Notre analyse du discours d'information, se focalise essentiellement sur le texte et le contexte du produit informationnel de ces deux médias, tout en appuyant notre recherche sur des données collectées par l'outil d'entretien.

La mainmise de l'État sur les médias lourds, à travers des cahiers de charges spécifiques, nous apparaît un facteur déterminant qui fait de ces médias des simples instruments de propagande, particulièrement la Télévision, en délaissant leur vraie mission du service public.

Mots clés : Médias audiovisuels, service public, éthique des médias, discours d'information.

هذا البحث يتمحور حول التصور عن الخطاب الإخباري عبر وسائل الإعلام العمومية في المجال السمعي البصري في الجزائر و أخذنا كعينة لذلك قناة كانال الجيري الناطقة بالفرنسية و التابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري و عن الإذاعة الوطنية أخذنا القناة الثالثة بالفرنسية أيضا وهذا خلال سنة 2016. إن الهدف من دراستنا يتمحور حول إشكالية مطابقة الخطاب الإخباري لهاتين الوسيلتين الإعلاميتين مع مهام الخدمة العمومية وكذا قواعد أخلاقيات المهنة الصحفية .

ان تحليلنا للخطاب الإخباري اعتمد أساسا على النص و النسق بالتركيز على المعطيات التي استقينها عن طريق المقابلة, ويظهر أن سيطرة الدولة على وسائل الإعلام الثقيلة عبر دفا تر الشروط الخاصة تعتبر من العوامل التي جعلت هاتين القناتين مجرد وسيلة للدعاية بالخصوص التلفزيون وهذا بالتخلي عن المهام الأساسية المنوطة بها و التي تتمثل في الخدمة العمومية .

الكلمات المفتاحية: الإعلام السمعي البصري, الخدمة العمومية, أخلاقيات الإعلام, الخطاب الإخباري

Abstract

This research consists on reflecting on the discourse of the public media in Algeria, taking as sample two media, Canal Algérie (Algerian Television) and Chaîne 3 (the national Radio), during the year 2016.

The purpose of our thesis is to question the compatibility of the information discourse of these media with the missions of public service and the rules of the ethics and deontology of media information.

Our analysis of the information discourse focuses primarily on the text and context of the informational product of these two media, while supporting our research on data collected by the interview.

The state's control over the so-called "heavy media", through particular specifications, seems to us a determining factor that makes these media pure propaganda tools, especially television, by abandoning their true mission, which is public service.

Keywords : Audiovisual Media, Public Service, Media Ethics, News discourse

Introduction

Introduction

Les médias en Algérie ont une spécificité particulière et historique, étant donné le rôle central qu'ils ont joué d'abord pendant la guerre de la libération nationale en accompagnant la révolution et ensuite après l'indépendance en aidant le pays dans sa construction.

Penser à aborder le discours des médias publics audiovisuels en Algérie (la télévision et la radio) comme thème de recherche, dans le cadre d'une thèse de doctorat est un choix qui répond à plusieurs considérations.

Tout d'abord notre volonté de montrer comment ces médias publics audiovisuels assurent la mission de service public, qui est la leur en Algérie.

De plus, notre proximité professionnelle avec ces médias en tant que journaliste au sein de la Radio nationale, a grandement motivé ce choix. Ceci, nous a permis de vivre et de comprendre de plus près les rouages de la gestion et de la conception de l'information ainsi que les contraintes que les journalistes affrontent au quotidien en exerçant leur métier.

Ce qui a justifié ce choix, réside aussi dans le fait que les études sur le discours d'information au sein des médias audiovisuels en Algérie ne sont pas nombreuses. Notre intérêt donc est d'apporter une modeste contribution à ce champ qui revêt une grande importance. Dans ce sens, les objectifs assignés à cette recherche se résument au décryptage du discours d'information que la Chaîne 3 (Radio algérienne) et Canal Algérie (la Télévision algérienne) diffusent à travers l'édition du soir (dix-neuf heures). Et ceci en analysant et en comparant la manière dont chacun de ces médias réalise les différentes couvertures médiatiques.

Il est question également de décoder le contenu de ces discours, en tentant de mettre en évidence, à partir du contenu manifeste, explicite, un éventuel contenu latent, c'est-à-dire, un sens caché, implicite et orienté.

Parmi les rares ouvrages qui ont traité de la Télévision algérienne, nous enregistrons les travaux du professeur Mostefaoui*, concentrés généralement sur le service public de la Télévision algérienne.

Dans son étude, en collaboration avec l'Institut Panos Paris, intitulée « la mission du service public audiovisuel en Algérie », ¹ publiée sur internet en 2012, le chercheur dresse un état des

*Belkacem Mostefaoui, professeur des universités à ENSJSI et expert des médias.

Introduction

lieux de la mission du service public audiovisuel en Algérie car, avec la multiplication des canaux d'information, la libéralisation des médias est entamée, situation de fait entraînant inévitablement des réformes pour accompagner ce changement.

L'auteur dans ses recommandations insiste sur la diversité d'opinions dans les différents programmes de la Télévision algérienne notamment dans les journaux télévisés, et cela, en ouvrant l'antenne à l'opposition politique.

La pertinence de cette étude, en l'occurrence pour notre recherche, consiste à représenter l'un des modèles des médias de notre étude à savoir EPTV.

La deuxième recherche que nous avons jugée pertinente est celle élaborée par Mustapha Khelifi, cadre à la Télévision algérienne intitulée « Algérie, reconstruire le service public de télévision », éditée par Images éditions en 2005(Alger). Cette recherche tente d'évaluer les pratiques du service public au sein de cette entreprise en mettant le doigt, aussi bien sur les déficiences et les lacunes tant règlementaires que techniques, qui représentent des obstacles majeurs devant l'essor de la Télévision algérienne. L'auteur propose quelques solutions pour améliorer la pratique du service public, entre autres, la désignation d'une haute autorité de régulation, de préférence indépendante du pouvoir des politiques et celui de l'argent, dotée de larges prérogatives lui permettant de contrôler l'exercice du service public de la télévision.

Une autre contribution que nous avons jugée très utile est celle effectuée par docteur Daoud Djefafila,²en 2012, intitulée :²« Quel avenir pour la télévision de service public en Algérie à l'ère numérique » ? L'auteur pose la problématique suivante :

Après cinq décennies d'existence, la télévision du service public est-elle capable aujourd'hui de continuer à éduquer, à informer et à distraire les téléspectateurs ? Cette question, dit l'auteur, est d'actualité, car l'explosion communicationnelle qui engendre l'entrée des NTIC dans l'espace médiatique a modifié le paysage de l'offre informationnelle. L'article conclut que la télévision du service public en Algérie, est en discontinuité avec ses usagers, d'où vient l'urgence de la mise en place d'une stratégie pour redéfinir ses fonctions sociales et citoyennes.

¹ Belkacem Mostefaoui, La mission de service public audiovisuel dans la région Maghreb Mashrek, 2012, <https://www.academia.edu/2134048>.

²Daoud Djefafila, Quel avenir pour la télévision du service public ?, Revue des sciences de l'homme et de la société, (3), 2012, pp 3-41.

Introduction

Ces recherches, sans doute, représentent un socle sur lequel notre travail est fondé, car elles nous ont donné un aperçu sur la situation de la Télévision algérienne. Par contre, les recherches sur la Radio algérienne sont presque inexistantes. Cependant, nous mentionnons cette thèse de doctorat de Hakim Hamzaoui, intitulée « L'influence des facteurs socio-professionnels sur le travail des journalistes de la Radio Algérienne »,³ en prenant comme exemple cinq chaînes de la Radio algérienne (La Chaîne 1, la Chaîne 2, la Chaîne 3, la Radio Internationale et la Radio Net). Le chercheur suppose que les facteurs socioprofessionnels sont à l'origine du manque de liberté d'expression et de création des journalistes de la Radio algérienne. À base d'une étude empirique, l'auteur a étudié plusieurs facteurs influençant directement la pratique journalistique au sein de ce média, comme l'organisation du travail, la trame et la routine et les facteurs de la sphère extérieure à l'entreprise.

Les résultats de la recherche confirment, dans l'ensemble, que le rôle du journaliste au sein de cette entreprise consiste particulièrement à transmettre le message des personnes qui représentent les institutions publiques comme à l'ère du « Parti unique ».

Malgré l'importance de ces études, nous mentionnons que l'aspect lié au discours de l'information a été négligé d'où vient la nécessité de se pencher sur cette question.

Concernant la radio, la négligence de ce média, n'est pas une spécificité algérienne, partout dans le monde, la radio est considérée comme le parent pauvre des médias devant l'essor de la télévision. Le constat est fait en France par Jean- François Têtu⁴ : « de tous les travaux consacrés à la radio, les recherches historiques sont de loin dominantes, comme si ce média appartenait déjà au passé ». Nous tenterons de compenser cette indigence en mettant à profit notre longue expérience en tant que journaliste au sein de la Radio nationale. De ce fait, il nous semble judicieux de prendre le discours médiatique lui-même comme objet d'étude qui présente un intérêt de taille dans le cadre d'une recherche sur les médias publics en Algérie.

Il est vrai que la première fonction des médias est une fonction de formation,⁵ mais ils sont aussi des acteurs et des relais d'influence en assurant l'élaboration et la circulation des idées dans l'espace public. L'influence des médias dépasse leur fonction de transmetteur d'information à leur capacité à structurer les préoccupations et les connaissances du public. Après l'âge d'or de la presse écrite entre 1870 et 1914, il ne fallait pas attendre trop longtemps après l'apparition de la radio (1906) et la télévision (1920) pour que leur impact

³ Hakim Hamzaoui, « L'influence des facteurs socio professionnels sur la pratique des journalistes de la radio nationale », thèse de doctorat, sous la direction de Redouane Boudjmaa, Université Alger 3, soutenue en 2018.

⁴ Jean François Têtu, la radio un média délaissé, Hermès(38), 2004, pp63-69.

⁵ Bernard Lamizet, Le langage politique, ellipses, p 10.

Introduction

dépasse celui de la presse. Ces médias de masse étaient des sources d'information, des moyens de divertissement et d'éducation, de propagande et même de manipulation.

L'assertion célèbre de Marshall McLuhan,⁶ selon laquelle Hitler n'aurait pas existé sans la radio, nous démontre combien ce média a servi les nazis sous la direction de Joseph Goebbels*.

En Algérie, les autorités françaises ont introduit la radio et la télévision pendant la période coloniale à des fins exclusivement, propagandistes. Les leaders de la révolution ont su comment y tirer profit pour l'internationalisation de la question algérienne à travers la «Voix de l'Algérie combattante» dont les émissions comportaient des communiqués militaires, des commentaires politiques ainsi que des démentis à la propagande coloniale.

Après l'indépendance, ces médias étaient vite récupérés et gérés exclusivement par l'État. La volonté des pouvoirs publics de laisser ces médias lourds dans leur giron s'est confirmée de jour en jour à travers des pratiques suffocantes qui ne laissaient guère ces médias accomplir leur mission dans un climat de liberté.

Vouloir analyser le discours d'information de ces médias publics audiovisuels n'est pas une mince affaire, il est même plus difficile que le discours politique. Ce constat fait par Patrick Charaudeau⁷ nous montre la complexité de l'analyse du discours d'information des médias.

Tout d'abord, ce concept « discours » est présenté dans différents contextes. En ce sens, il s'est incrusté dans les écrits scientifiques, littéraires et surtout dans les débats médiatiques.

Pris dans son acceptation la plus large, L'instabilité de la notion de discours rend illusoire toute tentative de donner une définition précise du discours. Dominique Maingueneau⁸ explique que le discours n'est pas considéré comme système « langue » au sens saussurien, mais comme l'activité de sujets inscrits dans des contextes déterminés produisant des énoncés d'un autre ordre que celui de la phrase.

Si dans un passé récent, le terme de discours ne se référait qu'à une production orale, de nos jours, celui-ci recouvre non seulement le discours oral, mais aussi le texte écrit, c'est-à-dire qu'il s'applique aux énoncés oraux et écrits. Dans ce sens George Elia Sarfati,⁹ explique que

⁶Jean Jaques Cheval, la radio: Un média démocratique ? Une mise en perspective française et internationale, p1-20.

* Joseph Goebbels était ministre de l'information et de propagande dans le gouvernement d'Hitler entre 1933 et 1945.

⁷Charaudeau, Le discours d'information médiatique la construction du miroir social, NATHAN, Paris, p 6.

⁸Dominique Maingueneau, Les termes clés de l'analyse du discours, éditions du Seuil, 2009, p44.

⁹Georges-Elia Sarfati, Eléments d'analyse du discours, Armand Colin, 2005, 2eme édition, Paris, p14.

Introduction

le texte est la base du discours en se représentant comme un objet empirique de l'analyse du discours, ensemble suivi cohésif et cohérent d'énoncés qui constituent un propos écrit ou oral. Il semble qu'il n'y ait pas de mot plus polysémique que "discours" dans le champ de la linguistique. En effet, ce terme connaît non seulement des emplois variés, mais aussi des délimitations assez floues.

Pour Patrick Charaudeau, ¹⁰« le discours n'est pas la langue bien que ce soit avec la langue que l'on fabrique du discours ». Le discours est toujours tourné vers autre chose que les seules règles d'usage de la langue. Il résulte de la combinaison des circonstances dans lesquelles on parle ou écrit (l'identité de celui qui parle et de celui à qui il s'adresse, le rapport d'intentionnalité qui les relie et les conditions physiques de l'échange) avec la façon dont on parle. C'est donc l'intrication des conditions extra-discursives et des réalisations intra-discursives qui produit du sens.

Quant aux genres et types de discours, une grande divergence s'installe devant une définition exacte de ces deux concepts, certains emploient indifféremment « genre » et « types de discours », mais la tendance dominante est plutôt de distinguer les genres de discours relevant de divers types de discours associés à de vastes secteurs d'activité sociale.

Sur cette base Charaudeau,¹¹ explique que le discours informatif pourrait être considéré comme type plus général que le discours d'information médiatique.

Cette imbrication des concepts, discours /médias est récente, elle s'est proliférée avec l'essor surtout de la télévision. Il est vrai que le mot « information » a émergé en France dès le XII^e siècle, mais dans un sens d'abord essentiellement judiciaire, « faire des informations » veut dire « procéder à des enquêtes judiciaires ». ¹² Il fallait attendre la troisième république, avec le développement de la presse, pour que l'information prenne son sens actuel « de fait décrit et rapporté à la connaissance du public ». ¹³ Le journaliste devient l'homme de l'information.

Informé, semble devenir le domaine réservé d'un secteur particulier : les médias, dont la vocation essentielle serait d'informer le citoyen, comme instance de transmission chargée de faire circuler un certain savoir de la source au récepteur. Le discours informatif et discours propagandiste ont en commun d'être plus particulièrement centrés sur leur cible. Le second pour séduire ou persuader cette cible, le premier pour lui transmettre du savoir.

¹⁰ Patrick Charaudeau, Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours, De Boeck, p30.

¹¹ Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social, *Op.cit.*, p43.

¹² Philippe Breton, Serge Proulx, L'explosion de la communication, la découverte, quatrième édition, 2012, p100. ¹³ *Ibid.*

Introduction

Afin qu'un événement puisse devenir une information destinée pour un public, il devra répondre à un protocole de critères. La principale valeur d'une nouvelle est sa signification.¹⁴ Elle doit transmettre un contenu pour le public. Il doit s'agir d'un fait inédit, dont on n'a pas entendu parler, et de tout ce qui est sur le point de se produire. Il ne s'agira d'ailleurs pas toujours d'un événement, mais aussi bien d'une idée ou d'une opinion. Donc la sélection des événements qui deviendront des nouvelles est dirigée par les préférences des représentants du média. Pour reprendre l'explication de Mustapha Khelifi¹⁵ « informer, c'est-à-dire fabriquer une série de journaux télévisés, des magazines, des documentaires et talk –shows, avec des moyens plus au moins lourds couvrant un champ immense, national ou international ».

Patrick Charaudeau¹⁶ part dans le même sens en confirmant que l'univers de l'information médiatique est bien un univers construit. Il n'est pas comme on le pense parfois le reflet de ce qui se passe dans l'espace public, il est le fait d'une construction.

Daniel Cornu¹⁷ partage cette vision car pour lui une information n'est pas la vérité. Elle ne reflète qu'un aspect, qu'un fragment de la réalité ; elle est nouvelle du jour, qui sera enrichie et peut-être contredite le lendemain.

Donc l'information est un construit qui est régie par des normes de l'éthique pour pouvoir transmettre un discours objectif, la vérité étant la visée de l'information.

Concernant notre recherche, « le discours d'information des médias publics audiovisuels en Algérie, étude critique et comparative entre Canal Algérie et la Chaîne 3 », ce discours est essentiellement le message explicite et latent que ces médias diffusent à travers les éditions de dix-neuf heures, et ce dans un contexte bien déterminé.

Le monopole de l'Etat sur les médias constitue apparemment un élément majeur de la politique de l'information en Algérie. Avant même la proclamation de la « République algérienne démocratique et populaire », l'exécutif provisoire, issu des accords d'Evian prit des décisions pour contrôler les articles et les émissions des chaînes radiophoniques avant leur diffusion.¹⁸

Cette hégémonie de l'État sur les médias s'inscrit dans le prolongement de la guerre de libération nationale où le système politique s'ordonne autour d'un pouvoir qui se stabilise et se centralise pour la construction d'un État à l'abri des pressions politiques de la société civile. Cela explique clairement la domination de l'État sur les médias, comme institutions de

¹⁴ Paul de Maeseneer, A vous l'antenne, nouveau Horizons-ARS-Paris, 1992, p 26.

¹⁵ *Idem*, p285.

¹⁶ Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique la construction du miroir social, *Op.cit.*, P122.

¹⁷ Daniel cornu, Journalisme et vérité, éditions, Labor et Fides 2009, p335.

¹⁸ Brahim Brahmi, Le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie, éditions l'Harmattan, 1989, p25.

Introduction

souveraineté qui ne doivent pas échapper à son contrôle, situation justifiée par le fait que celui-ci constitue une variante classique de la surveillance du territoire national pour contrer les menaces étrangères en tous genres.¹⁹

Après les événements d'octobre 1988, la constitution de 1989 et le nouveau code de l'information, conduisent l'Algérie vers une nouvelle ère. Concernant l'audiovisuel, la notion des cahiers de charges pour la Télévision et la Radio étaient une innovation réelle, transformant ces deux organes en EPIC (entreprise publique à caractère industriel et commercial).²⁰

Pour Mustapha Khelifi,²¹ cette notion du service public renvoie à une dimension politico-culturelle, et peut même revêtir parfois un caractère quasiment idéologique.

Le service public de l'audiovisuel se caractérise par la réalisation de la triple mission ; informer, éduquer et divertir. Dans cette réflexion, une des approches qui a marqué la télévision est celle d'Umberto Eco.²² Il distingue ce qu'il appelle la « paléo-télévision » et la « néo-télévision » comme deux manières de faire et de concevoir la télévision. La paléo-télévision venue d'en haut, télévision des pionniers, du monopole et du modèle pédagogique, asservie au pouvoir politique et de l'autre une néo-télévision qui pose, elle, de façon cruciale, la question du rapport entre le média et la société civile.

De ce qui précède, nous formulons notre question principale de recherche comme suit :

Les médias publics audiovisuels sont-ils en rapport de compatibilité ou d'incompatibilité, dans leurs discours d'information, avec la mission de service public et les règles de l'éthique et de la déontologie relatives à l'activité d'information ?

Pour répondre à cette problématique, nous avons formulé les interrogations suivantes :

- 1- Quelles spécificités caractérisent essentiellement le champ médiatique contemporain en Algérie ?
- 2- Quelles places l'information officielle et celle de service public occupent-elles dans le discours informatif de la Chaîne 3 et Canal Algérie et quelles sont les dérives et les contraintes de ce discours ?
- 3- le discours informatif est-il identique dans sa conception, son traitement, son contenu manifeste et latent et son mode de présentation entre les deux modèles de médias ?

¹⁹ Mustapha Khelifi, *Reconstruire le service public de télévision*, images éditions, Alger 2005, p8.

²⁰ Decret exécutif N°91-101 du 20 avril 1991.

²¹ Mustapha Khelifi, *Reconstruire le service public de télévision*, *Op.cit.*, p15.

²² Umberto Eco, « TV : la transparence perdue », in *la guerre du faux*, Grasset et Fasquelle, Paris 1985, pp213-239.

Introduction

Notre hypothèse générale est formulée par ce qui suit :

Les médias publics audiovisuels algériens, constituent un enjeu politique, renfermant une très grande charge symbolique et émotionnelle intégrée dans la conscience collective des Algériens, comme les premiers vecteurs de l'information sur la guerre de Libération nationale. De ce fait, ces médias sont considérés comme des institutions de souveraineté qui ne doivent pas échapper au contrôle systématique de l'État, et ceci explique la domination d'un discours officiel, qui est jugé incompatible à la mission de service public et les règles de l'éthique et de la déontologie de l'information.

Nos hypothèses secondaires sont libellées comme suit :

- 1- Les médias publics audiovisuels en Algérie semblent favoriser l'information officielle en détriment de l'information concernant directement le citoyen, et la notion de « service public » est interprétée par ces médias comme le « service de l'État ».
- 2- L'actualité liée directement aux citoyens est modestement présente dans les éditions des deux chaînes et placée en deuxième lieu après l'information officielle.
- 3- Entre la volonté de répondre aux exigences de service public et le respect de la ligne éditoriale de ces médias, les journalistes sont dans l'obligation de faire l'équilibre entre les deux impératifs.

Cette recherche s'appuie sur une méthodologie d'investigations ou grille d'analyse recourant aux démarches hypothético-déductives et inductives, ainsi qu'à la méthode comparative. Méthodes de recherche, qui partent, respectivement, des hypothèses à la confrontation des faits, des faits aux énoncés généraux, des parallèles aux ressemblances ou dissimilitudes, intégrant divers outils : observations, interviews, analyse du discours, échantillons d'enregistrement de journaux sonores, etc.

Tout ceci nous permettra de constituer un corpus, sur lequel nous nous baserons, pour la réalisation de notre étude, axée sur des réponses aux interrogations, ainsi que sur la vérification, la confirmation ou l'infirmité éventuelle des hypothèses de départ, ce sur la base des résultats obtenus.

Introduction

Notre recherche s'articule autour du choix d'un échantillon d'information du journal de dix-neuf heures de Canal Algérie « la Télévision nationale » et celui de la Chaîne 3, et ce pendant un mois construit²³ de l'année 2016.

Quant à la méthodologie de recueil des matériaux, elle consiste à entreprendre des recherches à partir de sources bibliographiques assez fournies : ouvrages de référence, livres, articles de journaux et de revues, documents sonores, administratifs, législatifs, sites internet, etc.

Au regard de ce que nous avons développé ci-dessus, notre travail de recherche est structuré autour des principaux axes suivants :

La première partie intitulée « les médias audiovisuels en Algérie et le traitement de l'information », est scindée en cinq chapitres :

Dans le premier chapitre, nous reviendrons sur la politique de l'information en Algérie, dans son premier volet, pour mettre en exergue la politique de gestion des médias pendant la période coloniale et post- coloniale, nous allons illustrer le rôle de la propagande pendant la révolution ainsi que le vide juridique qui marquait la période post- coloniale. Nous allons aussi mettre en évidence l'organisation du secteur des médias audiovisuels en Algérie, à travers les lois relatives à l'information à savoir celles des années 1982, 1990 et 2012.

Dans le deuxième volet de ce chapitre, nous présenterons les deux médias concernés par notre recherche : la Radio Chaîne 3 et Canal Algérie, d'où, la nécessité à notre égard de revenir sur l'historique et l'organigramme de la Radio et la Télévision algérienne.

Le deuxième chapitre sera consacré au service public des médias audiovisuels en Algérie. De prime abord, nous allons suivre succinctement l'évolution historique de la notion de service public à travers l'histoire en illustrant les principes phares à savoir l'égalité, la continuité et la mutabilité.

Ensuite, nous aborderons la notion du service public dans l'audiovisuel à travers ses critères, missions, ainsi que les modèles phares dans le monde. Le service public des médias audiovisuels en Algérie sera largement développé dans ce chapitre à travers la législation qui régit le secteur audiovisuel en Algérie et les cahiers de charges de la Radio et la Télévision.

²³ Jean de Bonville, L'analyse de contenu des médias, de la problématique au traitement statistique, DeBoeck, 2006, P104.

Introduction

L'éthique et la déontologie du journalisme seront abordées dans le troisième chapitre. La première partie traitera les principes de base du journalisme, à savoir, l'intérêt public, le devoir de vérité, la rigueur, l'exactitude, l'équité, l'impartialité et l'intégrité.

La deuxième partie quant à elle, évoquera l'éthique et la déontologie dans la législation algérienne, et ce, à travers les textes et les lois qui régissent l'éthique et la déontologie de l'indépendance jusqu'à nos jours.

Le quatrième chapitre sera consacré au traitement de l'information, à travers deux courants :

-Le courant constructiviste dans le journalisme et le courant du réalisme en journalisme.

Convaincus que l'information est le résultat d'une construction d'un événement, nous avons introduit les défenseurs farouches de ce courant à l'instar de Bernard Delforce et Gregory Derville, Pierre Bourdieu et bien d'autres.

De l'autre côté, le réalisme a aussi sa place dans le journalisme, avec ses leaders, en citant quelques-uns comme Gilles Gautier, Tom Wolfe et Jean R. Searle.

Nous aborderons aussi les grandes théories qui dirigent le traitement de l'évènement : la théorie de gatekeeping, l'agenda setting, l'agenda building et celle des frames.

Dans le chapitre cinq, nous allons présenter notre méthode de recherche, l'analyse du discours médiatique en introduisant les grands courants d'analyse du discours à savoir l'école française, la tendance anglo-saxonne et la tendance allemande. Le contexte de notre recherche sera aussi largement évoqué dans ce chapitre.

Quant à la deuxième partie de notre recherche, nous reviendrons sur les résultats de l'analyse du discours d'information de Canal Algérie et la Chaîne 3. Dans ce contexte, nous allons revenir surtout sur les rubriques des éditions, les modes discursifs et les intervenants externes. Les dérives et les contraintes de ces deux médias seront largement développées dans cette partie.

Partie I : Les médias publics audiovisuels en Algérie et le traitement de l'information

Cette partie sera consacrée aux fondements théoriques de cette recherche.

Elle se divise en cinq chapitres bien distincts.

Tout d'abord, nous allons tenter d'expliquer la politique entreprise par les autorités algériennes dans la gestion du secteur de l'information et ce, depuis la Révolution de novembre 1954 jusqu'aux textes les plus récents.

Dans le souci de répondre à notre problématique, nous allons aborder dans le deuxième chapitre la notion de service public, à travers sa perception dans les médias de quelques pays. Et puis nous allons tenter d'illustrer son introduction dans la législation concernant les médias algériens.

Nous allons revenir dans le troisième chapitre sur l'éthique et de la déontologie des médias selon les normes internationales. Après nous tenterons d'expliquer cette notion à travers la législation des médias algériens.

Dans cette partie nous allons également aborder dans le quatrième chapitre, le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme et enfin nous présenterons notre méthode de recherche ainsi que son contexte.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Il est extrêmement difficile de comprendre l'état et le fonctionnement des médias, sans plonger dans l'histoire et de suivre le processus de leur évolution à travers le temps. Tout d'abord, nous allons commencer par la période coloniale, où l'information et la propagande ont eu une forte présence dans la charte de la Soummam, en leur consacrant un chapitre complet. L'introduction de « l'information » était prévisible : une réponse au pouvoir français, qui a eu déjà recours aux moyens de propagande pour tromper les Algériens et détourner leurs visions vis-à-vis de la révolution.

Dans le processus d'évolution des médias algériens, nous allons suivre la gestion de ces médias après l'indépendance, cette période post-coloniale, qui était marquée par l'indigence de la législation liée à l'information.

Le premier code de l'information a été instauré en 1982, un code qui a confirmé la mainmise de l'exécutif sur le quatrième pouvoir.

Les événements d'octobre 1988 ont bouleversé le champ politique et changé la pratique médiatique exercée sous l'emprise de pouvoir politique. La loi de l'information, adoptée en 1990, donna une petite bouffée de liberté qui ne tardera pas à être muselée.

Toujours dans ce chapitre, nous allons introduire les médias audiovisuels concernés par notre recherche (la Radio et la Télévision algérienne). Nous allons nous focaliser surtout sur le rôle grandiose de la Radio secrète dans la sensibilisation de la population pendant la Révolution.

La période post- indépendance est marquée par l'unification des deux entreprises sous un seul sigle (RTA). Toute fragile, sortie du carcan de colonialisme, cette entreprise a accompagné l'Algérie dans l'édification de ses institutions. L'année 1986, est marquée par la restructuration des entreprises. Ainsi, la « RTA » est divisée en quatre entreprises et la Radio se sépare de la Télévision. Nous allons illustrer dans ce chapitre, l'évolution de chacune, leurs organisations à travers les statuts et les cahiers des charges, en mettant en exergue leurs réalisations et leurs défis.

1. Politique de gestion des médias pendant la période coloniale et post-coloniale

Nous allons aborder dans cette partie, l'information et la propagande pendant la Révolution. Après nous allons évoquer le vide juridique qui a marqué les premières années de l'indépendance en matière de l'information.

1-1. L'information et la propagande pendant la Révolution

Conscients de l'importance de l'information et parallèlement à l'emploi des armes, les forces colonialistes françaises ont exploité durant la guerre de libération nationale d'énormes

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

moyens pour assurer l'information et la propagande. En ce sens, « le premier terme est recouvert par le deuxième²² ». Elles ont fait appel à toutes les méthodes pour persuader les foules. Les spécialistes de la guerre psychologique ont utilisé tous les moyens et tous les canaux pour récupérer les masses algériennes de la voie révolutionnaire. En réplique à cette politique coloniale, l'information était au cœur de la charte de la Soummam, rédigée, en août 1956, en plein maquis. Cette plateforme a consacré le troisième chapitre à l'information, nommé « propagande » pour la libération du pays²³.

Le but de cette action est clairement défini : l'indépendance nationale. Cette dernière précision est importante selon Brahim Brahim, parce qu'elle peut nous expliquer pourquoi les chartes du FLN, qui viendront plus tard, ne contenant pas d'indication sur le rôle de la presse.²⁴

Les rédacteurs de la charte de la Soummam emploient le terme « propagande », terme qui va disparaître du langage des idéologues officiels de l'Algérie indépendante. Les rédacteurs recommandent la multiplication de centres de propagande à tous les échelons, même à l'échelle locale et dans les délégations extérieures, Brahim²⁵écrit : « les services de propagande et d'information organisent et éduquent le peuple, contrôlent les zones libérées, développent la formation politique des combattants. Ce sont eux qui conseillent les assemblées du peuple, tiennent des réunions publiques, informent la population des douars de la situation politico-militaire et lui communiquent les directives du FLN ».

Ayant une lourde tâche, voir sensibiliser le maquis et mener leur action à l'extérieur, les rédacteurs de la charte de la Soummam misent surtout sur l'efficacité de la presse, tout en abordant la Révolution avec un langage accessible à la majorité des Algériens.

La mainmise de l'État sur l'information constitue un élément majeur de la politique de gestion de ce secteur. Suite aux accords d'Evian, l'exécutif provisoire a tenté de tracer la ligne directrice de la gestion des médias, et ce, à travers deux importantes décisions.

La première concerne la presse écrite et la deuxième, la Radio et la Télévision. À propos de la première décision, elle se résume dans le télégramme adressé le 10 juillet 1962, par le président de l'exécutif provisoire, Abderrahmane Farès, aux préfets des quinze départements : « il vous appartient de prendre directement contact avec les directeurs de journaux ou périodiques imprimés sur votre territoire. Ces derniers soumettront à votre cabinet les articles avant

²²BelkacemAhcene-Djaballah, *La com. dans tous ses états*, éditions DAR EL GHARB, 2005, p15.

²³ Brahim Brahim, *Le droit à l'information à l'épreuve du parti unique*, édition, SAEL Liberté, Alger, p61.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Idem* p19.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

leur composition ; vous ferez supprimer les articles défavorables à l'action de l'exécutif provisoire ou du GPRA ou trop tendancieux, ou qui risquent de troubler l'ordre public ».²⁶

La deuxième décision concerne l'audiovisuel²⁷. Dès le 17 août 1962, l'exécutif provisoire désigne « en accord avec le bureau politique », installé à Tlemcen, Aïssa Messaoudi* pour contrôler les émissions des trois chaînes qui diffusaient en arabe (la Chaîne1), en français (la Chaîne 3) et en berbère (la Chaîne 2).

1-2. La période post- coloniale et le vide juridique informationnel

Pendant cette période qui s'étale de 1962 à 1982, les médias en Algérie (presse écrite et audiovisuelle) n'étaient régis par aucun texte de lois.

Après l'indépendance, la législation française était reconduite par la loi du 31 décembre 1962 en veillant que cette presse ne porte pas atteinte à la souveraineté nationale. Pendant cette période, les médias algériens n'étaient pas conçus comme quatrième pouvoir, mais comme instruments.²⁸

Sous prétexte de protéger la société algérienne contre toute influence culturelle externe pouvant toucher les constantes nationales, le pouvoir en place s'était attelé à réduire les espaces d'expression culturelle, en mettant l'accent sur une lecture éminemment nationale et non-critique de l'histoire de l'Algérie. Intégré dans cette logique de monopolisation et d'étatisation, le secteur des médias a servi de courroie de transmission de l'idéologie du pouvoir en place.²⁹

Ainsi, le premier chef d'État algérien, Ahmed Ben Bella avait déclaré, en 1964³⁰ : « les responsables de l'information ont une lourde tâche, leur rôle ne consiste pas seulement à transmettre l'information, à être une simple courroie de transmission. Ils doivent aussi traduire l'essentiel, ils doivent traduire le sens de notre lutte de libération nationale ».

L'hégémonie de l'Etat sur les médias n'a fait que renforcer ce monopole qui était exercé à partir de 1965 par les ministres de l'Information et les responsables du parti, par la nomination des hommes de confiance qui vont appliquer leur politique.³¹

²⁶Brahim Brahmi, Le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie, *op.cit*, p25.

²⁷ *Ibid.*

*Ancien journaliste et animateur de la voix d'Algérie pendant la guerre de libération, naquit à Oran en 1939 et décédé en 1994.

²⁸ Daoud Djeflalfa, Quel avenir pour la télévision de service public, revue Communication et développement, numéro 6.

²⁹ Cherif Idris, La nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie : vers un ordre médiatique néo- autoritaire, l'année du Maghreb, 2012, <https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.1506>.

³⁰Belkacem Mostefaoui, Médias et liberté d'expression en Algérie, repères d'évolution et éléments d'analyse critique El Othmania, Alger, 2013, p169.

³¹ Brahim Brahimi, Le pouvoir, la presse et les intellectuels en Algérie, *op.cit*, p34.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Ces directeurs des entreprises vont être placés sous la tutelle du ministre de l'Information ou du responsable qui anime les activités du parti. Les directeurs de la presse gouvernementale, qui sont de loin les plus importants depuis 1965, vont donc dépendre étroitement de leur ministère de tutelle.

Le pouvoir des directeurs est immense, écrit Brahim Brahimi,³² car « ils censurent les écrits des Journalistes ; ils peuvent muter un journaliste spécialisé en politique nationale ou internationale dans la rubrique sportive ; ils peuvent révoquer un journaliste sans donner aucune justification ; ils peuvent ignorer des décisions de justice leur notifiant la publication d'une rectification ou la réintégration d'un journaliste renvoyé de façon arbitraire ».

Pendant cette période, il n'existait que deux sortes de presse, l'une gouvernementale et l'autre du parti unique. Le statut du journaliste presse écrite et l'audiovisuel au sein du parti unique ne pouvait en être autrement, l'accès à la profession de journaliste était largement lié au militantisme au sein du parti. Il allait de soi que les membres de la rédaction devaient être membres du FLN³³. Concernant la presse gouvernementale, le recrutement des journalistes obéissait à d'autres critères, en particulier leur loyauté aux principes idéologiques du pouvoir en place.

Bien que les lois fussent absentes, les orientations et les missions étaient définies en fonction de ce qui était édicté dans la Charte nationale de 1976, ainsi que dans la Constitution de 1976 dans les documents du parti FLN³⁴. Quant à la Radiotélévision algérienne (RTA), l'ordonnance du 9 novembre 1967 lui attribue le monopole de la diffusion radiophonique et télévisée sur tout le territoire national.

Pendant cette période, le pouvoir traite le dossier des médias avec méfiance³⁵. Les rédacteurs du programme de Tripoli et la charte d'Alger n'évoquent plus le rôle de propagande et de mobilisation comme s'il n'y avait pas de lutte à mener ; ce n'est qu'après le débat de mai 1976 qu'on a consacré quelques lignes à l'information.

Il fallait attendre le quatrième congrès du FLN pour apporter plus de précisions sur le rôle de la presse dans la mobilisation et l'organisation en réaffirmant le droit à l'information.

³²Brahim Brahimi, *Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie*, ENAG/EDITION, 2012, p52.

³³ Cherif Idris, *la nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie : vers un ordre médiatique néo-autoritaire*, l'année du Maghreb, 2012, *op.cit.*

³⁴ *Belkacem Mostefaoui, Médias et liberté d'expression en Algérie, repères d'évolution et éléments d'analyse critique, op.cit, p25.*

³⁵ Brahim Brahimi, *Le droit à l'information à l'épreuve du Parti unique et l'état d'urgence, op.cit., p61.*

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Pendant plusieurs années, aucune déclaration officielle ne précisera les grandes lignes ni de la part du chef de l'État ni de la part des ministres chargés de l'information.³⁶ Il a fallu attendre 1968 pour voir les textes législatifs définir le statut des entreprises de presse et celui des journalistes.

Nous tenons à préciser que la première déclaration du chef de l'Etat concernant l'information a eu lieu le 30 mars 1968 à Constantine, lors de l'inauguration de la maison de la radio dans cette ville. Dans ce discours, le président Houari Boumedienne a tenu à évoquer les problèmes de fond de l'information. Il met l'accent sur le fait que l'information est au service de la Révolution et qu'elle doit œuvrer pour l'unité de la nation. Zahir Ihaddaden³⁷ rapporte ses propos : « Pour que la télévision remplisse la mission qui lui est dévolue, en ce que concerne le relèvement du niveau culturel de notre peuple, nous devons cependant produire et produire sans cesse davantage».

Le président Boumedienne a saisi l'occasion pour lancer un appel aux intellectuels en particulier, et à tous les artistes d'une manière générale de porter leur attention sur la télévision de façon que celle-ci puisse contribuer à la lutte contre l'illettrisme et incarner aux Algériens les principes et les objectifs de la Révolution.

Le vide institutionnel dans le domaine de l'information a finalement été débattu en 1979, lors du quatrième congrès de FLN. Il fallait attendre l'année 1982 pour élaborer le premier code de l'information en Algérie en traçant un cadre général de la politique de l'information.

Depuis 1962, jusqu'à l'adoption du code de l'information, le gouvernement a promulgué de nombreux textes concernant le statut des entreprises de presse (ordonnance de novembre 1967, fixant les statuts de la presse écrite), le statut de la profession (septembre 1968) et le statut de la publication (ordonnance de novembre 1973 sur les droits d'auteurs). Mais ces textes ne comblèrent pas le vide juridique qui caractérisait le secteur de l'information d'une manière générale et le statut de la publication de façon particulière.

2. L'organisation du secteur des médias en Algérie

Après une vingtaine d'années d'activité marquées par un vide juridique, les médias algériens, sont finalement régis par un code de l'information en 1982, le premier depuis l'indépendance. Ce code a incarné l'hégémonie de l'État sur les médias.

³⁶ Zahir Ihaddaden, *L'information en Algérie, de 1965 à 1982*, office des publications universitaires 2012, p 31.

³⁷ *Idem*, p32.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

2 -1. Le Code de l'information de 1982

Dans le domaine de l'information, le code de la presse, adopté en décembre 1981 par l'Assemblée nationale, constitue un évènement important.

Il est vrai que ce texte est préparé par les fonctionnaires du ministère de l'Information sans la participation des journalistes, mais il affirme des principes fondamentaux comme le droit à l'information et le secret professionnel des journalistes.

Cette première loi depuis l'indépendance de l'Algérie énonçait sans aucune ambiguïté que « l'information est du domaine de la souveraineté nationale (...), l'édition des journaux d'information générale est une prérogative du parti et de l'État ». ³⁸

L'article 2 du code de l'information est venu confirmer cette tendance : « le droit à l'information est un droit fondamental pour tous les citoyens. L'Etat assure une information complète et objective ». Ici on constate que le concept « objective », sa signification reste relative.

Par Radio et Télévision nationale, il est entendu toute activité (.....) dont les émissions sonores et télévisuelles ou d'autres genres, sont destinées à être reçues directement par le public. Le monopole de service public de radiotélévision nationale est dévolu à l'Etat. L'exercice de ce monopole peut être attribué à un ou plusieurs organismes publics. ³⁹

Le journaliste professionnel exerce sa profession de manière responsable et engagée pour la concrétisation des objectifs de la Révolution tels que définis par les textes fondamentaux du parti du FLN. C'est en fait une autre volonté de soumettre l'information et la culture, au même titre que l'économie, l'éducation et la religion au parti État qui doit tout régenter et qui est exprimée à travers ce texte. ⁴⁰

Cette affirmation, exprimée volontairement a été toujours mise en application en Algérie depuis 1965. Par ailleurs, le caractère social des entreprises de presse qui n'était pas évident avant 1982 vient d'être souligné par l'article 8 du code de l'information : « Les organes de l'information sont des entreprises à vocation sociale et culturelle ».

Auparavant, le statut particulier de ces entreprises leur donnait un caractère commercial et industriel. Ce qui pourrait les faire assimiler au régime libéral, de par leur gestion. La définition du statut des entreprises de presse n'est pas encore élaborée. Il semble qu'il est difficile de surmonter cette difficulté qui existe aussi bien dans les régimes socialistes que capitalistes. Zahir Ihaddaden ⁴¹explique cette contradiction par le fait que la gestion des

³⁸ Code de l'information, 6 février 1982, art 1.

³⁹ Art, 35.

⁴⁰ Mustapha Khelifi, Algérie, reconstruire le service public de télévision, *op.cit.*, p33.

⁴¹ Zahir Ihaddadene, L'information en Algérie de 1965 à 1982, *Op.cit.*, p35.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

entreprises de presse est liée naturellement à la définition de la doctrine en matière d'information, en ce sens que la doctrine Léniniste utilise l'information comme un moyen de propagande. Dans ce sens, l'Algérie depuis 1965, a toujours voulu éviter les excès. Elle a voulu être réaliste et objective.

En 1982, la politique officielle de l'information est clairement élaborée par le biais de trois textes majeurs : le code de l'information promulgué en février 1982, le rapport portant sur la politique de l'information et la courte résolution sur l'information adoptée par la septième session du Comité central du FLN, en juin 1982.

Ce code est initié pour réorganiser la presse écrite, à l'exclusion de l'audiovisuel qui demeurait, géré directement par l'État.

Cette loi incarne le monopole de l'Etat sur l'information, d'ailleurs l'article 5 du code de l'information est clair à ce sujet : «l'orientation des publications d'information générale, de l'agence de presse, de la radiotélévision et de la presse filmée est de la compétence exclusive de la direction politique du pays ».

Dans ces conditions « L'Algérie, semble considérer la presse comme un enfant mineur qui manque de maturité ». ⁴²En effet, le code de 1982 institue le monopole, déjà appliqué depuis 1965 sur l'ensemble des moyens d'information, et ne remet pas en cause le contrôle très sévère des publications spécialisées et l'édition de livres. ⁴³

2-2. Les événements d'octobre 1988 et la nouvelle Constitution

Les événements d'octobre 1988 ont joué un rôle capital dans l'émergence de la société civile. Après les événements tragiques qui ont coûté la vie à des centaines de citoyens, certaines associations à l'instar de la ligue des Droits de l'Homme et le Mouvement des Journalistes vont mettre la pression sur les autorités et provoquer de profonds changements au niveau des institutions politiques.

Les événements d'octobre 1988 ont donc remis en cause la « légitimité historique » du parti unique, mais le régime du président Chadli Benjedid a réussi à se maintenir au pouvoir.

Dans une déclaration rendue publique le 23 octobre, dix-huit personnalités politiques (parmi lesquelles Belaid Abdesselam, Ali Haroun, Mustapha Lacheraf, Reda Malek, etc., vont jouer un rôle de premier plan après la démission du président Chadli en janvier 1992) ⁴⁴,

⁴²ZahirIhaddaden, L'information en Algérie de 1965 à 1982. *Op. cit.*, p 36.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Brahimi Brahim, Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie, *op.cit.*, p 60.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

exigeant des réformes radicales afin d'instaurer une vie démocratique afin que les Algériens puissent choisir leurs représentants avec liberté.

Lahouari Addi⁴⁵ explique ce contexte historique : « Ces émeutes d'octobre 1988, qu'elles aient été spontanées ou provoquées par un clan du régime, marquent un tournant dans l'histoire du pays qui va rompre avec le système du parti unique et son corollaire, l'Etatisme de l'économie. ».

Après les événements d'octobre 1988, le pouvoir a procédé à des changements sur les plans politiques et économiques. Une nouvelle Constitution est adoptée le 23 février 1989, instituant le multipartisme, annonçant la fin du socialisme et l'avènement de l'économie de marché.

La nouvelle Constitution est considérée par de nombreux observateurs comme une « Constitution transitoire », car elle constitue un tournant important dans le domaine des libertés publiques en général et de la liberté de l'information en particulier.

Cette nouvelle Constitution de février 1989, a été la première dans l'espace géopolitique du monde arabe à conférer statut légal à des formations politiques.

L'article 40 constitue une révolution dans l'histoire algérienne : pour la première fois le pouvoir reconnaît le droit de créer des associations à caractère politiques et de ce fait, il « traduit les blocages psychologiques pour passer d'une étape marquée par la légitimité historique à l'étape de la légitimité démocratique ».⁴⁶

Le pluralisme politique introduit en Algérie après les événements d'octobre a marqué le secteur des médias. De grands changements d'ordre juridique et organisationnel sont intervenus. La présence de journaux indépendants atteste de la vitalité de la presse algérienne. Dans ce sens le professeur Djamel Bouadjimi⁴⁷ rédige, « Le tirage de près de deux millions de copies par jour, la diversité des journaux, l'apparition d'une presse partisane, témoignent de l'ampleur des bouleversements qui ont suivi la révolte d'octobre et dont la presse a grandement profité ».

⁴⁵LahouariAddi, Algérie, 50 ans après, confluences méditerranée, revue trimestrielle, n° 81, Le Harmattan, 2012, p32.

⁴⁶Brahim Brahim, Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie, *Op. cit*, p70.

⁴⁷Djamel Bouadjimi, La transition démocratique en Algérie, du pluralisme politique au pluralisme médiatique : l'expérience algérienne, Les travaux de premier séminaire national, Biskra, 2014.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

2-3. Le code de l'information de 1990 et l'ouverture médiatique

La nouvelle Constitution de 1989 a été radicale dans plusieurs domaines. Dans le domaine informationnel, elle a mis fin au monopole de l'Etat sur les médias.

Une nouvelle loi de l'information est donc jugée nécessaire pour gérer les médias algériens dans cette nouvelle ère.

2-3-1. Code de l'information de 1990

Quelques mois après les événements d'octobre 1988, le gouvernement accepte de revoir le code de l'information. Le ministre de l'information installe le 7 février 1989 une commission technique chargée de l'élaboration d'un nouveau code. Une vingtaine de journalistes élus au niveau des organes d'information participent aux travaux de la commission composée de quatre universitaires et du représentant des journalistes.

Ce nouveau code marque une rupture avec celui de 1982, car le contexte de son élaboration est totalement différent. La cause fondamentale est que Le FLN n'est plus le parti unique et les divisions internes avaient provoqué un relâchement de la chaîne qui enserrait le champ politique. Ce nouveau code est censé redessiner la carte médiatique, en imposant les nouvelles règles régissant la pratique journalistique⁴⁸. Il comprend également des dispositions se rapportant à la gestion de la manne publicitaire, de l'édition et de la diffusion.

« Le droit à l'information consiste dans le droit du citoyen d'être informé de manière complète et objective des faits et opinions intéressant la société aux plans national et international et dans le droit de participer à l'information par l'exercice des libertés fondamentales de pensée, d'opinion et d'expression ».⁴⁹

Ce code consacre également le début de la professionnalisation des journalistes et annonce la fin de la fonctionnarisation de la pratique journalistique. Une autre décision jugée très importante est celle prise par le chef du gouvernement de l'époque Mouloud Hamrouche, d'aider les journalistes à créer leurs propres journaux par le déblocage de leurs salaires pour une période de deux ans.

Par ailleurs, le code de la presse du 3 avril 1990, permet à tout citoyen, à toute association politique, culturelle de créer un journal. Pour la première fois dans l'histoire du pays, l'article 14 précise que « l'édition de toute publication périodique est libre ». Le récépissé autorisant la publication est « délivré sur- le- champ » par le tribunal territorial compétant.

⁴⁸ Cherif Idris, La nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie : vers un ordre médiatique néo- autoritaire, l'année du Maghreb, 2012, *op.cit.*

⁴⁹ Code de l'information, 3 avril 1990, art 2.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

L'article 14 constitue une véritable révolution dans l'histoire de la presse algérienne,⁵⁰ un mois après le dépôt d'un dossier, on peut fonder un journal sans attendre le feu vert de l'administration. Mais la situation est devenue plus compliquée avec l'État d'urgence à partir de février 1992 en raison de l'état sécuritaire et la suppression du conseil supérieur de l'information C.S.I.

Concernant, le secteur de l'audiovisuel, la loi de 1990, article 56 ne mentionne nullement le monopole de l'État sur ce secteur. En effet l'article 56 stipule «La distribution par câble d'émissions radiophoniques sonores ou télévisuelles ainsi que l'utilisation des fréquences radioélectriques sont soumises à autorisation et obéissent à un cahier général des charges établi par l'administration, le conseil supérieur de l'information consulté. Cet usage constitue un mode d'occupation privatif du domaine public de l'Etat ».

Cet article avait plusieurs connotations. Jusqu'à récemment, certains le considèrent « comme peu clair et insuffisant ».⁵¹

En conséquence, un décret exécutif a été promulgué le 7 avril 1992 ; il porte sur l'approbation du cahier général des charges qui définissent les conditions techniques relatives à l'usage des fréquences radioélectriques pour la diffusion par ondes hertziennes de programmes radiophoniques et télévisuels, ainsi que la distribution par câble d'émissions sonores télévisuelles.

L'ouverture était consacrée dans la loi 1990, ainsi que dans le décret exécutif de 1992, mais sa mise en pratique n'a pas pu avoir lieu en raison de la dissolution du Conseil supérieur de l'information par le décret législatif de 1993. Le processus s'est arrêté du fait par l'absence de l'organe de régulation qui est l'élément-clé dans un processus d'ouverture de l'audiovisuel au privé.

Tout portait à croire que le Conseil supérieur de l'information(CSI) avant sa dissolution allait donner le feu vert à la création de chaînes de radios et de télévisions privées, mais tout a été bloqué.

Ce nouveau code reconnaît aussi, pour la première fois en Algérie « la clause de conscience », l'article 34, indique, en effet, que « le changement d'orientation ou de contenu, la cessation d'activité et la cession de tout organe d'information constituent pour le journaliste professionnel, une cause de rupture de contrat ouvrant droit aux indemnités prévues par la législation et la réglementation en vigueur ».

⁵⁰ Brahim Brahimi, cours magistral, module droit de l'information à l'école ENSJSI, master 2010.

⁵¹ Said Chaabani, La problématique de l'ouverture de l'audiovisuel en Algérie, in cinquante ans de medias algériens, édition les amis de Abderahmane Benzine p130.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Parmi les acquis de cette nouvelle loi de l'information citons la création du Conseil supérieur de l'information(CSI).

La création de cette instance répond au souci d'organiser une corporation et de l'accompagner dans sa nouvelle aventure pluraliste, d'autant que le gouvernement de Mouloud Hamrouche* procède à la suppression du ministère de la Communication.

Concernant les missions de ce Conseil, l'article 59 les énonce comme suit⁵² :

- « Préciser les modalités de mise en œuvre des droits à l'expression des divers courants d'opinion ;
- Garantir l'indépendance et l'impartialité des organes du secteur public de la radiodiffusion sonore et de la télévision, ainsi que l'autonomie respective des professions du secteur ;
- Recueillir auprès des administrations, de tout organe d'information ou entreprise de presse, toutes les informations nécessaires pour s'assurer du respect de leurs obligations respectives ».

Avec le départ du gouvernement de Mouloud Hamrouche, en 1991, l'influence du CSI commence à se détériorer, au profit d'un ministère de la Communication rétabli par le gouvernement de Sid Ahmed Ghazali*, en juillet de l'année 1991. En octobre 1994, le CSI cesse d'exister. Le contexte sécuritaire et la mise sous contrôle de l'information, a grandement contribué à la disparition de cette structure.

2-3-2 -Lutte anti-terroriste et la gestion de l'information sécuritaire

Les rapports entre le pouvoir et les médias ont été bouleversés sous prétexte de verrouiller les canaux permettant aux groupes armés de propager leurs idéologies. De ce fait, les autorités politiques imposent un arsenal juridique contraignant pour les journalistes.

Le 7 juin 1994 un arrêté interministériel relatif au traitement de l'information, signé par les ministères de l'Intérieur et de la Communication, a été adressé aux éditeurs et responsables de la presse nationale. Cet arrêté définit en détail les « lignes rouges » que la presse est tenue de ne pas franchir. Parmi les orientations, la presse algérienne est désormais tenue de ne diffuser les informations relatives aux actions des groupes armés, qu'à partir des éléments communiqués par la cellule de communication chargée des relations avec les médias en matière d'information, d'élaboration et de diffusion des communiqués officiels relatifs à la situation sécuritaire , des ministères de l'Intérieur et de la Communication ou des différents services de sécurité (gendarmerie, police, etc.) : « La diffusion de toute information à

*Chef du gouvernement entre septembre 1989 à juin 1991.

⁵² Code de l'information 1990, art. 59.

*Chef du gouvernement entre 5 juin 1991 à 8 juillet 1992.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

caractère sécuritaire, non inscrite dans le cadre d'un communiqué officiel ou d'un point de presse public est interdite ». ⁵³

Au niveau de la Radio nationale, ces instructions étaient appliquées à la lettre. Les informations diffusées sont reprises par le biais des communiqués envoyés par les institutions officielles ou par l'Agence Presse Service (APS). Plusieurs fois des journalistes ont assisté à des attentats à proximité de leurs établissements, mais ils n'avaient pas le droit de donner l'information, ils attendaient toujours le feu vert du ministère de l'Intérieur. ⁵⁴

En effet, dans sa guerre contre les islamistes radicaux, le gouvernement devait impérativement s'appuyer sur les médias, la presse écrite notamment, afin de légitimer sa stratégie de lutte anti-terroriste et à discréditer celle de l'adversaire ⁵⁵, une tâche s'annonçant rude.

L'arrêté incite aussi les journalistes à traiter l'information sécuritaire, en illustrant les actes barbares commis par les terroristes, mais avec une grande restriction dans la diffusion de l'information. La médiatisation des horreurs perpétrées par les groupes armés contre la population civile devient un exercice obligatoire. Toutes les informations ne seront plus diffusées que par le biais de l'Agence Presse Service, en application de l'arrêté interministériel de juin 1994.

Cet arsenal juridique inaugure une ère nouvelle dans les rapports entre le pouvoir et les médias.

De prime abord, l'imposition d'un couvre-feu n'est pas de nature à aider les journalistes dans leur travail. Les dispositions de la loi d'urgence restreignent, en outre, l'accès des journalistes aux informations, en plaçant tous les organes et structures de sécurité sous l'autorité du ministère de l'Intérieur.

Le 11 février 1996, le ministère de l'Intérieur renforcera encore son arsenal de censure par des « comités de lecture », composés de fonctionnaires du ministère, chargés de contrôler le contenu des journaux dans les imprimeries avant leur mise sous presse. Désormais, les saisies et suspensions de journaux se font directement à l'imprimerie, avant même le tirage. Pour le

⁵³ Arrêté 1994 in François Gèze et Sahra Kettab, Comité Justice pour l'Algérie Les violations de la liberté de la presse, dossier n° 7, juin 2004.

⁵⁴ Rencontres et discussions avec des journalistes de la presse écrite et audiovisuelle entre 2016 et 2018.

⁵⁵ François Gèze et Sahra Kettab, Comité Justice pour l'Algérie Les violations de la liberté de la presse, *Op.cit.*

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

pouvoir, ces dispositions ne relèvent pas de la « censure »⁵⁶, mais sont liées à des impératifs sécuritaires et d'intérêt général que les médias sont tenus de respecter.

La presse privée naissante a été confrontée au problème du monopole quasi-complet de l'État sur l'impression (les cinq imprimeries de l'État disposent d'un quasi-monopole sur l'impression des journaux), la diffusion et la publicité. Ce monopole lui permet d'exercer un contrôle sur le contenu des journaux et de suspendre à sa guise leur parution pour des « raisons économiques ». La politique que l'Etat menait avec les médias pendant cette période est expliquée par le professeur Brahim Brahim⁵⁷ par deux raisons : la première est que les pouvoirs publics ont peur d'être débordés par une presse qui risque de dévoiler les méfaits d'un système politique qui a régné sur le pays surtout durant la décennie noire.

La deuxième raison réside dans le fait que, dans les institutions de l'Etat, il y avait un fort courant conservateur qui est contre la modernité. Ce courant avait beaucoup d'influence sur le paysage médiatique en Algérie depuis 1970, alors que la plupart des journaux de la presse indépendante s'inscrivaient dans le courant progressiste (émancipation de la femme, laïcité, amélioration de la qualité de l'enseignement et droits de l'homme, etc.). Dans ce sens, les conservateurs tentaient à tout prix de bloquer le développement d'une société civile née avec octobre 1988.

Concernant l'audiovisuel, « L'euphorie médiatique fut cependant de courte durée »⁵⁸. Les émissions de télévisions audacieuses, les débats contradictoires qui traitaient de dossiers brûlants, les enquêtes d'investigation pertinentes des journaux et les reportages radiophoniques percutants ont rejoint les archives de l'histoire.

Depuis janvier 1992, la presse algérienne a entamé un nouvel épisode noir avec une série d'assassinats. Said Mekbel rédacteur en chef du quotidien « le Matin », tire la sonnette d'alarme dès le 18 mai 1993 en rédigeant :

« De nombreux journalistes algériens sont ciblés. Deux listes mentionnant des noms de gens de la presse étaient affichées régulièrement aux environs des mosquées. La première liste comporte deux cents noms environ ; des responsables d'organes d'information, des gens de spectacle, des journalistes..... Fait curieux, dans cette première liste, on trouve des personnes qui sont plutôt de tendance islamiste. La seconde liste ne comporte qu'une trentaine de noms : là, il n'y a aucun doute,

⁵⁶François Gèze et Sahra Kettab, Comité Justice pour l'Algérie Les violations de la liberté de la presse, *op.cit.*

⁵⁷Brahim Brahim, « Journaliste : profession à risque », entretien accordé à Nadja Bouzeghrane, *confluences*, printemps, 1998, http://www.revues-plurielles.org/uploads/pdf/9_25_6.pdf.

⁵⁸ Mohamed Bensalah, L'espace algérien : lorsque le civisme de l'information fait cruellement défaut, in cinquante ans de medias algériens, *Op. cit.*, p31.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

elle ne concerne que des gens de la profession dont les écrits annoncent clairement qu'ils sont...contre le projet de la république islamique. »⁵⁹

Saïd Mekbel prendra la direction du quotidien le Matin ; il sera assassiné à son tour le 3 décembre 1994.

En effet, les années 1993,1994 et 1995 vont être les années les plus difficiles pour les journalistes algériens ; le bilan est très lourd : ⁶⁰

47 journalistes assassinés et 4 portés disparus entre mai 1993 et décembre 1995 ; un journaliste français assassiné en février 1994.

7 journalistes sont assassinés durant le premier trimestre 1996 ;

Une vingtaine de personnes assassinées parmi le personnel des entreprises de presse de presse (administrateurs, techniciens, chauffeurs etc.) et de nombreux journalistes emprisonnés.

Les médias étrangers sont eux aussi soumis à des restrictions de plus en plus importantes. Plusieurs journalistes étrangers ont été expulsés ou se sont vus interdire l'accès au pays et « la plupart de ceux qui se rendent en Algérie sont constamment escortés par les membres des forces de sécurité ». ⁶¹

Pendant cette période, les journalistes étaient hébergés dans des résidences surveillées, dans des hôtels à Zeralda et Sidi Fredj. Plusieurs journalistes qui y habitaient dans des zones chaudes ont préféré ramener leurs familles dans ces résidences qui se constituent en fait que d'une seule chambre de quatre mètres carrés. L'essentiel pour eux, c'est de se sauver des menaces terroristes qui les guettent à chaque moment. Ces journalistes vagabonds, ont payé cher de leurs âmes, de leurs vies pour une cause incompréhensible.

Le dernier billet de Saïd Mekbel, le directeur du Matin, publié le jour de son assassinat, le 3 décembre 1994, illustre profondément la situation dramatique des journalistes à l'époque (**le billet de Saïd Mekbel, voir annexe n°1**).

En fait, il est difficile de connaître avec certitude les raisons qui ont poussé les assassins à tuer tel ou tel journaliste.

Si on s'attaque à la profession, c'est parce que l'assassinat d'un journaliste ne passe pas inaperçu comme c'est le cas de milliers de citoyens, de policiers, de militaires, etc.

⁵⁹ Saïd Mekbel, journal le matin, 18 mai 1994.

⁶⁰ Brahim Brahimi, Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie, *op.cit*, p 94.

⁶¹ Anne Croll, Nacer Ouled Tayeb, Presse gouvernementale et presse dite « indépendante » en Algérie : quelles différences in Algérie en crise entre violence et identité, presses des sciences po, 1998.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

À partir de 1992 un climat de terreur a pris place. Ce dernier a limité visiblement l'exercice journalistique où les reportages et les enquêtes sur le terrain sont devenus rares. Depuis 1994, certains journalistes menacés ne signent pas toujours leurs articles ; ils utilisent des pseudonymes, d'autres journalistes ont opté carrément pour l'exil : deux cents journalistes auraient quitté le pays, ces dernières années.

Ahmed Ancer,⁶² homme de la profession décrit le combat des journalistes pendant cette période comme un combat honorable à plus d'un titre parce que la mort ayant été souvent une compagne de tout instant à partir de 1992.

Durant cette période, la corporation a eu à subir d'autres pressions, d'ordre économique cette fois-ci. Ainsi, les imprimeries exercent leur dictat au moment des tirages. Les choses se sont corsées davantage avec la volonté manifeste de l'Etat de réinstaurer le monopole à partir du mois d'août 1992 et la censure préalable concernant les informations à caractère sécuritaire, à partir de juin 1994.

2-3-3. La loi de l'information de 2012 et l'ouverture de l'audiovisuel

Cette loi était élaborée dans le cadre de réformes initiées par l'Etat suite au nouveau contexte régional caractérisé par le renversement des anciens régimes en Tunisie et en Egypte.

Bien que les dirigeants du pays déclarent souvent que l'Algérie est à l'abri de ces révoltes, mais ils ont précédé au lancement d'une série de réformes dont l'une est relative au secteur des médias.

2-3-3-1. La loi organique de l'information de 2012

La nouvelle loi organique sur l'information est censée permettre une plus grande liberté dans ce secteur, avec en prime une ouverture de l'audio-visuel au secteur privé :

Article 61. - L'activité audiovisuelle est exercée par :

- les institutions publiques,
- les entreprises et organismes du secteur public,
- les entreprises ou sociétés de droit algérien.

Cette activité s'exerce conformément aux dispositions de la présente loi organique et à la législation en vigueur.

⁶²Ahmed Ancer, Encre rouge, le défi des journalistes algériens, éditions El Watan, 2001, p11.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

La nouvelle loi de l'information en Algérie ouvre donc pour la première fois de l'histoire du pays, le champ audio-visuel au privé national.

Le ministre de la Communication à l'époque, Nacer Mehel,⁶³ dans un entretien au mensuel Afrique Asie, a précisé que : "La loi organique portant code de l'information est une avancée importante en termes de garanties à la liberté d'expression, soulignée d'ailleurs dès l'article premier de la loi ». Le ministre dans son entretien a assuré que le code de l'information, désormais en vigueur, a instauré un « balisage pour précisément éviter l'accaparement des médias par ces forces de l'argent ». Sur l'ouverture précisément de l'espace audio-visuel au privé national, Monsieur le Ministre a informé qu'il faut attendre la loi spécifique sur l'audiovisuel qui fixera les conditions de création de chaînes radio et TV. Ensuite, il appartiendra à l'autorité de régulation de l'audiovisuel de déterminer les cahiers de charges.

Plusieurs voix se sont élevées contre l'adoption de cette loi, jugée régressive par rapport à la loi de 1990. La polémique commence déjà à partir de l'article 2 de ladite loi qui dispose que l'information est une « activité ». L'information ne sera donc plus « le droit du citoyen d'être informé de manière complète et objective » mais comme une activité devant respecter de multiples conditions fixées par le législateur.

En effet, si l'article 2 de la loi précise que cette activité s'exerce « librement » dans le cadre de la législation en vigueur, il l'accompagne de douze conditions que toute personne qui exerce cette activité doit respecter. Particulièrement imprécises, ces conditions incluent le respect de « l'identité nationale et des valeurs culturelles de la société, la souveraineté nationale et l'unité nationale, les exigences de l'ordre public, les intérêts économiques du pays, les missions et obligations de service public ».

Outre ces conditions, les journalistes devront respecter les dispositions de l'article 92 qui énonce onze nouvelles obligations ajoutées à celles qui étaient déjà prévues dans la Loi 90 selon lesquelles le journaliste doit notamment « respecter les attributs et les symboles de l'Etat », « s'interdire toute atteinte à l'histoire nationale » et « s'interdire de diffuser ou de publier des images ou des propos amoraux ou choquants pour la sensibilité du citoyen ».⁶⁴

Ces interdictions très imprécises pèseront lourdement sur la liberté des journalistes, risquant de les conduire à être censurés ou à s'autocensurer.

⁶³Entretien au quotidien Afrique Asie in le journal El Moudjahid de 30 janvier 2012, <http://www.elmoudjahid.com/fr/actualites/23142>.

⁶⁴Code de l'information, 2012, art.92.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Les termes « amoraux », « choquant » et « sensibilité » n'ont pas de définition claire et précise, leur interprétation risque d'être subjective et peut être facilement utilisée comme un moyen supplémentaire de censure.

Contrairement au code de 1990, la loi organique de 2012 consacre la dépénalisation du délit de presse. Cette nouvelle loi a donc mis fin à l'ère où les journalistes étaient convoqués par les services de sécurité ou par la justice pour répondre de leurs écrits. En la matière, la dépénalisation constitue une avancée. L'ancien code, que les journalistes qualifiaient d'ailleurs de code pénal bis, ouvrait la voie à l'emprisonnement des journalistes, en plus des amendes. La nouvelle loi maintient le paiement des amendes, mais supprime l'emprisonnement.

2-3-3-2. La loi sur l'audiovisuel

La loi relative à l'activité audiovisuelle, adoptée par le Parlement algérien à la fin du mois de janvier 2014 et publiée dans le journal officiel n°16 du 23 mars de la même année, comprend 113 articles pour réguler le champ audiovisuel algérien.

La loi stipule dans son article 5 que les services de communication audiovisuelle autorisés sont « constitués de chaînes thématiques créées par les entreprises, les institutions et les organismes relevant du secteur public ou par des personnes morales de droit algérien » et que « leur capital est détenu par des personnes physiques ou morales de nationalité algérienne ».

Elle stipule dans son article 17 qu'est considéré comme service de communication audiovisuelle autorisé tout service thématique de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore, créé par décret dans les conditions prévues par les dispositions de la présente loi.

Cet article a suscité une grande polémique. L'article 7, le plus controversé, concerne les définitions, notamment celle de la chaîne thématique. Pour la chaîne généraliste, elle comporte des émissions variées dans les domaines de l'information, de la culture, de l'éducation et du divertissement. La définition de la chaîne thématique reste floue. Selon cette loi, elle représente « des programmes télévisuels ou sonores s'articulant autour d'un ou de plusieurs sujets ».⁶⁵

L'article 18 stipule que « les services de communication audiovisuelle autorisés cités dans l'article 17 peuvent insérer des émissions et des programmes d'information selon des volumes horaires dûment précisés dans l'autorisation d'exploitation ».

Concernant la section consacrée à l'autorisation, l'article 27 de la loi précise que « la durée de l'autorisation délivrée pour l'exploitation d'un service de diffusion télévisuelle est de douze (12) ans et

⁶⁵La loi sur l'audiovisuelle, 2014, art. 7.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

de six (6) ans pour un service de diffusion sonore », tandis que l'article 28 souligne que l'autorisation est « renouvelée hors appel à candidature par l'autorité concédante après avis motivé de l'autorité de régulation de l'audiovisuel ».

Le délai de mise en exploitation du service de communication audiovisuelle est fixé, selon l'article 31, à une (1) année pour le service de diffusion télévisuelle et à six (6) mois pour le service de diffusion sonore.

À propos des dispositions communes à l'ensemble des services de communication audiovisuelle la loi stipule, qu' « un cahier des charges générales pris par décret, après avis de l'autorité de régulation de l'audiovisuel, fixe les règles générales imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore ». ⁶⁶

Le cahier des charges prévoit notamment, aux fins de l'article 48, les prescriptions permettant de respecter les exigences de l'unité nationale, de la sécurité et de la défense nationales, de respecter les intérêts économiques et diplomatiques du pays, de respecter le secret de l'instruction judiciaire, de se conformer à la référence religieuse nationale, de respecter les autres références religieuses et de ne pas porter atteinte aux autres croyances ou religions.

Les prescriptions prévues permettront aussi de respecter les valeurs nationales et les symboles de l'Etat tels que définis par la Constitution, de promouvoir la citoyenneté et le dialogue, de respecter les exigences liées à la morale publique et à l'ordre public et d'offrir des programmes diversifiés et de qualité.

Article 49 insiste sur la mission de service public : « les personnes morales autorisées à l'exploitation d'un service de communication audiovisuelle, sont tenues de diffuser des messages d'intérêt général pour les autorités publiques et des communiqués ayant pour objet de maintenir l'ordre public ».

2-3-3-3. Missions et composante de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel (ARAV)

Cette nouvelle loi sur l'audiovisuel a prévu la création d'une autorité pour réguler l'activité audiovisuelle en Algérie **(les missions de l'ARAV, voir annexe n°2)**.

Selon l'article 53 de la loi sur l'audiovisuel, le siège de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel est fixé à Alger. Cette autorité est chargée, notamment, de veiller au libre exercice de l'activité audiovisuelle dans les conditions définies par la législation et la réglementation en vigueur, à l'impartialité des personnes morales exploitant les services de

⁶⁶Idem, art.47.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

communication audiovisuelle relevant du secteur public et à garantir l'objectivité et la transparence.⁶⁷

Elle est aussi appelée à veiller à la promotion et au soutien des deux langues nationales et de la culture nationale.

Pour accomplir ses missions, l'Autorité de régulation de l'audiovisuel dispose d'attributions en matière de régulation, de contrôle, de consultation et de règlement des différends, citées dans l'article cinquante-cinq (55).

Selon le même article, l'autorité doit instruire les demandes de création de services de communication audiovisuelle et se prononcer sur leur recevabilité, octroyer les fréquences mises à sa disposition par l'organisme public chargé de la télédiffusion, en vue de la création de services de communication audiovisuelle terrestre dans le cadre des procédures définies par la présente loi.

En matière de contrôle, l'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel doit, entre autres, veiller à la conformité des lois et règlements en vigueur, de tout programme audiovisuel diffusé, quel que soit le support utilisé, s'assurer du respect des quotas minimums réservés à la production audiovisuelle nationale et à l'expression en langues nationales. Elle doit exercer un contrôle, par tout moyen approprié, sur l'objet, le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires.

Concernant l'aspect consultatif, l'Autorité de régulation de l'audiovisuel est appelée à formuler des avis sur la stratégie nationale de développement de l'activité audiovisuelle et sur tout projet de texte législatif ou réglementaire concernant cette activité.

En matière de règlement des différends, l'Autorité de régulation de l'audiovisuel doit arbitrer les litiges opposant les personnes morales exploitant un service de communication audiovisuelle, soit entre elles, soit avec les usagers, et instruire les plaintes émanant des partis politiques, des organisations syndicales ou des associations et tout autre personne physique ou morale, faisant état de violation de la loi par une personne morale exploitant un service de communication audiovisuelle.⁶⁸

A propos de sa composante, l'Autorité de régulation de l'audiovisuel est, selon l'article 57, composée de neuf (9) membres nommés par décret présidentiel, à savoir cinq (5) dont le président, désignés par le président de la République, deux (2) membres non parlementaires,

⁶⁷*Idem*, art 54.

⁶⁸*Idem*, art .55.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

proposés par le président du Conseil de la nation et deux (2) membres non parlementaires, proposés par le président de l'Assemblée populaire nationale.⁶⁹

Aux fins de l'article 58 de la loi, l'Autorité de régulation de l'audiovisuel exerce ses missions en toute indépendance. Ses membres sont choisis, selon l'article 59, pour leur compétence, leur expérience et l'intérêt qu'ils accordent à l'activité audiovisuelle. Le dimanche 21 septembre 2014, l'Algérie s'est dotée officiellement d'une instance de régulation de l'audiovisuel. Miloud Chorfi* a été désigné officiellement par le ministre de la Communication pour être le directeur général de cette instance.

Les prérogatives de cette instance assignées à cette autorité sont, et comme le mentionne la loi, la garantie du libre exercice de tous les corps de métier de ce secteur.

Le président de l'autorité de régulation de l'audiovisuel a indiqué que le ministère de la Communication s'attelait en coordination avec l'instance qu'il dirige à l'élaboration des textes d'application pour la réglementation du secteur de l'audiovisuel qui connaît une anarchie dans sa gestion.⁷⁰ Sur les quarante-cinq 45 chaînes de télévision privées qui diffusaient leurs programmes en Algérie, seulement cinq(5) sont autorisées. Les autres émettent à partir de l'étranger, insistant sur leur nécessaire réglementation pour les placer en conformité avec le droit algérien.

Miloud Chorfi, titulaire du poste, a été nommé sénateur avant son décès. Le président de la République Abdelaziz Bouteflika, a nommé monsieur Zouaoui Benhamadi, nouveau dirigeant de l'ARAV.

Les huit membres composant l'Autorité sont nommés le 20 juin 2016 par décret présidentiel, pour un mandat de six ans, non- renouvelable **(les membres de l'ARAV, voir annexe n°3)**.

Le premier ministre Abdelmalek Sellal⁷¹ dans son intervention à l'occasion de l'installation de l'ARAV a affirmé que l'installation de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel constitue une « étape importante » dans l'organisation et le développement du paysage médiatique national.

Dans le processus de l'édification de l'arsenal juridique qui organise le champ audiovisuel privé en Algérie, trois décrets exécutifs sont publiés au journal officiel, le 11 août 2016. Ces trois décrets exécutifs réglementent le champ audiovisuel et codifient notamment le processus de création de chaînes de télévision.

⁶⁹*Idem*, art. 57.

* Miloud Chorfi, Président de l'ARAV, décédé le 17 février 2017.

⁷⁰Réglementation de l'audiovisuel : le ministère de la communication et l'ARAV élaborent les textes d'application, APS, jeudi 3 décembre 2015.

⁷¹Agence presse service(APS), 20 juin 2016.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Ces textes d'application définissent les modalités relatives à la création, ou plutôt la mise en conformité, des chaînes de télévision qui ont déjà une existence matérielle. Un appel à candidature a donc été lancé pour la création juridique de ce qui est appelé officiellement «un service de communication audiovisuel thématique».⁷²

Les documents à fournir et les démarches à suivre sont énumérés dans les articles 8,9 et 10 de ce décret.

Dans le dossier à fournir pour la demande d'autorisation, il est souligné, entre autres, l'obligation de la présence de journalistes parmi les actionnaires,⁷³ mais aussi l'interdiction faite à une personne morale ou physique d'être actionnaire dans d'autres médias audiovisuels. Les actionnaires ne doivent pas être dans une direction politique ainsi que le staff dirigeant de ce service de communication.

La chaîne est tenue d'être loin de toute chapelle politique sous peine de voir son autorisation retirée.⁷⁴

Le délai fixé pour le dépôt du dossier est de 60 jours à compter de la date de la première publication de l'appel à candidature dans la presse nationale. L'Autorité de régulation de l'audiovisuel a toute latitude de proroger ce délai de 30 jours au maximum.

Passé ce délai, les chaînes qui ne se sont pas conformées seront tout simplement interdites ou fermées en Algérie.

Le dépôt de dossier ne veut nullement dire mise en conformité. Car l'autorisation sera délivrée, après étude des documents fournis, par l'Autorité de régulation.

Les cas de rejet seront dûment motivés, souligne-t-on dans le décret exécutif relatif à l'octroi d'autorisation de création d'un service de communication audiovisuelle. Mais fournir un dossier ne suffit pas à lui seul pour obtenir le sésame permettant de lancer légalement une chaîne de télévision ou la légaliser. Car, en plus du dossier, l'Autorité de régulation organise une audition publique pour chaque candidat qui doit en effet présenter son projet et répondre aux questions des membres de cette autorité.⁷⁵

Et ce n'est qu'après cette audition que l'Autorité de régulation se prononcera sur les candidatures retenues, par procès-verbal signé par son président, Zouaoui Benhamadi.

Aussi, l'Autorité de régulation n'est pas totalement souveraine dans sa décision en ce sens que le ministre de la Communication dispose d'un droit de regard sur l'octroi des

⁷² Décret exécutif n°16-220 du 8 dhou El Kaâda 1437correspondant au 11 août 2016 fixant les conditions et les modalités de mise en œuvre de l'appel à candidature pour l'octroi de l'autorisation de création d'un service de communication audiovisuelle thématique, art.1.

⁷³ *Idem.*, art. 8, chap. 2.

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ *Idem.*, art. 16, 17 et 18, chap. 4.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

autorisations. En effet, il est stipulé dans l'article 22 du décret exécutif susmentionné que «le ministre chargé de la Communication peut, à tout moment, après consultation de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel, décider de mettre un terme au processus d'octroi d'autorisation(s)».

Le deuxième décret est lié à la contrepartie financière pour obtenir une autorisation de création d'un service de communication audiovisuelle thématique. L'autorisation en question n'est pas délivrée gratuitement.

Elle vaut le prix d'une licence. Car une fois le dossier validé par l'Autorité de régulation, le demandeur doit impérativement verser une contrepartie fixe de 100 millions de dinars pour l'autorisation de création d'une chaîne de télévision au Trésor public dans un délai n'excédant pas les huit jours suivant la signature du décret portant autorisation de création du service de communication audiovisuelle thématique.

À cela s'ajoute une contrepartie variable fixée à 2,5% du chiffre d'affaires hors taxes réalisé sur l'exercice antérieur de l'activité du service de communication audiovisuelle thématique, certifié par un commissaire aux comptes.⁷⁶

L'autorisation de création d'une chaîne de télévision est renouvelable. Sa durée n'est donc pas illimitée. Et il se peut que l'Autorité de régulation ou bien le ministre de la Communication refusent son renouvellement ou décident de son retrait, conformément aux dispositions de l'article 31 de la loi n°14-04 du 24 février 2014.

Le troisième décret a pour objet d'instituer le cahier des charges générales fixant les règles imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore.

Ce cahier des charges renvoie le traitement de sujets et de thématiques liés à l'unité nationale, la sécurité et la défense nationales, à des autorisations préalables des institutions concernées : «Toute diffusion d'informations audiovisuelles relatives à des thèmes portant sur l'unité nationale, la sécurité et la défense nationales est soumise à l'autorisation préalable des autorités concernées.»⁷⁷

Le chapitre 2 est consacré pour l'éthique et la déontologie. L'article 10 exhorte les responsables des services de communication audiovisuelle de veiller à garantir dans le

⁷⁶Décret exécutif n°16-221 du 8 Dhou El Kaâda 1437 correspondant au 11 août 2016 fixant le montant et les modalités de versement de la contrepartie financière liée à l'autorisation de création d'un service de communication audiovisuelle thématique.

Art. 5 et 6, Chap. 2.

⁷⁷Décret exécutif n°16-222 du 8 Dhou El Kaâda 1437 correspondant au 11 août 2016 portant cahier des charges générales fixant les règles imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore, Chap.1, art.9.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

contenu des programmes diffusés, l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans le respect du principe d'égalité de traitement, d'honnêteté et d'indépendance.⁷⁸

Par rapport aux programmes, l'article 31 de ce décret stipule que plus de soixante pour-cent des programmes doivent être produits en Algérie et vingt pourcent seulement importés et doublés en langues nationales.

Au lendemain de la publication de ces trois décrets, le ministre de la Communication Hamid Grine⁷⁹ les a soutenus vivement : « Les textes du cahier des charges réglementant l'activité audiovisuelle offrent le cadre idoine pour permettre aux chaînes de télévision d'exprimer, en toute liberté, leur algérianité, leur modernité et leur professionnalisme, dans le respect des valeurs de notre société ».

Avec l'installation, en juin 2016, de l'ensemble des membres de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel (ARAV) et les décrets qui réglementent le champ d'audiovisuel, selon le docteur Belkacem Ahcene Djeballah⁸⁰ la balle maintenant est dans le camp des investisseurs qui doivent penser à investir dans l'audiovisuel.

2. Aspect historique et organique de la radio algérienne

Nous allons aborder dans cet aspect l'histoire de la Radio et de la Télévision algérienne comme une entité unie (RTA), de la période coloniale jusqu'à 1986, la date de structuration de ces entreprises. Après nous allons suivre le processus de développement de ces deux entreprises séparées, la Radio algérienne (RA) et l'entreprise publique de la Télévision algérienne (EPTV).

3-1. Aspect historique

Les autorités françaises ont introduit la radio et la télévision en Algérie pendant la période coloniale pour des fins exclusivement propagandistes. Les leaders de la Révolution de leur côté ont su comment y tirer profit pour l'internationalisation de la question algérienne. Après l'Indépendance, ces médias étaient vite récupérés et gérés étroitement par l'Etat.

3-1-1. Epoque coloniale

L'existence de la Radiodiffusion-Télévision Algérienne RTA remonte à l'époque coloniale, celle-ci n'était qu'une station régionale dépendante de l'Office de la Radiotélévision

⁷⁸*Idem.* Article 10.

⁷⁹Déclaration du ministre de la communication Hamid Grine à l'APS le 01 septembre 2016.

⁸⁰Belkacem Ahcene Djeballah, émission « qiraat », Dzair News, diffusée le 6 septembre 2016 entre 21h et 22h.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Française ORTF. La diffusion était gérée par le service des postes, de 1926 jusqu'à 1946.⁸¹ Les zones couvertes par les émetteurs étaient relativement modestes, car elles étaient limitées aux grandes localités telles Alger, Oran, Constantine et Annaba. Seules quelques riches familles pouvaient se permettre l'acquisition d'un poste radio. Du point de vue de l'impact et de l'audience, ce n'est qu'à partir de 1944, date à laquelle on commença à diffuser en langue arabe que la radio a acquis un début de popularité⁸². En 1948, des studios sont installés à Alger, afin de produire des émissions en arabe et en kabyle. Pendant cette période, la radio était gérée par l'ORTF de 1946 jusqu'à l'indépendance. Les autorités françaises étaient conscientes à cette époque déjà de l'importance des médias comme arme de guerre et de propagande. Dans ce contexte Achour Cheurfi⁸³ rédige : «Les autorités coloniales utilisaient, depuis le début de la guerre de libération, la radio pour orienter l'opinion publique nationale et internationale. Elles en usaient en tant qu'arme de propagande, pour démoraliser la population algérienne »

Devant cette escalade de l'intox, Les responsables de l'organisation de FLN ne restèrent pas les bras croisés. Dès le début de la Révolution, ils ont vu la nécessité de créer un organe de combat. Parce que jusqu'au début de l'année 1956, les seuls moyens d'information étaient les bulletins. Ils étaient distribués à l'intérieur des maquis, entre les responsables qui en faisaient la lecture aux combattants et aux membres de l'organisation civile.

Le 16 décembre 1956 la radio secrète a vu le jour. Selon l'un des fondateurs de cette radio, Lamine Bechichi, écrivain et ex- ministre de la Communication^{84*}, l'idée de la naissance de cette radio revient aux services des transmissions de la Révolution algérienne. Car après avoir constaté que le travail des agents de liaison était risqué et qu'une fois arrêtés, il y avait coupure des relations et de contact avec la population pour leur expliquer les objectifs de la Révolution algérienne ; c'est alors qu'au mois d'octobre 1956 la décision de créer une radio fut prise. Il fallait acquérir des équipements et c'est grâce à Messaoud Zeggar ,* maîtrisant la langue anglaise, que le matériel fut acquis auprès des Américains. C'est ainsi que tout a démarré, le 16 janvier 1956, à partir d'un camion/radio mobile, qui émettait du Rif marocain, après avoir été caché à maintes reprises dans les maquis. Puis, cette radio de fortune baptisée «voix de l'Algérie combattante », se stabilisa à Nador aux frontières algéro- marocaines.

⁸¹ Documents algériens de la radiodiffusion (1946-1953), série politique, n 28,15 février 1954.

⁸² Achour Cheurfi, La presse algérienne, genèse, conflits et défis, Casbah éditions, Alger, 2010, p 90.

⁸³ *Ibid.*

^{84*}Conférence au siège du journal El Moudjahid le15 décembre 2012 à l'occasion de l'anniversaire de la création de la radio secrète.

*Membre du ministère de l'armement et des liaisons générales (MALG).

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

La radio clandestine n'aura duré que neuf mois, et durant cette courte période, elle a apporté un grand soutien à la lutte armée, à travers son rôle mobilisateur en dépit des moyens techniques limités dont elle disposait. Ensuite, le 12 juillet 1959 la radio «Voix de l'Algérie combattante» a émis de nouveau, des émissions radiophoniques à partir toujours de Nador. Le programme était diffusé en français, en kabyle et en arabe, lequel programme comportait des communiqués militaires, des commentaires politiques ainsi que des démentis à la propagande coloniale et autres programmes à caractère propagandiste et mobilisateur.

La voix d'or de l'animateur Aïssa Messaoudi, faisait vibrer toutes les émotions⁸⁵. Cette légende aux véritables qualités d'un tribun irréfutable est qualifiée par l'ancien président Houari Boumediene comme « la moitié de la Révolution algérienne ».

Pendant cette période, l'écoute de la radio se caractérisait par une écoute collective. Toutes les familles algériennes suivaient avec impatience les programmes que diffusait la voix d'Algérie. Et c'était un grand rendez-vous. Une forme de lutte qui concernait grands et petits. Les enfants, en général chargés de surveiller la rue et avertir les parents, à l'écoute, d'une éventuelle arrivée de patrouille.⁸⁶

Pour briser la voix de l'Algérie combattante, les colons ont eu recours à d'autres méthodes comme la confiscation des postes, le brouillage et la diffusion d'émissions pirates. La France coloniale a eu recours aux autres moyens relevant de la guerre psychologique, une nouvelle méthode de combat en mettant sur pied un programme confectionné par les services psychologiques⁸⁷. Ces derniers étaient dirigés par des officiers capables de comprendre la langue et les dialectes des populations algériennes.

D'après Abdelkader Nour,⁸⁸témoin de la naissance de la radio algérienne,il est rapporté que Sawt El Arab succède à la radio secrète en diffusant dans plusieurs capitales arabes. Les années 1956 et 1958 ont connu un lancement de plusieurs radios aux pays arabes, (Libye, Syrie, Kuweit, Irak, Egypte, Jordanie et Arabie Saoudite).

⁸⁵ عبد القادر نور شاهد علي ميلاد صوت الجزائر ذكريات و حقائق، دار هومة، 2009، ص 19

⁸⁶ Belkacem Ahcene-Djaballah, Information et révolution : le septième commandement in la com. dans tous ses états, éditions Dar el Gharb, Oran, 2005, p23.

⁸⁷ Achour Cheurfi, La presse algérienne (genèse, conflits et défis). *Op.cit.*, p 92.

⁸⁸ عبد القادر نور شاهد علي ميلاد صوت الجزائر ذكريات و حقائق، دار هومة، 2009، ص 19

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Même le réseau extérieur fut renforcé par la création de plusieurs stations parmi lesquelles celles de Pékin, Benghazi, Accra et Conakry etc.

Pendant ces années de braise, les autorités françaises renforcent leurs outils d'influence médiatique avec l'installation d'une antenne de télévision française en Algérie, le 24 décembre 1956. La mise en place était à l'aide d'une station de diffusion située à Tamenfoust, à 20 km à l'est d'Alger. Le début était modeste, car seul Alger et ses environs sont couverts avec en moyenne 31 heures par semaine, en français et en arabe. Cette station qui activait avec 16 journalistes dont 5 cameramen, ne servaient, dans un premier temps, que de relais à la télévision française avant de réaliser sur place le «journal télévisé » à partir des bandes envoyées par United Press et France Vidéo.⁸⁹

La télévision pendant cette époque était utilisée par les autorités françaises comme moyen de propagande et elle était considérée aussi comme porte-parole des gros colons et de la minorité européenne⁹⁰. Mais avec le temps et l'expérience, le service de propagande algérien est devenu de plus en plus efficace et la propagande colonialiste était mise en échec.

Après plus d'un demi-siècle d'indépendance du pays, personne ne peut nier le rôle magistral de la presse pendant la Révolution :

« La presse de la Révolution a été un puissant vecteur qui a permis de mettre à nu l'injustice et les crimes de l'occupation, faire entendre la voix de la juste cause algérienne dans les fora internationaux et galvaniser le moral du peuple algérien dans sa lutte contre le colonialisme abject, un peuple accompagné dans sa détermination et exaltation par la radio « Sawt El Arab ». Ecrivit le président de la République Abdelaziz Bouteflika⁹¹ dans son message dédié à la presse à l'occasion de la Journée mondiale de la liberté de la presse.

⁸⁹ Achour Cheurfi, la presse algérienne (genèse, conflits et défis). *Op.cit.*, p 104.

⁹⁰ Belkacem Ahcene-Djaballah, information et révolution : le septième commandement in la com. dans tous ses états, *Op. cit.*, p 24.

⁹¹Message du président de république adressé à la presse à l'occasion de journée internationale de la liberté de la presse, 3 mai 2016.

3-2. Après l'indépendance

La naissance de la Radiodiffusion-Télévision- Algérienne (RTA) sigle qui englobe à la fois la Radio et la Télévision nationale a eu lieu quatre mois après l'indépendance. Peu de chercheurs se sont posé la question sur le retard émis par les autorités algériennes dans la récupération de la radio et la télévision algérienne. Badr Edine Mili* explique que, le groupe emmené par le président Ahmed Ben Bella, lors de la marche de l'armée des frontières vers Alger, aurait préféré abandonner, temporairement, cette institution de premier plan, aux mains des Français, en faction sur place, plutôt que de l'avoir tombée entre celles du GPRA ou des chefs de wilaya IV qui l'auraient utilisée comme instrument de propagande.⁹²

Ce retard est expliqué aussi par cette vision des dirigeants du pays à l'époque, qui était concentrée sur l'indépendance politique de l'Algérie. Le moment est quand même venu, le 28 octobre 1962, à midi. Les techniciens français au niveau de la RTA, se sont retirés, dans le but de paralyser la diffusion des émissions, sous-estimant les capacités des Algériens d'assurer la relève⁹³. Le drapeau français a été baissé par les Algériens, du haut de l'immeuble, et le drapeau algérien a été hissé au-dessus de ce même immeuble. Le défi est accompli, et les techniciens algériens formés à l'ORTF, prennent la relève et assurent la diffusion de nouveaux programmes sans une seconde d'interruption. Les éléments entrés du Caire, de Tunis, de Nador et de Tripoli agissant au titre d'anciens journalistes de la Voix de l'Algérie combattante ou de techniciens des transmissions du MALG, firent équipe et furent chargés par le ministère de l'Information d'encadrer la nouvelle Radio-Télévision algérienne déclarée, tout au moins, dans le principe, comme le successeur de «la radio secrète»⁹⁴ tenant d'elle, et non de la RTF coloniale, sa filiation et sa légitimité historique.

La radio et la télévision étaient placées désormais sous la tutelle du ministère de l'Information. La première ordonnance relative à la gestion de la radio et la télévision est promulguée le 1^{er} août 1963. Elle définit ces medias comme des « entreprises publiques étatiques à caractère commercial et industriel ».⁹⁵

* Badr Edine Mili, Membre du staff dirigeant de la RTA dans les années 1960-1970. Ancien directeur de l'audiovisuel au ministère de la Communication et de la Culture. Ancien directeur général de l'APS (Algérie Presse Service).

⁹²Badr Eddine Mili, Le soir d'Algérie 28octobre 2012, <https://www.lesoirdalgerie.com/pdf/2012/10/28102012.pdf>

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ Brahim Brahimi, Le pouvoir, la presse et les intellectuels en Algérie, op.cit., p27.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Mustapha Khelifi⁹⁶ rédige : « l'Etat algérien a pris, dans ce cadre, un acte de souveraineté à haute signification politique, il s'agissait de déclarer, par la loi que la radio et la télévision appartiennent à l'Etat Algérien Souverain».

Durant cette période la diffusion des programmes était assurée par des émetteurs à faible puissance.

Le premier président de l'Algérie indépendante, Ahmed Ben Bella, ne prêta pas une attention soutenue aux médias audiovisuels, probablement en raison d'une certaine hiérarchie des priorités d'alors, mais, aussi parce que peu d'Algériens étaient équipés de postes de télévision, une technologie qui n'avait fait son apparition dans le pays que 6 ans avant l'indépendance.

Par contre, le président Houari Boumediene leur manifesta un tout autre intérêt.⁹⁷ Ces médias étaient utilisés notamment dans les sphères géopolitiques qu'il considérait comme la profondeur stratégique du pays, à savoir le Maghreb, l'Afrique, le Proche-Orient et, dans une moindre mesure, l'Amérique latine, il inscrivit le développement de la RTA, dans son programme, comme un objectif vital.

Donc à Partir de 1965, la RTA a entrepris l'installation d'émetteurs radio de grande puissance pour assurer une meilleure couverture du territoire national et diffuser des programmes internationaux à destination de l'étranger. Malgré les efforts consentis, l'intérêt donné à ce médium est resté indigent comme l'explique Jean François Têtu : « la radio étant laissée dans l'ombre, du fait peut-être que son apparent pluralisme l'opposait fortement à la télévision ».⁹⁸ Ce n'est qu'à partir des années 80 que les autorités ont commencé à s'intéresser sérieusement au développement de la radio. Cet intérêt s'explique par la concurrence de MD1 (Radio-méditerranée internationale installée à Tanger), qui est bien captée en Algérie.

En 1986, le vent de la restructuration a soufflé sur la RTA qui éclatait en quatre entreprises, à savoir :

1-Entreprise Nationale de Radiodiffusion sonore(ENRS)

2-Entreprise Nationale de Télévision(ENTV)

3-Entreprise Nationale de Télédiffusion(ENTD)

4-Entreprise Nationale de Production Audiovisuelle (ENPA). Cette dernière fut dissoute en 1997, après avoir consommé, signale-t-on des sommes colossales, sans aucune production⁹⁹ .

⁹⁶Mustapha Khelifi, Algérie, reconstruire le service public de télévision, *Op. cit.* p 24.

⁹⁷Badr Eddine Mili, Le soir d'Algérie, *Op.cit.*, 28 octobre 2012.

⁹⁸Jean-FrancoisTetu, La radio, un média délaissé, CNRS, Hermès revue, 2004.

⁹⁹عبد القادر نور، مرجع سابق، ص87

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

3-3.1'Aspect organique de la Radio et la Télévision algérienne

Après avoir abordé modestement l'histoire de la radio et de la télévision algérienne, nous allons évoquer l'aspect organique de ces deux médias.

3-3-1.Aspect organique de Radio algérienne

La Radio algérienne dénommée, «Etablissement public de Radiodiffusion sonore » a été érigée en avril 1991, en établissement public à caractère industriel et commercial (E.P.I.C), doté de la personnalité morale de droit public et de l'autonomie de gestion de service public, dont l'activité est définie par un cahier des charges.¹⁰⁰ Ce dernier s'articule autour de missions de service public qui lui sont dévolues, dont notamment¹⁰¹ :

- Informer, cultiver et divertir ;
 - Encourager, développer et promouvoir le rayonnement de la culture nationale dans toute sa diversité et ses composantes ;
 - Assurer l'expression pluraliste, dans le respect du principe d'égalité de traitement et d'indépendance.
- Pour assurer le rayonnement de ses programmes sur les cinq continents, la Radio algérienne a recours aux Satellites (Arabsat, Nilesat, Hot bird, NSS7, Galaxy) + Internet.
- Ce media national totalise en 2014 un effectif de l'ordre de presque 5000 employés.

Il est financé essentiellement par l'Etat et la rente publicitaire. Le produit de la redevance est réparti comme suit :

- 30 % au profit de la Radio algérienne ;
- 40 % à celui de la Télévision algérienne ;
- 30 % au profit de la Télédiffusion d'Algérie.

Il y a lieu de signaler que le cahier des charges de la Radio algérienne régit la publicité, en lui accordant le temps d'antenne qui lui est consacré, tout en la contrôlant, notamment pour certains produits interdits de promotion : tabac, boissons alcoolisées, médicaments, etc.

La radio algérienne représente aujourd'hui 4 chaînes nationales (la Chaîne 1, la Chaîne 2, la Chaîne 3 et la Chaîne internationale(RAI) et 4 radios thématiques (radio culture, radio Coran,

¹⁰⁰ Le journal officiel N°19 de 24 Avril 19 de 24 Avril 1991.

¹⁰¹ Cahier des charges de la radio nationale.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

radio jeunesse « Jil FM lancée en 15 janvier 1962 » et radio UFC) et 48 radios locales, venues renforcer les 4 radios nationales. Donc, cinquante-cinq stations émettent leurs programmes sous la coupe de la Radio algérienne.¹⁰²

-Chaîne 1 en arabe : elle diffuse ses programmes en langue arabe. Elle est considérée une continuité de la radio secrète. En 1975, elle a inauguré une nouvelle étape, elle diffuse ses programmes 24 h sur 24. Elle est diffusée sur tout le territoire national, son slogan « la voix la plus proche de vous », elle est diffusée par FM, Moyenne ondes et longues ondes.

Ces journaux parlés sont diffusés à travers les 48 stations régionales. Son nombre d'effectifs dépasse les 241 travailleurs dont 115 sont journalistes.

-Chaîne 2 : est une station qui diffuse exclusivement ses programmes en langue Tamazight ; son parcours n'a pas été détachée de celle de la chaîne 1, durant la Révolution et après l'indépendance, jusqu'au début des années 90 où cette chaîne est devenue autonome. En janvier 2005, elle commençait à diffuser ses programmes 24 heures sur 24. Cette chaîne regroupe cinq dialectes (Kabyle, Chenoui, Chaoui, Mozabite et Targui).

73 journalistes travaillent dans cette chaîne sur 167 travailleurs, le slogan « thikli daymen ar zedat)-La marche toujours en avant- . Cette chaîne couvre presque le territoire national, elle diffuse ses programmes sur les ondes moyennes et FM.

- La Chaîne 3 : C'est la Chaîne choisie pour notre recherche. Elle est créée suite au décret du 1er août 1963, cette dernière est une chaîne généraliste d'expression française. Son slogan est: « des images qui s'écoulent ». ¹⁰³ Ses programmes sont destinés à l'Algérie et à l'ensemble des pays du bassin méditerranéen. 140 travailleurs exercent dans cette chaîne en tant que journalistes, animateurs, et réalisateurs diffusant ses programmes 24 heures sur 24. Les informations représentent 28 % de ces programmes. ¹⁰⁴

-La Radio algérienne internationale (RAI) : elle est lancée le 19 mars 2007. Elle diffuse ses programmes en arabe (47,31) %, français (38,04) %, anglais (3,9) % et espagnole (3,9) %. La RAI diffusée en OM, internet et par satellite. ¹⁰⁵

¹⁰²Chelouche Mohamed, La radio Algérienne, genèse et processus, Alger, 16 décembre 2014, documentation interne.

¹⁰³ Le site de la radio algérienne : www.radio.algerienne.dz

¹⁰⁴Chelouche Mohamed, La radio Algérienne, genèse et processus, Alger, 16 décembre 2014, op.cit.

¹⁰⁵ *Ibid.*

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

-Chaînes de proximité : il existe 48 stations locales implantées dans les chefs-lieux de wilaya. L'ensemble de ces radios diffusent en FM. Un bouquet de 14 stations est sur satellite .Les chaînes de radio locales sont très appréciées par les citoyens eu égard à leur rôle important en matière de communication de proximité.

-Internet et site WEB : le site de la radio Algérienne est actuellement hébergé par un opérateur public sur un serveur dédié d'une capacité de 24TB2400GB avec un système d'exploitation linux .Ce portail comprend des liens vers toutes les autres radios.¹⁰⁶

A l'heure actuelle, 25 stations régionales utilisent un système de radio numérique à savoir 13 systèmes NETIA et 12 systèmes Digimedia de Studer.

Les chaînes nationales, hébergées au siège de la maison de la radio à Alger, fonctionnent déjà avec le système NETIA depuis mai 2012.

Les systèmes de radio numérique comprennent une gamme de logiciels audio numérique qui couvre l'ensemble du processus de travail d'une radio. De la production à la diffusion, chaque activité est représentée : acquisition, montage de documents sonores, traitement de dépêches, production musicale et publicitaire, planification, multidiffusion, archivage et gestion des droits d'utilisateurs. La gestion multi sites est prise en charge et permet un échange et un partage des contenus entre le siège et les stations régionales qui possèdent chacune leur propre base de données.¹⁰⁷

La radio et la télévision nationale sont dotées d'un centre de formation à Tipaza depuis avril 2012. Il s'attelle sur le recyclage des journalistes par les professionnels.

3-3-2-Aspect organique de la Télévision(EPTV)

Jean-Noel Jeanneney¹⁰⁸ écrit « partout où, à l'étranger, la radio est restée accrochée à la télévision, la tentation est grande, quand frappe la rigueur budgétaire, d'effectuer des coupes sombres au profit de l'image, dans le secteur du son ».

Ce jugement s'applique parfaitement à l'Algérie où la radio est restée accrochée à la télévision jusqu'en 1987(décret du 1^{er} juillet 1986, portant, création de l'entreprise nationale de radiodiffusion).Notre première observation consiste donc à noter la priorité accordée à la Télévision par rapport à la radiodiffusion :

¹⁰⁶ Colloque nationale sur la numérisation de la radio, Sétif, 6 janvier, 2011, documentation interne.

¹⁰⁷ *Idem*. p33.

¹⁰⁸ Jean-Noël Jeanneney, Marc Ferro, Isabelle Veyrat-Masson et Dominique Missika, l'histoire à la télévision : Quels supports ? Quelles écritures, Quels dispositifs, médiamorphoses, 2001.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

« La radio a toujours été le parent pauvre de R-T-A. principal organe d'information pendant la guerre de libération ; la radio a été délaissée, après 1962, au profit de la télévision »¹⁰⁹ :

Le décret du 20 avril 1991¹¹⁰ érigeant l'Etablissement public de télévision (EPTV) en établissement public à caractère industriel et commercial, le place sous tutelle de l'autorité désignée par le chef de Gouvernement.

À base de ce décret, la télévision s'ouvre à la publicité dès le début des années 90 et développe une action plus offensive vis-à-vis de l'étranger et particulièrement vers la communauté nationale installée en Europe et dans le monde arabe en privilégiant, au niveau de la programmation, le double aspect de l'information et de la culture. La première, ayant un but politique résidait dans le fait de donner une autre image du pays que celle de violence et la seconde visait à mieux consolider l'ancrage des publics ciblés.¹¹¹

Le directeur général de la télévision est nommé par décret présidentiel. Ses missions sont multiples avec entre autres, la mise en œuvre des prescriptions des cahiers des charges ; il représente l'établissement dans tous les actes de la vie civile, assure la gestion administrative, technique et financière de l'établissement et établit la grille des programmes en veillant à sa réalisation.

La marge d'autonomie de l'établissement est définie par l'article 3 du texte réglementaire :

« -L'établissement est doté de la personnalité morale de droit public et de l'autonomie de gestion administrative et financière.

Il est régi par les règles de droit public dans ses relations avec l'Etat. Il est réputé commerçant dans ses rapports avec les tiers ».

L'article 4 énonce : « l'établissement exerce une mission de service public conformément aux prescriptions de ses cahiers des charges ». Le choix du Directeur général de l'établissement est une prérogative du chef de l'Etat.

L'article 14 précise les prérogatives du conseil d'administration de l'établissement, la mission de « veiller à l'indépendance du service public de la télévision et au respect des prescriptions des cahiers des charges ».

¹⁰⁹ Brahim Brahimi, *Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie*, *Op.cit.*, p 67.

¹¹⁰ Décret exécutif n° 91-100 du 20 avril 1991 érigeant l'entreprise nationale de télévision en établissement public à caractère industriel et commercial de télévision, art. 2.

¹¹¹ Achour Cheurfi, *La presse algérienne (genèse, conflits et défis)*, *Op.cit.*, p 105.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

Les missions de la télévision sont définies par les articles 5,6 et 7 du statut et les articles des cahiers de charges.

Parmi les missions de cet établissement est d'informer par la diffusion ou la retransmission de tous reportages, émissions et programmes se rapportant à l'actualité nationale, régionale, locale ou internationale, conformément aux dispositions de ses cahiers des charges.

Ainsi que de garantir le pluralisme et l'indépendance de l'information, de satisfaire, dans la limite de ses moyens, les besoins d'éducation, de distraction et de culture des différentes catégories sociales en vue d'accroître les connaissances et de développer l'esprit et favoriser la communication sociale organisée par le Gouvernement et les organismes qui en dépendent.¹¹²

Le cahier des charges de l'ENTV, consigné dans le même décret du 20 avril 1990, présente aussi une évolution vers moins du dirigisme étatique.

Dans la structure des ressources financières de l'ENTV ressortent trois sources : la subvention de l'Etat, les ressources propres (essentiellement produit de la publicité) et la redevance des usagers.

Dans la voie de sa modernisation, la Télévision algérienne commence à diffuser par le biais du satellite. Elle a envisagé dès 2007 de franchir un nouveau pas dans la voie de sa modernisation en adoptant le système numérique ou la TNT (Télévision numérique terrestre). Cette opération recouvre une mutation technologique qui étend le principe de la numérisation du signal à sa diffusion terrestre dans lequel les signaux vidéo, audio et de données ont été numérisés, puis ordonnés dans un flux unique avant d'être modulés puis diffusés, donc, transportés jusqu'au téléspectateur via les ondes électromagnétiques.

La transition de la télévision analogique vers la télévision numérique terrestre constitue une immense évolution numérique technologique qui s'impose dans les champs algériens de diffusion dès 2006.¹¹³ Les enjeux de développement de la télévision Numérique terrestre sont d'une grande importance tant au niveau industriel que culturel. Les opportunités, les enjeux techniques mais aussi économiques du développement des services qui y sont associés en Algérie doivent être appréhendés correctement pour assurer le succès de la migration au numérique. Les chaînes nationales de télévision sont comme suit :

¹¹²Décret exécutif n° 91-100 du 20 avril 1991 érigeant l'entreprise nationale de télévision en établissement public à caractère industriel et commercial de télévision, art 5.

¹¹³Tahar Bediar, L'ouverture de l'audiovisuel en Algérie ? Éditions Houma, Alger, 2011, p65.

Chapitre I : La politique de l'information en Algérie

ENTV Terrestre : chaîne généraliste nationale diffusée par voie hertzienne terrestre sur tout le territoire algérien.

- Canal Algérie : chaîne généraliste francophone à vocation internationale diffusée par satellite lancée en 1994 sous l'appellation de Algerian TV, et puis prend le nom de Canal Algérie en 2003 (la chaîne concernée par notre recherche).

- Algérie 3 (A3) : chaîne généraliste arabophone à vocation internationale diffusée par satellite lancée le 5 juillet 2001.

- Algérie 4 Tamazight : chaîne généraliste en Berbère lancée le 18 mars 2009.

La chaîne Coranique : chaîne thématique religieuse dédiée à la lecture du Coran lancée le 18 mars 2009.

Les chaînes régionales de télévision sont :

Télévision régionale centre (Alger) : Canal Alger-Centre locale.

Télévision régionale ouest (Oran) : Oran TV régionale.

Télévision régionale est (Constantine) : Constantine TV régionale

Télévision régionale sud-est (Ouargla) : Ouargla TV locale

Télévision régionale sud-ouest (Béchar) : Bechar TV régionale.

Conclusion

À travers ce chapitre introductif, nous avons essayé de sillonner le champ médiatique en Algérie, depuis la guerre de libération nationale jusqu'aujourd'hui. Nous avons en premier lieu essayé d'illustrer le rôle de l'information pendant la Révolution dans la sensibilisation de la population.

Après l'indépendance, les pouvoirs publics, conscients du rôle magistral des médias, ont élaboré un arsenal juridique afin de les encadrer étroitement. L'ouverture médiatique en Algérie est le fruit d'un combat assez long. Les événements d'octobre 1988 ont collaboré profondément à réaliser ces acquis.

Ces événements ont engendré des réformes de fond : le multipartisme politique et l'ouverture médiatique sur le privé, concernant tout d'abord la presse écrite depuis 1992 et récemment l'audiovisuel en 2014.

Étant donné, que notre recherche concerne uniquement les médias audiovisuels, à savoir la radio et la télévision, nous avons retracé l'historique de la radiotélévision Algérie (RTA) unie jusqu'à la date de l'éclatement en 1986. Après cette date, les deux entreprises, la Radio algérienne et la Télévision nationale ont chacune pris leur chemin en traçant des objectifs et des défis.

Chapitre II : Le service public des médias

Chapitre II : Le service public des médias

Le service public des médias est une question épineuse, vu les divergences qui entourent cette question. Néanmoins, cette notion est étroitement liée surtout à l'audiovisuel, malgré les épines semées par les entraves économiques dans plusieurs pays du monde, et ce, compte tenu de la lourdeur du financement de ce secteur, et de l'importance que représente ce secteur stratégique de l'audiovisuel pour les pouvoirs politiques.

Dans ce chapitre, nous allons revenir succinctement sur l'évolution historique de la notion, de service public surtout en France, qui est considérée parmi les pays rares au monde ayant défendu et qui défend encore les acquis du service public face aux antagonistes farouches de ce système.

Dans les détails de ce chapitre, nous allons aussi essayer d'approfondir cette notion dans l'audiovisuel à travers différentes visions, en mettant l'accent sur deux modèles phares dans le monde : l'expérience de la BBC en Grande - Bretagne et l'expérience française. Ainsi, nous visons à illustrer la notion de service public dans le secteur de l'audiovisuel en Algérie, et ce, à travers les lois et les cahiers des charges de l'Entreprise Publique de la Télévision(EPTV) et l'Entreprise Publique de Radio Sonore(EPRS).

1. L'évolution historique de la notion de service public

La notion de service public a connu une évolution à travers le temps, pour y atteindre la notion actuelle.

1-1. L'émergence du service public dans le monde

La notion de service public se situe au cœur de la conception de l'État dans les démocraties modernes occidentales. Mais il est difficile de proposer une définition conceptuelle pertinente.¹⁰²

En effet, au cours du dix-neuvième siècle puis surtout au vingtième, chaque pays a constitué peu à peu une doctrine de l'intervention publique autour de deux concepts centraux, ceux d'intérêt général et de service public en France, de « public interest »¹⁰³et de public utilities en Grande -Bretagne et aux États-Unis.

¹⁰²George Éric, « Service public de la télévision et marchandisation de la communication », dans *Sciences de la société*, no 43, février, 1998, pp. 147-163.

¹⁰³Theirry Kirat, La régulation des entreprises de service public, analyse économique, fondements juridiques et modalités institutionnelles, sciences de la société n°43, 1998, p12.

Chapitre II : Le service public des médias

Si la France parle de l'intérêt général, les États-Unis connaissent le « public interest ». À défaut de service public (au singulier), ils ont des public utilities (au pluriel). L'idée d'un traitement particulier des services en réseaux au nom de la défense des intérêts collectifs est présente très tôt dans le débat politique américain.¹⁰⁴ Mais ce débat, dans un pays où le droit est très jurisprudentiel, emprunte d'autres voies qu'en France.

Cette différence de vocabulaire signifie une divergence au niveau des approches. Il s'agit plus de fixer des obligations à des entreprises de façon à faire fonctionner correctement le système de l'économie de marché que de penser le rôle de l'État. En conséquence, il existe un certain nombre d'organismes généralement autonomes, donc indépendants du pouvoir exécutif, qui sont chargés de la régulation sur des bases fixées par le législateur. Leur objectif consiste à bien vérifier que les "entreprises d'utilité publique" se comportent effectivement dans l'intérêt général (ou plutôt le public interest).

En levant le voile sur la naissance de la notion de service public, nous observons que ses origines sont inculquées dès les anciennes monarchies. Les premiers chefs, pharaons, princes, monarques, empereurs, ont naturellement rassemblé autour d'eux des personnels tant militaires que civils. Même s'ils n'employaient pas l'expression du service public pour les désigner, ils leur confiaient la charge d'activités par nature différentes de celles exercées par les individus en leur nom propre.

Ainsi, la réalité de l'exercice du pouvoir dans la cité existe dès que la société politique est fondée ; les premières manifestations de l'idée d'un service public sont présentes sous l'antiquité, bien que la notion de service public reste inconnue. Avec le moyen-âge, la terminologie pour désigner les services collectifs se précise. « L'utilitas publica »,¹⁰⁵ reprise de Rome est adaptée au régime seigneurial, puis royal. La notion de commun profit est créée. Il faut attendre la monarchie du seizième et dix-huitième siècles et la Révolution française pour que se multiplient les références explicites au « service » et au « service public ».

En France, la Révolution française, en abolissant le pouvoir royal, fait de l'État la « personne publique » dont émane le service public ; en même temps, l'aspect organique deviendra l'un des principaux critères du service public.

Cependant, les secteurs d'intervention de l'État dans la vie sociale restent définis de façon minimaliste ; en effet, l'État, tel qu'il est conçu par la pensée Révolutionnaire, n'a pas pour

¹⁰⁴Cristian Stoffaes, *Publics, questions d'avenir*, éditions Odile Jacob, 1995, p 96-97.

¹⁰⁵Jean-Paul Valette, *Service public à la Française*, ellipses éditions marketing, 2000, p 9-10.

Chapitre II : Le service public des médias

rôle premier de fournir des services, mais bien d'encadrer les relations sociales par un nombre minimal de règles.

Avec l'augmentation et la diversification des secteurs placés dans le giron de l'État, apparaît, dans la conceptualisation du service public, l'idée de besoins à satisfaire. C'est dans ce cadre qu'émerge la doctrine du service public, laquelle marque un véritable tournant dans la conception de l'État libéral. C'est notamment avec les travaux de l'« École de Bordeaux », et en particulier grâce au juriste Léon Duguit, que le service public reçoit sa théorisation.¹⁰⁶ Il s'agit d'en finir avec le mythe de la souveraineté de l'État : celui-ci se doit d'être encadré et limité dans ses agissements par le droit. Dans ce cadre, la notion de service public en vient à occuper une place centrale, dans la mesure où elle constitue à la fois le fondement et la limite du pouvoir des gouvernants, avec en outre la protection des destinataires et interventions publiques, désormais appelés « usagers ».¹⁰⁷

Le service public se définissait comme une mission d'intérêt général exercée par une personne publique dotée, le cas échéant, de prérogatives de puissance publique et soumise à un régime juridique exorbitant adapté aux besoins du service.¹⁰⁸ Une équation simple liait le service public, la personne publique et le régime de droit public. La simplicité de cette conception du service public avait pour corollaire son étroitesse. Le service restait cantonné à une sphère étroite dont les deux principales composantes étaient les fonctions régaliennes fondamentales (justice, défense, police, diplomatie) et les fonctions traditionnellement assumées par la puissance publique (éducation, santé publique et action sociale).

Sous l'effet de l'extension des missions de la puissance publique, cette définition simple et étroite a connu une double rupture. D'abord, l'évolution des missions de la puissance publique induite par la Première Guerre mondiale qui a légitimé les initiatives des personnes publiques dans le domaine industriel et commercial. Au vu de cette évolution du champ d'intervention de la puissance publique, il a été admis que des personnes publiques peuvent fonctionner comme une entreprise privée et exercer leurs activités de service public dans les conditions du droit commun. Ainsi naquirent les services publics industriels et commerciaux (Spic) et l'idée d'une gestion privée des personnes publiques.

Ensuite, les nécessités de l'organisation de l'économie et des professions dans le contexte de la crise économique des années 1930 se sont traduites par la reconnaissance de l'exercice

¹⁰⁶ Claude DiDry, Léon Duguit, *Ou le service public à l'action*, Cairn info, 2005.

¹⁰⁷ Jean-Paul Valette, *Le service public à la française*, *Op.cit.*, pp 30-31.

¹⁰⁸ Jean-Sébastien Pilczer, *La notion de service public*, Cairn. Info, n°158.

Chapitre II : Le service public des médias

d'activités de service public par des personnes privées. Ainsi fut consacrée la reconnaissance des organismes privés chargés d'une mission de service public et, avec elle, l'idée d'une gestion publique des personnes privées.

En dépit de cette crise de la notion de service public, il importe de relever que celle-ci se caractérise toujours par la combinaison d'un critère matériel (l'exercice d'une mission d'intérêt général)¹⁰⁹ et d'un critère organique (le contrôle, direct ou indirect, d'une personne publique).

1-2. La notion et la doctrine juridique du service public en France

Le législateur, les juges, les administrateurs, les usagers et les théoriciens du droit en France n'ont pas la même notion du service public. L'administration du royaume sous l'Ancien Régime laisse apparaître l'existence matérielle de nombreux services publics sans que ceux-ci soient conceptuellement regroupés. La Révolution et l'Empire, et même l'État libéral du dix-neuvième siècle pratiquent abondamment l'intervention, que les juristes cherchent d'ailleurs à systématiser, mais ceci ne se fait pas sous l'emblème du service public. La notion de service public¹¹⁰ apparaît en tant que telle dans la jurisprudence administrative, et elle est notamment reprise par Duguit dans sa construction idéologique d'une théorie de l'État, et par l'École de Bordeaux dans une construction scientifique du droit administratif.

À partir de la tradition française, la notion de service public contribue à fonder l'État de droit sur des bases solides. D'une part, celui-ci est appelé à abandonner sa position d'arbitre pour prendre part activement à la gestion. D'autre part, la création même de la notion sonne le glas d'une puissance étatique inconditionnelle puisqu'elle crée des frontières au-delà desquelles l'État n'a pas à intervenir. Le service public constitue à la fois le fondement et la limite du pouvoir des gouvernants. Ainsi, pour Léon Duguit, juriste et pionnier de cette nouvelle théorie politique, le service public est la norme de droit objectif qui s'impose aux gouvernants.

La conception objective de Léon Duguit¹¹¹, doyen de la faculté de droit de Bordeaux (1919-1928), a d'abord voulu élaborer une théorie de l'État se démarquant de l'école du droit public allemande. À cette occasion, il a trouvé dans le service public la pierre angulaire de la limitation de la puissance de l'État.

Léon Duguit considère que l'État est un phénomène social et non une volonté supérieure s'opposant à une autre volonté. Il recherche les fondements sociologiques du droit permettant

¹⁰⁹Jaques Chevalier, Essai sur la notion juridique de service public, <https://www.u-picardie.fr/curapp-revues/root/7/chevallier.pdf>

¹¹⁰George Éric, « Service public de la télévision et marchandisation de la communication », *Op.cit.*, pp147-163.

¹¹¹Jean -Paul Valette, Le service public à la Française, *Op.cit.*, p32.

Chapitre II : Le service public des médias

d'assurer la limitation juridique du pouvoir étatique. Le service public permet de limiter strictement le champ d'action et les moyens, de les soumettre à une contrainte de but, censée interdire toute possibilité d'arbitraire.

Selon Léon Duguit,¹¹² relève du service public « toute activité dont l'accomplissement doit être assurée, réglée et contrôlée par les gouvernements, parce que l'accomplissement de cette activité est indispensable à la réalisation et au développement de l'interdépendance sociale, et qu'elle est de telle nature qu'elle ne peut être réalisée complètement que par l'intervention de la force gouvernante ».

La doctrine élaborée par ce juriste reste en France la doctrine de référence. Elle accorde une place centrale à l'Etat.

C'est en effet aux pouvoirs publics nationaux et locaux qu'il revient de décider si une activité présente le caractère de service public, d'en dicter les conditions de mise en œuvre et d'en contrôler l'exécution. Cette décision des pouvoirs publics et sa mise en œuvre doivent se conformer à un certain nombre de principes juridiques définis par le droit administratif. Les plus importants sont la recherche de l'intérêt général et l'égalité.

Pour reprendre les termes de Chevalier¹¹³ sur la définition originare, le service public était l'activité d'intérêt général prise en charge par l'administration.

Cette définition, selon Chevalier aurait été infléchie en deux sens différents et opposés : dans un sens restrictif, la gestion d'une activité par l'administration ne serait pas dans tous les cas inspirée par l'intérêt général et ne présenterait donc pas toujours les caractères d'une activité de service public ; dans un sens extensif, il serait désormais impossible de lier le statut de droit public à la gestion d'un service public :

Des personnes privées ont en effet la possibilité d'assurer cette gestion en dehors du cadre de droit public. Compte tenu de ces deux éléments, le service public paraît ne plus coïncider avec l'activité des personnes publiques : il est à la fois plus restreint et plus étendu que ces dernières. D'où, la disparition du critère organique, qui ne serait plus d'aucune utilité pour savoir s'il y a ou non service public.

¹¹²Elise Aloy et François L'évêque, la définition, les outils d'évaluation et de financement du service public en situation de concurrence ouverte, Cerna, 1997, p26.

¹¹³Jaques Chevalier, Essai sur la notion juridique de service public p139, Op.cit.

Chapitre II : Le service public des médias

1-3. Service public, fonction publique et secteur public

Une confusion permanente règne autour de ces trois concepts, donc, nous tenterons de les éclairer.

La notion de la fonction publique renvoie à une dimension juridique, c'est-à-dire aux activités, aux fonctions dites régulières, et qui se rapportent à la réglementation de l'activité publique, au contrôle de la légalité, à la sécurité civile, qui sont assumées par des institutions et des agents de l'État appelés « fonctionnaires »¹¹⁴ garants du respect des lois et règlements d'ordre public dans le cadre de structures qui dépendent entièrement de l'Etat et de ses services centraux, régionaux ou locaux.

La notion de secteur public, renvoie à une dimension structurelle qui peut être indépendante des missions, des vocations, valeurs et statuts juridiques de ces organisations. Seulement, celles-ci, se distinguent par le fait qu'elles sont gérées directement par l'Etat ou ses services centraux ou locaux et où nous retrouvons généralement dans ces organisations le pouvoir de décision dominant de l'Etat, des moyens affectés et un système de contrôle permanent par les organes de l'Etat.

Ces organisations se particularisent aussi, par le fait que leurs vocations et missions, s'inscrivent dans une logique économique, sans pour cela que le profit soit leur objectif final, comme c'est le cas des entreprises de transport, de distribution de l'électricité et du gaz, les offices de logements, les hôpitaux, etc.

Le secteur public donc assure des activités menées presque exclusivement par des agences gouvernementales et réalisées par une combinaison de services de l'État, des autorités réglementaires et d'autres institutions juridiques et politiques.

La notion de service public renvoie à une dimension politico -culturelle¹¹⁵, et peut même revêtir parfois un caractère quasiment idéologique. Peuvent être considérées comme activités de service public, les prestations généralement à but non- lucratif, qui sont assorties de garanties pour l'usager citoyen, dans un cadre de développement de la solidarité sociale.

¹¹⁴Mustapha Khelifi, Algérie, reconstruire le service public de télévision, images éditions, 2005, p283.

¹¹⁵*Idem*, p284.

2- Les principes de service public

Pour qu'un service collectif puisse être rangé parmi les services publics, il faut qu'il réponde à un besoin d'intérêt général. Cette notion ne doit pas être confondue avec la définition économique utilitariste qui somme le bien-être individuel.

Le rôle des services publics est de servir l'intérêt général, car les services publics incarnent l'intérêt général.¹¹⁶ Avant les arguments économiques et juridiques, c'est un argument de nature philosophique qui justifie l'existence de services publics.

L'intérêt général a en France une connotation spéciale.¹¹⁷ Il transcende les intérêts particuliers ; il fonde l'intérêt commun des citoyens plutôt qu'il ne se déduit de l'identification des intérêts individuels qui seraient partagés par tous.

Le fait de répondre à un besoin d'intérêt général soumet les activités reconnues comme services publics à des principes de gestion particuliers dont les plus importants sont ceux de continuité, d'adaptabilité et d'égalité. Ces principes sont dégagés par Louis Rolland dans les années trente.

Louis Rolland complétait la théorie du service public dans les années 1930, en systématisant un noyau de principes qui s'imposent à tout service public et qui sont présentés sous l'expression commode de « lois du service public » ou "lois de Rolland".¹¹⁸ Ces principes ont vocation à s'appliquer à tous les services publics, au nombre de trois : la continuité, l'égalité, la mutabilité.

2-1. Le principe de continuité

La continuité est le principe essentiel pour Louis Rolland¹¹⁹. La continuité doit permettre à l'administration de disposer des moyens d'assurer cette obligation. Ce principe est entendu comme l'obligation de faire fonctionner le service public sans interruptions autres que celles qui sont prévues selon une périodicité conforme à ses besoins.

Une implication pratique du principe de continuité est le service minimum en cas de grève, ce qui est assuré par exemple dans la navigation aérienne et l'audiovisuel.

¹¹⁶Claire Montiloux, Regards croisés sur l'économie, la découverte, 2007, p p 25,26.

¹¹⁷Elise Aloy et François L'évêque, La définition, les outils d'évaluation et de financement du service public en situation de concurrence ouverte, *Op.cit.*, p 26.

¹¹⁸Gilles J.Gugliemi, Une introduction au droit du service public, université Paris-II (Panthéon-Assas), 1994, p14.

¹¹⁹Paul valette, Le service public à la Française, *Op.cit*, 2000, p 86.

2-2. L'égalité

L'égalité des usagers devant les prestations du service public est une nécessité des sociétés démocratiques. Il implique de lier l'égalité devant la loi et l'égalité devant le service public. La neutralité du service public permet d'assurer l'égalité de traitement des usagers. Le plus souvent, le principe de neutralité n'a pas de signification hors du principe de l'égalité. Il est régulièrement évoqué en matière d'enseignement et de communication audiovisuelle le liant à l'égalité.¹²⁰

Ici, l'égalité n'implique pas à l'accès au service public qu'il soit gratuit. Il s'agit d'un droit à l'identité du traitement. Cette remarque vaut aussi bien pour les services publics administratifs et sociaux, que pour les services publics à caractère industriel et commercial et pour lesquels il y a obligation d'équilibrer les dépenses par les recettes liées aux prestations.

Dans le langage courant une chose est dite gratuite lorsqu'elle est donnée sans qu'en retour ne soit exigé un prix représentant un échange ou un paiement et il n'est donc pas surprenant que cela n'existe pas en matière de service public.

L'école du service public s'est peu préoccupée de gratuité. Léon Duguit¹²¹ n'envisage jamais directement la question. Il n'analyse pas le financement du service public, même si son instance sur la solidarité sociale incline à privilégier le financement par l'impôt plutôt que par les usagers.

En matière de service public à caractère industriel et commercial, la tradition juridique adopte un sens faible de l'égalité d'accès : un principe de non-discrimination plus qu'un souci d'égalitarisme¹²². L'égalité au sens fort correspond à un accès gratuit et une qualité de service unique. L'égalité au sens faible correspond à l'égalité de traitement définie comme le même tarif pour une même qualité de service et pour une même catégorie d'usagers.

2-3. Le principe de mutabilité

Il est fondé sur l'idée que la qualité du service doit être assurée dans le temps et que les prestations fournies au public doivent toujours être adaptées à ses besoins. Cela signifie que les services publics sont pour ainsi dire soumis au progrès, visant l'amélioration constante de leurs prestations.

L'adaptation endurente du service public est souvent mentionnée par la doctrine sous des appellations diverses : adaptation, mutabilité, évolution, fonctionnement efficace. Le service

¹²⁰*Idem.*, p99.

¹²¹*Idem.*, p102.

¹²²Elise Aloy et François, L'évêque, La définition, les outils d'évaluation et de financement du service public en situation de concurrence ouverte, *Op.cit.*, p p 26, 37et 38.

Chapitre II : Le service public des médias

public est adapté pour assurer son fonctionnement continu. La continuité commande que le service public fonctionne conformément à son statut, alors que l'adaptation nécessite que ce statut soit adapté en raison du progrès technique.¹²³

Le service public voué à la continuité et à l'adaptation permanente doit également respecter le principe d'égalité.

Ces fondements ont été progressivement et plus récemment enrichis par d'autres principes. Un rapport public du Conseil d'État de 1994 sur le service public¹²⁴ propose d'y ajouter "les principes de participation, de transparence, de responsabilité, de simplicité et d'accessibilité". Il apparaît en fait que la liste des principes s'enrichit au fil du temps.

3-Service public de l'audiovisuel

La notion de service public des médias audiovisuels est sans doute une des plus imprécises et des plus incertaines qui soient. Nul ne parvient à la définir exactement ni à en déterminer, avec rigueur, les contours et la portée.¹²⁵ Elle répond ou correspond à des préoccupations et à des formes d'organisation assez différentes. Elle sert à justifier des obligations multiples et distinctes, sinon disparates, imposées à des degrés différents tant, au secteur public qu'au secteur privé.

Le service public qui appartient à la collectivité et aux autorités publiques, se doit d'imposer aux organismes du secteur public, mais aussi aux opérateurs privés, des obligations qui ne vont pas nécessairement dans le sens de la rentabilité ou du plus grand profit, mais de prendre en charge des activités, dites d'intérêt général,¹²⁶ que le secteur privé ne voudrait ou ne pourrait pas assumer. Il s'agit de corriger les insuffisances des entreprises privées, de répondre par un financement public à des besoins, en matière d'information, de création et de culture notamment, surtout que les seules lois du marché et un financement par la publicité ne pourraient pas satisfaire.

Dans de nombreux États, les entreprises de médias de service public occupent une position spécifique. Elles bénéficient d'un financement public important et doivent en contrepartie assurer, au moyen de leurs programmes de radio et de télévision, un service public dans les médias. Historiquement, leur création se veut une réponse aux expériences de crise et de conflits vécues par les générations précédentes, notamment la propagande et la manipulation

¹²³ Paul valette, *Le service public à la Française*, *Op.cit.*, ellipses, 2000, p 93.

¹²⁴ Rapport de la commission indépendante sur la télévision du Conseil de l'Europe, 2004.

¹²⁵ Emmanuel Derieux, *Droit des médias*, 7eme édition, Lextenso éditions, 2015, p163.

¹²⁶ *Idem.*, p164.

Chapitre II : Le service public des médias

des informations en temps de guerre. Afin de prévenir une résurgence de ces dérives, dans les démocraties occidentales, les entreprises de radio et de télévision sont depuis, censées être au service de la société, en fournissant une information neutre et pertinente, et en encourageant la culture et la formation et surtout ne pas poursuivre de but lucratif. Ces principes figurent dans les concessions que l'Etat octroie aux entreprises de service public. Par contre, l'Etat ne peut pas intervenir dans la conception du programme. La liberté des médias est en effet un droit fondamental, au même titre que la liberté d'expression, la liberté de rassemblement ou la liberté d'établissement.¹²⁷

3-1. Définition de l'Organisation des Nations Unis pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO).

L'UNESCO définit la radiotélévision publique comme un lieu de rencontre où tous les citoyens sont invités et considérés sur une base égalitaire. C'est un outil d'information et d'éducation, accessible à tous et s'adressant à tous, indépendamment du statut social ou économique des uns et des autres. Son mandat ne se limite pas à l'information et au développement culturel. La radiotélévision publique doit aussi meubler l'imaginaire et divertir. Mais elle le fait avec un souci de qualité qui doit la distinguer de l'audiovisuel commercial.¹²⁸

Donc la radiotélévision, n'est ni commerciale, ni étatique ; la radiotélévision publique trouve sa raison d'être dans le seul accomplissement du service public. C'est la radiotélévision du public ; elle s'adresse à chacun en tant que citoyen. Elle encourage l'accès et la participation à la vie publique. Elle développe les connaissances, élargit les horizons et permet à chacun de mieux se comprendre en comprenant le monde et les autres.

L'UNESCO a apporté un éclairage par rapport à la confusion qui règne souvent sur les deux concepts ; Radiotélévision d'Etat et Radiotélévision publique, répandues et qui sont des synonymes.

Cette erreur d'interprétation vient du fait qu'il existe très peu de pays qui ont une véritable radiotélévision de service public et que la plupart des pays du monde sont en effet, dotés d'un système de radiotélévision d'Etat. De plus, lorsqu'on la compare à la radiotélévision commerciale, la radiotélévision d'Etat est perçue comme étant davantage orientée vers le

¹²⁷Rapport d'analyse de la définition et des prestations du service public de la SSR compte tenu de la position et de la fonction des médias électroniques privés 17 juin 2016.

¹²⁸UNESCO, La radiotélévision de service publique, une sélection de bonnes pratiques, Première édition 2005, p15.

Chapitre II : Le service public des médias

service public, ce qui conduit à cette confusion habituelle entre la radiotélévision de service public et les systèmes de radiotélévision d'Etat.

Bien que les systèmes de radiotélévision d'Etat s'acquittent de certains services publics, leur contrôle par les gouvernements, les modèles de financement, le manque d'indépendance et d'impartialité tant au niveau de la programmation que de la gestion les empêchent d'être identifiés comme radiotélévision de service public. En conséquence, et comme nous l'avons précisé, bien que les diffuseurs aient des activités de service public, ils ne peuvent être définis comme de réelles radios et télévisions de service public parce qu'ils n'en remplissent pas les exigences. Par ailleurs, il est aussi important de rappeler que la radiotélévision communautaire, même si elle s'acquitte de certaines charges habituellement remplies par la radiotélévision de service public, ne remplace pas un véritable service de radiotélévision de service public qui jouit d'une perspective plus large et à portée nationale.

3-2. Critères du service public de l'audiovisuel : Les facteurs suivants pourraient être pris en compte afin de juger si un système de radiotélévision de service public joue le rôle qu'on attend de lui ¹²⁹:

3-2-1. L'universalité : La radiotélévision publique doit être accessible à tous les citoyens sur le territoire national. C'est un objectif profondément égalitaire et démocratique dans la mesure où il met tous les citoyens sur le même pied indépendamment de leur statut social ou leurs revenus. Il impose au service public de s'adresser à l'ensemble de la population et chercher à être utilisé par le plus grand nombre possible de citoyens.

3-2-2. La diversité : Le service offert par la radiotélévision publique doit être diversifié, et ce avec au moins trois façons. Diversité des genres d'émissions proposées, des publics visés et des sujets traités. Le service public doit refléter la diversité des intérêts du public en offrant une programmation qui comporte différents genres d'émissions, des bulletins de nouvelles aux émissions plus légères. Certaines émissions peuvent ne s'adresser qu'à une partie du public, dont les attentes sont diverses. Le service public vise à toucher, en bout de ligne, l'ensemble du public, non pas par chacune, mais par l'ensemble de ses émissions et leur diversité. Enfin, par la diversité des sujets qu'elle aborde dans ses émissions, la radiotélévision publique peut aussi chercher à répondre aux intérêts variés du public et refléter

¹²⁹*Ibid.*

Chapitre II : Le service public des médias

par ce fait l'éventail des débats qui ont cours dans la société. Diversité et universalité se complètent en ce que la production d'émissions destinées tantôt aux jeunes, tantôt aux gens plus âgés, tantôt à tel autre groupe du public, ce qui fait en sorte que tous seront intéressés par le service public de radiotélévision¹³⁰.

3-2-3. L'indépendance

Le service public est un lieu où les idées doivent s'exprimer en toute liberté, un forum où circulent l'information, les opinions et la critique. Cela n'est possible que si l'on préserve l'indépendance, donc la liberté de la radiotélévision publique face aux pressions commerciales ou au pouvoir politique. Que l'information diffusée par le service public soit associée aux volontés du pouvoir, et le public n'y croira plus. Que le programme offert par le service public soit conçu selon des impératifs commerciaux, et le public ne comprendra pas pourquoi on lui demande de financer un service dont les émissions ne se distinguent pas suffisamment des services fournis par les radiotélévisions privées.

3-2-4. La spécificité

Cette exigence de spécificité commande que le service offert par la radiotélévision publique se distingue des autres services de radio télédiffusion. Devant la programmation du service public, la qualité et le cachet particulier de ses émissions, le public doit reconnaître ce qui distingue ce service des autres services qu'on lui offre. Il ne s'agit pas, pour la radiotélévision publique, de ne produire que les genres d'émissions qui n'intéressent pas les autres services, ni de s'adresser uniquement aux publics que les autres négligent, en traitant seulement les sujets que les autres ignorent. Il s'agit, sans exclusion de genres, de faire les choses de façon différente. Ce principe doit amener la radiotélévision publique à innover, à créer de nouveaux créneaux, de nouveaux genres, à jouer un rôle de locomotive dans l'univers audiovisuel en entraînant les autres radiotélévisions dans son sillon.

La Commission indépendante sur la télévision du Conseil de l'Europe,¹³¹ en 2004, a défini une chaîne de service public comme celle qui réunit la plupart avec l'ensemble des critères suivants :

- Un large éventail de programmes satisfaisant une diversité de goûts et d'intérêts et qui tienne compte des horaires de programmes ;

¹³⁰ Radiotélévision de service public, pourquoi ? comment ?, Conseil Mondial de la Radiotélévision, UNESCO, 2001.

¹³¹ Rapport de la commission indépendante sur la télévision du Conseil de l'Europe, 2004.

Chapitre II : Le service public des médias

- Un haut niveau de qualité technique et de standards de production, faisant la démonstration évidente de la qualité de ses ressources, de sa spécificité et de son caractère innovateur, assurant un usage important des nouveaux médias pour appuyer le rôle éducatif de la télévision ;
- Des émissions destinées aux minorités (culturelles, linguistiques et sociales) et répondant à d'autres besoins et d'autres intérêts spécifiques, particulièrement dans le domaine de l'éducation en offrant des émissions pour les écoles et pour les personnes handicapées ;
- La prise en compte des intérêts régionaux et des intérêts des communautés, ainsi que la représentation de la réalité des régions sur tout le territoire national ;
- L'affirmation de l'identité nationale, en étant une « voix de la nation », le lieu où les gens se retrouvent à l'occasion d'événements nationaux ;
- Un nombre important de productions originales présentées en première diffusion ;
- Une volonté évidente de prendre des risques au niveau de la création, de stimuler le téléspectateur, d'être un complément aux autres chaînes de service public et aux autres chaînes purement commerciales ;
- Une grande indépendance et une impartialité démontrée, des informations dignes de confiance offrant un lieu de débat public et assurant la pluralité des opinions et un électorat informé ;
- Une couverture universelle ;
- Un nombre limité des créneaux publicitaires (un maximum de sept minutes par heure durant toute la journée) ;
- Abordable, gratuit ou à des coûts la rendant accessible à la vaste majorité des gens.

Ces critères tout en s'appliquant seulement aux diffuseurs européens sont universels.

Le dernier rapport de l'Europe qui date de 2012¹³² insiste sur l'indépendance, la transparence, la responsabilité et la durabilité de service public audiovisuel.

Si l'indépendance, la responsabilité, la transparence et la durabilité sont des principes fondamentaux de la gouvernance des médias de service public(MSP), qui devraient être universellement appliqués, la façon dont ils sont mis en œuvre peut varier d'un pays à l'autre, en fonction des systèmes et traditions constitutionnels, culturels et politiques. Il n'existe pas de modèle unique de gouvernance pour les MSP; une solution qui fonctionne bien dans un système n'est pas forcément adaptée à un autre.

¹³² Michael Wagner, Anne-Catherine Berg, Légal focus, principes de gouvernance pour les médias de service public,déclaration du comité des ministres sur la gouvernance des médias de service public, 15 février,2012. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Legal-Focus-Gov-Prin_FR.pdf

Chapitre II : Le service public des médias

En 2012, l'Assemblée générale de l'Union européenne (UER)¹³³ a adopté une Déclaration relative aux valeurs fondamentales des médias de service public, valeurs qui sont les suivantes : universalité, indépendance, excellence, diversité, obligation de rendre compte et innovation.

3-3. Mission de service public audiovisuel

Parmi les missions attribuées aux médias audiovisuels publics, nous citons la préservation des principes qui sont largement partagés, et résumés dans le triptyque suivant : informer, éduquer et distraire.

Ces principes sont traduits dans les législations des différents pays Européens : Grande-Bretagne, France, Allemagne, Italie, notamment permettant de circonscrire les missions générales d'un service public, sur la base qu'une chaîne publique et avant tout la chaîne de tous les citoyens sans exception. Tout en satisfaisant le plus grand nombre de personnes, elle doit prendre en compte les différences culturelles et éthiques de la population ainsi que les cultures régionales. Elle a pour mission d'informer, dans le respect du pluralisme politique, d'éduquer et de cultiver.

Cette trilogie des missions du service public est incluse pour la première fois dans la charte de la BBC de 1926 : « informer, éduquer et distraire ».¹³⁴ La trilogie qui va parcourir plusieurs pays du monde, avec des variations, notamment autour du deuxième terme (éduquer/cultiver).

3-3-1. Informer

C'est-à-dire fabriquer une série de journaux quotidiens, avec des moyens plus au moins lourds couvrant un champ immense, national ou international, en plus des autres programmes de l'information.

3-3-2. Éduquer

Cette mission est très lourde, elle incarne une responsabilité d'accompagner un public disparate dans son quotidien, en inculquant le respect des lois de la République, la solidarité nationale, la cohésion sociale, et l'exercice de la citoyenneté. Le service public de la

¹³³Anne-Catherine Berg Anne-Michael Wagner, Principes de Gouvernance pour les médias de service public, UER, 2015. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Legal-Focus-Gov-Prin_FR.pdf.

¹³⁴Jérôme Bourdon, Le service public de la radiotélévision, l'histoire d'une idéalisation dans les enjeux de l'information et de la communication, 2013, Vol 2, n°14, p 15-26.

Chapitre II : Le service public des médias

radiotélévision détient par rapport à tout cela, un rôle stratégique dans leur médiatisation et surtout leur juste compréhension.

3-3-3. Divertir

La radiotélévision de service public est dans son rôle de confectionner des émissions de divertissement dans sa grille, à l'instar des émissions de jeux, du chant et du sport.

Le service public des médias, comme il est conçu par la plupart des professionnels de la radio et de la télévision est résumé par Madjid Ferhati,¹³⁵ directeur de l'information de la radio Chaîne 2 : «c'est d'informer dans le sens large du terme, sans considération régionale ethnique ou linguistique et sans subir le diktat de l'audimat. Tout cela bien sûr en respectant les trois fondamentaux à savoir informer, éduquer et divertir. En somme, la mission du service public, c'est assurer un équilibre, mais sans verser dans l'équilibrisme».

4. Les modèles de service public de l'audiovisuel dans le monde

Plusieurs expériences de la radiotélévision sont connues dans le monde, mais les plus illustratives sont l'expérience de la BBC en grande Bretagne et l'expérience française.

4-1. Le modèle Britannique

La télévision publique est née avec la naissance de la British Broadcasting corporation,¹³⁶ qui fut fondée en 1926 en vertu d'une Charte royale et elle continue à jouir du même statut jusqu'à aujourd'hui. Les Chartes royales sont accordées pour un certain nombre d'années par le Souverain pour la réalisation de certaines activités, souvent sur une base exclusive. En pratique, toutefois, ces prérogatives royales sont exercées par le conseil exécutif. La Charte de la BBC a été préparée par le Secrétaire d'Etat au Patrimoine national (National Heritage). Sur le plan de la procédure, une Charte est similaire à une loi secondaire ou à un règlement et, de ce fait, n'est pas soumise à un examen rigoureux du Parlement. Par ailleurs, les décisions prises par une structure établie selon une Charte ne peuvent pas être soumises à un examen judiciaire.

¹³⁵Madjid Ferhati, Directeur de l'information au niveau de la Chaîne 2, 29ans d'expérience, Interview par questionnaire, décembre 2018.

¹³⁶Mustapha Khelifi, Reconstruire le service public de télévision, *Op.cit.*, p135.

Chapitre II : Le service public des médias

L'accord autorise la BBC à fournir un éventail de services de radiodiffusion¹³⁷ incluant deux réseaux terrestres de télévision et cinq services de radio pour une diffusion générale sur tout le territoire du Royaume-Uni, un service de radio additionnel pour l'Écosse et un pour l'Irlande du Nord, deux pour le Pays de Galles et un certain nombre de radios locales. Des obligations spécifiques sont prévues pour les services qui diffusent sur le territoire national.

Parmi elles, l'obligation de stimuler les arts et une diversité d'activités culturelles, de fournir une couverture détaillée, digne de foi et impartiale des nouvelles et des affaires publiques ainsi qu'une large couverture des sports et des autres loisirs ; l'obligation de diffuser des émissions à caractère éducatif incluant des programmes originaux pour les enfants, et finalement, l'obligation de refléter la vie et les préoccupations des auditoires. La BBC doit aussi transmettre quotidiennement un compte-rendu impartial des débats dans les deux Chambres du Parlement.

Le mandat de service public de la BBC est garanti par un certain nombre de dispositions prévues dans la Charte et dans l'accord de licence. L'article 3 a établi l'obligation générale de service public, notamment de fournir en radio et en télévision des programmes d'information, d'éducation et de divertissement en tant que services publics : « The BBC exists to serve the public interest ».¹³⁸

La BBC a aussi l'obligation de s'assurer qu'elle fait l'objet d'un examen constant et efficace de l'extérieur, notamment par la tenue de rencontres publiques et de séminaires. Toute modification importante des services de programmation doit être précédée d'un processus approprié de consultation publique.

La Charte prévoit certains mécanismes afin de garantir que la BBC réagit bien aux besoins du public et qu'elle se montre responsable envers lui. L'article 12 de la Charte oblige la création de trois Conseils nationaux de la Radiodiffusion, un pour l'Irlande du Nord, un pour l'Écosse et un pour le Pays de Galles, alors que l'article 13 prévoit des Conseils régionaux consultatifs pour chacun des territoires desservis par une télévision régionale en Angleterre.

Le rôle de ces structures est de conseiller la BBC sur les questions locales, mais elles n'ont aucun pouvoir sur elle.

¹³⁷Broad casting copy of royal charter for continuance of British broadcasting corporation, october 2006.https://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/charter.pdf

¹³⁸BBC charter, Art.1.

Chapitre II : Le service public des médias

La BBC est aussi responsable du « World Service » qui transmet et distribue des services aux publics d'outremer en plusieurs langues.

La Charte prévoit aussi la création d'un Bureau des Gouverneurs. L'article 7 de ladite charte décrit leurs fonctions qui comprennent l'approbation d'objectifs clairs et la surveillance de la réalisation de ces objectifs, la garantie que la BBC fait le meilleur usage possible des sommes qui lui sont consenties, et la mise en place d'une stratégie générale pour les différents services.

La BBC ne diffusait aucune publicité et dépendait entièrement du financement public à travers la redevance. Ses revenus n'étaient donc pas menacés. Quand la chaîne ITV fut créée en 2002, à la suite d'une loi adoptée par le Gouvernement (la loi de 1955), le diffuseur déjà installé, la BBC, fut prévenu, dans des délais convenables, des règles de base et du calendrier régissant la mise en service d'ITV. Les permis des nouveaux diffuseurs commerciaux furent octroyés, à la suite d'un processus transparent, sur une base régionale. Ces permis comportaient des obligations de radiotélévision de service public autant au niveau régional que national.

Les leçons à tirer de l'expérience britannique sont les suivantes :

- Les résultats de la radiotélévision de service public sont meilleurs quand plusieurs diffuseurs produisent des programmes de service public. Au moins un ou deux radiodiffuseurs devraient avoir des obligations de service public au centre de leur mandat.

- Une variété de formules de financement – publicité, abonnement et argent public – représente un avantage. Il convient toutefois d'être très prudent quand il s'agit de financements mixtes qui peuvent rendre la radiotélévision de service public vulnérable.¹³⁹

L'expérience de la BBC nous indique que la radiotélévision de service public réussit mieux dans un marché qui n'est ni trop ni pas assez concurrentiel. Le Royaume-Uni semble avoir trouvé la voie entre les deux. Un facteur important de cette réussite fut la présence d'au moins un joueur majeur de la radiotélévision de service public qui ne se posait pas en concurrent au secteur privé pour le financement.

4-2. Le modèle français de l'audiovisuel du service public

Pour ce qui concerne la France, il avait fallu attendre l'année 1982 et l'arrivée au pouvoir de François Mitterrand pour voir se concrétiser l'ouverture de la télévision au marché. Ce grand changement est venu de la privatisation de TF1 en 1987 favorisée par l'adoption de la loi de

¹³⁹UNESCO, la radiotélévision de service publique, une sélection de bonnes pratiques, *Op.cit.*, p 29- 31.

Chapitre II : Le service public des médias

1982. Certes, c'est avec la création de Canal plus, puis à partir de 1986 de la cinq et de M6, que la télévision privée a pu se développer de façon progressive sans mettre fondamentalement en cause le dispositif hérité de l'ère du monopole d'Etat. Donc, contrairement à la plupart des pays, la radiotélévision de service public en France est sous la responsabilité d'un certain nombre de sociétés publiques différentes. Ces dernières sont régies par la loi de 1986 se rapportant à la liberté de communication.

Le principal organisme de réglementation, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) est une structure statutaire indépendante, créée conformément à la loi de 1989.

La loi régissant la Radiodiffusion est soumise à l'article 11 de la Déclaration des droits de l'Homme de 1789, qui garantit la libre circulation de la pensée et des opinions.

Il y a en ce moment six sociétés nationales de diffusion, cinq établies par la loi de 1986 et une autre par la loi de 1994. Trois sont des sociétés de télévision et trois des sociétés de radio. Il y a France 2, France 3, France 5, Radio-France, Radio France Outremer et Radio-France Internationale.

Les principaux éléments du mandat de service public sont contenus dans l'article 5 de la loi de 1986 :¹⁴⁰

Parmi ces points, notons que le service public de la radiodiffusion sonore et de la télévision a pour mission de servir l'intérêt général, en assurant l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information. Et aussi en répondant aux besoins contemporains en matière d'éducation, de distraction et de culture des différentes composantes de la population, en vue d'accroître les connaissances et de développer l'initiative et les responsabilités des citoyens.

Plusieurs des obligations de service public prévues dans la Loi de 1986 sont imposées autant aux diffuseurs privés qu'aux diffuseurs jouissant d'un financement de l'Etat. L'article 15 rend le CSA responsable de s'assurer que les émissions diffusées, que ce soit par les réseaux publics ou les réseaux privés, ne portent pas atteinte à l'intégrité des enfants et des adolescents.

Pour garantir l'indépendance du service public de la radiodiffusion sonore et de la télévision, il est institué une Haute autorité de la communication.¹⁴¹

¹⁴⁰France, La loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, art.5.

¹⁴¹*Idem.*, art. 12.

Chapitre II : Le service public des médias

Cette haute, autorité est chargée de veiller par ses recommandations, dans le service public de la radiodiffusion sonore et de la télévision, entre autres, du respect du pluralisme et de l'équilibre dans les programmes, du respect de la personne humaine et de sa dignité, de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la protection des enfants et des adolescents.

Trois structures exercent une forme d'autorité sur les organisations de radiotélévision de service public en France : le Parlement, le Gouvernement et le CSA. Le Parlement a une autorité sur l'ensemble du cadre légal de la Radiodiffusion, mais autrement, un contrôle direct limité. Il exerce aussi un pouvoir considérable sur le financement et peut déterminer la manière de diffuser les débats parlementaires. La première source de financement des organismes de radiotélévision de service public en France est la redevance annuelle payée par les propriétaires d'appareils de télévision. Le Parlement fixe le taux de cette redevance chaque année et approuve aussi la répartition de cette redevance parmi les différentes sociétés nationales.

5. Le service public de la Radio et la Télévision algérienne

Après l'indépendance, la RTA diffusait trois programmes radiophoniques¹⁴² sur des émetteurs de faible puissance en modulation d'amplitude et trois programmes audiovisuels régionaux à Alger, Oran et Constantine.

Elle avait seulement une seule et unique mission : offrir une voix au peuple indépendant. La Voix d'Algérie est devenue quelques mois seulement après sa création un instrument de mobilisation efficace de l'opinion publique nationale et internationale.

Au début des années 90, ces médias commencent à vivre une vraie crise. Cette situation était due beaucoup plus aux événements politiques enregistrés en Algérie à l'issue de l'arrêt du processus électoral au début de l'année 1992. Depuis, la Radio et la Télévision algérienne ont continué à fonctionner au jour le jour.

Il est naturel de relever que durant presque la décennie de quatre-vingt –dix, le secteur de la communication audiovisuelle et notamment celui de la télévision se sont retrouvés livrés à eux-mêmes. Ils n'ont pas pu bénéficier du même traitement que celui qui a été réservé à la presse écrite.

¹⁴²Acheur Cheurfi, la presse Algérienne (genèse, conflits et défis), *Op.cit.*, p 97.

Chapitre II : Le service public des médias

La réglementation liée à l'audiovisuel en Algérie démontrant minutieusement les missions de ces médias, c'est que nous allons scruter à travers les lois et les cahiers des charges de ces entreprises.

5-1. Le service public à travers les lois qui gèrent le secteur de l'audiovisuel en Algérie.

Malgré la tendance générale qui s'est dessinée depuis la fin des années quatre-vingts et qui confirme, jour après jour, que les radios et les télévisions publiques sont plutôt « lourdes » à gérer, plusieurs pays dans le monde n'ont pas pu renoncer au service public.

L'Algérie a toujours tenté de préserver et de renforcer la notion de service public de l'audiovisuel et ceci à travers la réglementation qui régit ce secteur. Dans cette partie, nous allons aborder la notion de service public à travers la réglementation élaborée après la Constitution de 1989, instaurant le multipartisme. Nous allons occulter dans cette étude le code de l'information de 1982 car ce code est conçu sous l'ère du parti unique et dans le cadre des options socialistes où Le principe du droit à l'information¹⁴³ s'exerce dans le cadre des options idéologiques du pays, des valeurs morales de la nation et des orientations de la direction politique du pays.

Le code de l'information du 3 avril 1990, aussi, n'a pas apporté du nouveau pour le champ de l'audiovisuel, ce champ restant sous l'emprise de l'Etat.

5-1-1. La notion de service public à travers le code de l'information de 2012

Ce code de l'information ouvre pour la première fois de l'histoire du pays, le champ audiovisuel au privé national.¹⁴⁴

Article 61. L'activité audiovisuelle est exercée par:

- les institutions publiques,
- les entreprises et organismes du secteur public,
- les entreprises ou sociétés de droit algérien.

Cette activité s'exerce conformément aux dispositions de la présente loi organique et à la législation en vigueur. Ce code a ouvert pour la première fois le champ d'audiovisuel au

¹⁴³Code de l'information de 1982, art.3.

¹⁴⁴ La loi sur l'information, 12 janvier 2012, art. 61.

Chapitre II : Le service public des médias

privé, mais de l'autre côté, il a maintenu la mission de l'activité de l'audiovisuel en Algérie qui est la mission du service public. Ce code a incarné la notion de service public.

L'article 59 le précise : « -l'activité audiovisuelle est une mission de service public. Les modes de sujétion du service public sont définis par voie réglementaire ».

Concernant l'information qui est l'objet de notre recherche, l'article 5 de ce code insiste sur la mission des médias audiovisuels en respectant le triptyque : informer, éduquer et distraire :

« L'exercice des activités d'information participe, notamment à la satisfaction des besoins du citoyen en matière d'information, de culture, d'éducation, de loisirs et de connaissances scientifiques et techniques ».

5-1-2. La notion de service public à travers la loi sur l'audiovisuel de 2014

La loi sur l'audiovisuel est venue pour concrétiser surtout l'ouverture du champ audiovisuel prévu par la loi de l'information de 2012. Une loi qui était longuement attendue par les professionnels qui voudront lancer des chaînes de télévision privées. Cette loi a incarné, une nouvelle fois la notion de service public ;

L'article 7 de cette loi a présenté une définition concernant le service public audiovisuel.

Service public audiovisuel : « Activité de communication audiovisuelle d'intérêt général assurée par toute personne morale exploitant un service de communication audiovisuelle dans le respect des principes d'égalité, d'objectivité, de continuité et d'adaptabilité ».

Nous apercevons ici que le législateur algérien a rajouté un principe par rapport aux principes de Rolland qui sont «la continuité, l'égalité et la mutabilité », il a rajouté celui de l'objectivité.

L'article 8 stipule que le secteur public de l'audiovisuel est constitué des entreprises et autres organismes dans lesquels le capital est détenu en totalité par l'Etat et qui, dans l'intérêt général voit ces derniers poursuivre des missions de service public.

Dans le cadre de leurs missions de service public, les personnes morales exploitant des services de communication audiovisuelle relevant du secteur public doivent concevoir des programmes à l'adresse de la société dans toutes ses composantes, en vue de contribuer à la satisfaction des besoins en matière d'information, d'éducation, de culture et de divertissement.¹⁴⁵

L'article 11 énumère les points que les personnes morales exploitant au niveau des services de communication audiovisuelle relevant du secteur public doivent respecter et en même temps favoriser le débat démocratique, développer les échanges culturels entre les

¹⁴⁵ La loi de l'audiovisuel ,23 mars 2014, art.10.

Chapitre II : Le service public des médias

différentes régions du pays, promouvoir les valeurs de civisme, de tolérance et de citoyenneté, concourir aussi au développement de la création intellectuelle et artistique et à l'enrichissement des connaissances socio-économiques, scientifiques et techniques et améliorer, par des dispositifs adaptés, l'accès des personnes souffrant de déficiences visuelles et/ou auditives aux programmes sonores et télévisuels.

En outre, les personnes morales exploitant des services de diffusion sonore relevant du secteur public doivent assurer les missions de service public par des chaînes radiophoniques créées par voie réglementaire.

5-1-3. Loi 2016 et cahier des charges de l'audiovisuel

Cette loi, par le biais de l'article 2 a défini les missions de tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore :

« Les missions de service public dévolues aux services de communication audiovisuelle relevant du secteur public sont précisées dans le cahier des charges annuel fixé par arrêté du ministre chargé de la communication ».

Cette loi insiste dans son article 33 précisant que les responsables des services de communication audiovisuelle sont tenus de diffuser les messages d'intérêt général et les communiqués ayant pour objet de maintenir l'ordre public selon les conditions fixées par décision de l'autorité de régulation de l'audiovisuel.

De l'autre côté, les responsables des services de communication audiovisuelle sont tenus d'appliquer le principe d'accessibilité des programmes aux personnes souffrant de déficiences visuelles et/ou auditives en favorisant l'accès aux programmes diffusés par des dispositifs adaptés, fixés en concertation étroite avec les associations représentatives agréées.¹⁴⁶

Cette loi ordonne aux responsables des services de communication audiovisuelle de s'engager à offrir des programmes de qualité, développer et promouvoir la production audiovisuelle en assurant la cohésion sociale, du patrimoine national et de la culture nationale dans toutes ses expressions.

Le cahier des charges des médias audiovisuels, par ailleurs, par un style impératif insisté sur la nécessité de respecter les notions de service public, à travers l'exercice quotidien des chaînes audiovisuelles, en mettant l'accent sur la promotion des valeurs nationales.

¹⁴⁶ *Idem.*, art .32.

Chapitre II : Le service public des médias

5-2. La mission de service public de la Télévision et la Radio algérienne à travers les statuts.

Le tableau ci-dessous nous permet de présenter les missions de la Radio et de la Télévision telles que définies par les textes de 1986.¹⁴⁷

Tableau n°1 : les statuts de L'EPTV et l'EPRS

Radio	Télévision
<p>- Informer, par la diffusion ou la retransmission de tout reportage, émission et programmes radiophoniques se rapportant à la vie nationale, régionale, locale ou internationale ainsi qu'à des questions et problèmes d'actualité.</p> <p>- De contribuer à l'éducation et à la mobilisation des citoyens pour la concrétisation des objectifs nationaux, la défense des intérêts du pays et de la Révolution.</p> <p>- De contribuer à l'élévation du niveau culturel et des formations des citoyens.</p> <p>- De faire connaître les réalisations du pays et la production nationale en contribuant à l'évaluation du niveau de conscience des citoyens en vue d'une plus grande participation au processus de développement national.</p> <p>- De contribuer au divertissement, à l'animation culturelle et artistique et au développement des loisirs et des sports.</p>	<p>- D'informer par la diffusion ou la retransmission de tous reportages, émissions et programmes se rapportant à l'actualité nationale, régionale, locale ou internationale.</p> <p>- De garantir le pluralisme et l'indépendance de l'information, conformément aux dispositions constitutionnelles, des textes subséquents et les décisions et recommandations du Conseil supérieur de l'information.</p> <p>- De satisfaire, dans la limite de ses moyens, les besoins d'éducation, de distraction et de culture des différentes catégories sociales en vue d'accroître les connaissances et de développer l'esprit d'initiative des citoyens.</p> <p>- De contribuer à l'éducation, sous toutes ses formes, à la sensibilisation et à la mobilisation des citoyens pour la concrétisation des objectifs nationaux, la défense des intérêts du pays et de la Révolution.</p>

¹⁴⁷Décret exécutif n°86-146 du 1er juillet 1986 portant création de l'entreprise nationale de radiodiffusion (JORAn°27du 02-07-86).

Décret n°86-147 du 1^{er} juillet 1986 portant création de l'ENTV (JORA n°27 du 2-07-86).

Chapitre II : Le service public des médias

<p>-De contribuer à la diffusion des richesses de la culture nationale et à la connaissance du patrimoine culturel et des arts populaires.</p> <p>-De faire connaître à l'étranger par des programmes appropriés, les actions et les réalisations de l'Algérie dans tous les domaines.</p>	<p>-De faire connaître les réalisations du pays et la production nationale en contribuant à l'élévation du niveau de conscience des citoyens en vue d'une plus grande participation au processus de développement national.</p> <p>-De contribuer au divertissement, à l'animation culturelle et artistique et au développement des loisirs et des sports.</p>
--	--

Source : Les missions de la Radio et de la Télévision selon les textes de 1986, in Mustapha Khelifi, Algérie, reconstruire le service public de télévision, Op.cit. pp39-40.

En ce qui concerne la Radio et la Télévision, les missions se trouvent presque les mêmes à l'exception du support : le micro et le haut- parleur pour la radio et le son et l'image pour la télévision.

5-2-1. La mission de service public de la Télévision à travers les cahiers des charges

Les obligations générales de service public de télévision sont définies dans l'article 3 du cahier des charges qui stipule que « L'établissement doit concevoir, programmer et diffuser des émissions dans le but de proposer aux différentes composantes des téléspectateurs les informations, l'enrichissement culturel, les loisirs et les divertissements en fonction des prérogatives culturelles, éducatives, et sociales qui lui sont assignées par sa mission de service public ».

En matière d'information,¹⁴⁸ l'établissement doit assurer l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion, la réalisation et la programmation, à tout moment, des déclarations et des communications du gouvernement sans limitation de durée et ce à titre gratuit.

La télévision doit aussi programmer et faire diffuser quotidiennement aux moins deux journaux télévisés ;¹⁴⁹ elle programme et fait diffuser aussi des émissions et documentaires sur les problèmes économiques, sociaux, culturels, scientifiques et techniques du monde

¹⁴⁸Cahier des charges, décret exécutif n°91-101 du 20 avril 1991 portant concession à l'établissement public de télévision, des bien domaniaux des prérogatives et des activités inhérentes au service public de la télévision, art.12.

¹⁴⁹*Idem*, art.21.

Chapitre II : Le service public des médias

contemporain ainsi que des magazines et des séries d'émissions portant sur les différents aspects de la vie culturelle nationale.

Les programmes de fiction (téléfilms, séries, feuilletons et films de cinéma) qui consistent en autant de missions de service public et qui ont fait l'objet de six articles sur les 33 que compte le cahier des charges qui fixe même un plancher minimal en ce qui concerne la diffusion de ce genre de programme, soit 30 % des fictions diffusées.

Concernant les autres programmes de divertissement, le cahier des charges confie à l'EPTV de programmer et de diffuser des spectacles théâtraux, lyriques et chorégraphiques, des émissions et documentaires à caractère musicaux et d'accorder une place majoritaire aux chansons d'expression originale algérienne, en s'attachant à promouvoir les nouveaux talents et en veillant à l'illustration de toutes les formes d'expression de la musique avec l'ouverture de ses programmes aux retransmissions des divers spectacles publics présentés sur le territoire national.

Enfin, deux autres genres de programmes constituent aussi des sujétions de service public que l'ENPV est tenue de prendre en charge : il s'agit de programme pour enfants et adolescents.

(Cahier des charges de la Télévision nationale, voir annexes n°4).

5-2-2. La mission de service public de la Radio à travers le cahier des charges

L'établissement assure l'expression pluraliste dans le respect du principe d'égalité de traitement, d'indépendance en respectant les recommandations du Conseil supérieur de l'information.¹⁵⁰**(Cahier des charges de la Radio nationale, voir annexe n°5)**

Pour l'information, l'article 17 prévoit que : « L'établissement assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du gouvernement, sans limitation de durée et à titre gratuit ».

Concernant les débats de l'Assemblée populaire, l'établissement public de radiodiffusion sonore est tenu de programmer et de diffuser les principaux débats de cette Assemblée.¹⁵¹

Le cahier des charges de la Radio nationale permet de diffuser des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques, notamment celles représentées par un groupe de l'Assemblée populaire nationale dans le respect des modalités définies par le conseil supérieur de l'information.

¹⁵⁰Cahier des charges de la Radio algérienne, art.4.

¹⁵¹*Idem.*, art. 19.

Chapitre II : Le service public des médias

Toujours dans le contexte d'expression pluraliste, la Radio nationale est autorisée de programmer et de diffuser les émissions régulières consacrées à l'expression directe des associations, des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale.¹⁵²

Dans le contexte culturel, l'établissement est appelé à encourager, développer et promouvoir la diffusion et le rayonnement de la culture nationale avec toutes ses diversités et ses composantes, comme il est tenu de faire connaître le patrimoine culturel et civilisationnel de l'Algérie et les aspirations de son peuple à travers les différentes langues étrangères de diffusion.¹⁵³

Plusieurs voix se sont élevées pour la révision de ces cahiers des charges, jugés obsolètes, mais rien n'a pu être réalisé depuis des années. Une révision s'impose d'une manière à les adapter aux importantes mutations que le champ audiovisuel est en train de vivre avec l'ouverture de ce secteur au privé.

¹⁵²*Idem.*, art 24.

¹⁵³*Idem.*, Art. 10 et 11.

Conclusion

À travers ce chapitre, nous avons essayé de revenir succinctement sur la notion de service public où nous avons démontré son incarnation dans le droit français depuis la Révolution de 1789. Ensuite, nous avons levé le voile sur les principes fondamentaux de service public, qui sont avant tout l'intérêt général, connu des principes de Rolland, ainsi que la continuité, l'égalité et la mutabilité.

Le secteur de l'audiovisuel compte parmi les secteurs stratégiques qui sont dotés de cette notion, à travers les chartes internationales, à l'instar de l'UNESCO, qui présente des définitions et des critères d'ordre universel.

La notion de service public des médias audiovisuels en Algérie est un point angulaire que nous avons tenté de développer à travers ce chapitre. Le résultat que toutes les lois, statuts et cahiers de charges qui régissent l'audiovisuel incarnent la notion de service public dans les différents articles.

En ce qui nous concerne, nous allons essayer à travers cette recherche de vérifier l'application de la notion de service public dans les informations présentées par les deux chaînes publiques, à savoir Canal Algérie et la Radio Chaîne 3, et ce, par le biais de notre grille d'analyse du discours médiatique.

Chapitre III : L'éthique de l'information médiatique

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Dans ce chapitre, nous allons tenter d'expliquer les notions de l'éthique et la déontologie des médias, en évoquant les fondamentaux piliers de l'éthique et la déontologie du journalisme et puis nous allons nous intéresser à la législation concernant l'éthique et la déontologie des médias en Algérie, et ce à travers tout d'abord, les codes de l'information de 1982, 1990, 2012 et la loi sur l'audiovisuel. Et puis à travers la charte de l'éthique et la déontologie des journalistes de 2000, le statut des journalistes de 2008, et le cahier de charges de 2016.

1-Les notions de l'éthique et la déontologie

Dans tous les pays du monde, la responsabilité première du journaliste est d'informer le public avec fidélité et de lui rendre compte des faits tels qu'ils se sont produits, avec une extrême exactitude et une totale impartialité.

Le journaliste représente aussi son public dans sa collecte de l'information. C'est pour lui et en son nom qu'il interviewe ses interlocuteurs. Dans ce contexte, Jean-Luc Martin Lagardette¹⁶⁵ explique que le journaliste est médiateur, un auxiliaire de la démocratie, un contre-pouvoir pour défendre l'intérêt des citoyens.

L'Article 19 de la déclaration universelle des droits de l'homme, les premières chartes de déontologie publiées aux États-Unis et en Europe dès le début du siècle dernier, la Déclaration de l'Unesco sur la responsabilité des médias (1983), le code de déontologie des journalistes maghrébins ou encore la loi organique relative à l'information en Algérie, tous ces textes reconnaissent et mettent en exergue le rôle hautement social du journaliste. Le métier de journaliste est, en fin de compte, intimement lié au public dont il devient la voix.

Le journalisme exige plusieurs pratiques spécifiques qui le démarquent des autres champs comme la politique. Car le journaliste ne peut être juge et partie. La politique exige une totale implication alors que le journalisme exige le détachement et le recul dans le traitement des faits. Le politique communique là où le journaliste informe. Il s'agit de deux missions différentes, parallèles et contradictoires. Les médias dépendent des pouvoirs politiques pour leur « matière première »¹⁶⁶ et ils sont utilisés pour faire des profits. Par conséquent, les deux secteurs s'intéressent au même public qui est du reste leur raison d'être.

¹⁶⁵Jean-Luc Martin-Lagardette, *L'information responsable : un défi démocratique*, éditions Charles Léopold Mayer, 2006, pp15-16.

¹⁶⁶Anne Marie Gingras, *Medias et démocratie, le grand malentendu*, Québec, 3eme éditions 2009, p 9.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

C'est ce que fait Dominique Wolton en rappelant «aux journalistes que leur seule légitimité, la seule condition de leur liberté, c'est le public. C'est aussi leur seul capital».¹⁶⁷ En ce sens que la légitimité de l'informateur public qu'est le journaliste trouve son origine dans la volonté ou le consentement des informés –les citoyens–qui reconnaissent en lui un représentant. Cette idée a été confirmée par Jean Charon¹⁶⁸ selon laquelle « les journalistes et les élus puisent leur légitimité à la même source, le public ».

Mais, les journalistes rencontrent plusieurs contraintes dans leur mission ; ils ne sont pas aussi libres pour remplir cette noble tâche : être les représentants du public. Dans les pays industrialisés, c'est le diktat des groupes financiers qui instaurent leur hégémonie sur l'information d'où, elle est traitée comme marchandise et le citoyen s'efface derrière le consommateur. Par contre dans les pays moins développés, c'est le pouvoir politique qui garde l'œil attentif sur les programmes des médias surtout l'information. Cette situation suscite donc une inquiétude profonde sur la vraie mission du journaliste d'où les dérives dans l'exercice du métier qui apparaissent souvent.

Pour orienter la pratique journalistique, il y a lieu de se référer aux règles de l'éthique et la déontologie, tâche qui revient aux journalistes eux-mêmes : « La déontologie ne tombe pas du ciel, elle est leur affaire » écrit Daniel Cornu¹⁶⁹ dans son ouvrage « Journalisme et vérité ».

1-1. Définition de l'éthique

Du point de vue philosophique, l'éthique est la science des principes de la morale, et la morale est l'ensemble des règles du bien et de l'action humaine¹⁷⁰. L'usage du mot « morale » s'est peu à peu dilué au bénéfice de celui d'éthique.

J. Burnet¹⁷¹ nomme ce mésusage d'un glissement sémantique propre à une époque qui réfute des notions de bien et de mal : « en effet, ce qui sous-tend à la fois la multiplication des questions éthiques dans toutes les sphères du social et l'émergence des discours associés à ces questions, c'est, selon nous, la réfutation légitimée des notions de bien et de mal ».

Dans ce sens, l'éthique est un ensemble des principes et des règles de conduite des êtres humains, et ce, quels que soient les époques et les lieux.

¹⁶⁷ Patrick J. Brunet, L'éthique dans la société d'information, les presses de l'université de Laval, 2001, p35.

¹⁶⁸ Jean Charon, Les relations entre les journalistes parlementaires à l'assemblée nationale de Québec : une analyse stratégique, thèses en sciences politiques, Sainte-Foy, université Laval, octobre 1990.

¹⁶⁹ Daniel Cornu, Journalisme et vérité, Labor et FIDES, 2009, p19.

¹⁷⁰ Patrick J. Brunet, L'éthique dans la société de l'information, les presses de l'université de Laval, 2001, p8.

¹⁷¹ *Ibid.*

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Les termes de morale et d'éthique sont souvent utilisés de façon interchangeable¹⁷². L'origine des deux mots est commune, à cela près que la racine de l'un est grecque et celle de l'autre latine. L'éthique n'est souvent que la forme précieuse ou camouflée d'une morale qui n'ose plus dire son nom.

L'éthique, comme la morale renvoie aux usages, aux mœurs. La philosophie moderne a cependant entrepris de les différencier. L'éthique se signale ainsi par une exigence de systématisation, par une approche critique. Elle conduit à une interrogation sur les fondements, qu'elle partage avec la recherche métaphysique. Dans son acceptation moderne courante, elle renvoie à une conception cohérente et personnelle de la vie, alors que la morale désigne l'ensemble des règles de conduite généralement admises par une société historique donnée.¹⁷³

Quelques auteurs lient l'éthique aux principes : « L'éthique est une affaire de principes »¹⁷⁴, mentionne Patrick Charaudeau, en expliquant que l'éthique, ce n'est pas seulement bien faire son travail dans son coin, se montrer sérieux, compétent, professionnel. L'éthique est un mode de conduite qui est guidé par une vision idéale du Bien, ce qui oblige l'homme à se dépasser pour atteindre ce bien idéal. L'éthique se définit dans des rapports d'altérité, à travers des liens sociaux, et donc concernent les comportements des individus et des groupes, les uns vis-à-vis des autres.

Marc-François Bernier¹⁷⁵ explique que « Ce qui distingue essentiellement la morale de l'éthique, c'est que la première dicte des règles de conduite en société tandis que la seconde privilégie l'adhésion volontaire à des valeurs hiérarchisées en système dans le but de faire le bien ».

L'éthique comme le conçoit François-Xavier Allix¹⁷⁶ est « l'ensemble de principes qui fondent le jugement de valeur porté sur un acte, ce qui doit s'ancrer dans une réflexion sur l'essence même de ce qui est en cause », autrement dit, la finalité recherchée par l'acteur peut être atteinte, mais le non-respect des principes entraîne des problèmes.

L'éthique s'inscrit dans toutes les sphères de l'activité humaine dont la communication constitue l'un des rouages essentiels. Traiter des enjeux éthiques des pratiques

¹⁷² Daniel Cornu, *Journalisme et vérité, Op.cit.*, p32.

¹⁷³ *Idem*, p33.

¹⁷⁴ ¹⁷⁴ Patrick Charaudeau, Une éthique du discours médiatique est- elle possible ? Cadernos de Letras da UFF – Dossier : Linguagem, usos e ensino n° 43, 2011, pp21-44.

¹⁷⁵ Marc-François Bernier, *L'éthique et déontologie du journalisme*, Les presses de l'université de Laval Sainte-Foy, 2004, p56.

¹⁷⁶ François- Xavier Alix, *Une éthique pour l'information de Gutenberg à l'internet*, Le Harmattan, 1997, p8.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

communicationnelles, c'est considérer ce qui prévaut aux choix d'élaboration, de transmission et de réception de messages dans la chaîne communicationnelle sur le plan interpersonnel, organisationnel, médiatique ou multi-médiatique.

À l'aune de ces quelques visions, on comprend la difficulté de fédérer sur une définition de l'éthique. L'équivoque entretenue par la littérature abondante en matière de philosophie des médias, entendue dans une acception critique, ne facilite guère la délimitation d'une définition de l'éthique. En ce qui nous concerne nous adapterons le concept « éthique et déontologie », comme un couple conceptuel, tel qu'il est cité dans la législation liée à l'information en Algérie.

1-2. Définition de la déontologie

La déontologie est souvent définie comme l'ensemble des devoirs que des professionnels s'imposent dans l'exercice de leurs fonctions¹⁷⁷. Ce mot aux racines grecques recouvre en fait les notions de devoir. Il s'agit donc d'une « science » qui recommande des devoirs à accomplir. Fondamentalement, morale et déontologie apparaissent souvent ensemble, puisque les deux s'attardent aux règles à suivre. La morale s'applique à régir la vie sociale tandis que la déontologie se limite au champ professionnel.

La déontologie journalistique vise à définir un contrat social basé sur des valeurs éthiques essentielles : la recherche et la publication de la vérité, la liberté d'expression des opinions et le respect de sa personne¹⁷⁸. Ces valeurs sont stables.

Jean Charron et Jean de Bonville¹⁷⁹ ont démontré les normes qui les traduisent et qui doivent être évaluées par une confrontation permanente entre les pratiques et ces valeurs éthiques. Charron et de Bonville ont inversé la vision très fonctionnaliste de la régulation qui voudrait que les pratiques se conforment et s'évaluent en fonction des normes.

Dans le domaine de l'information, ces définitions signalent et clarifient la différence fondamentale entre l'éthique de l'information et la déontologie professionnelle des journalistes¹⁸⁰. Alors que l'éthique intervient comme puissance de questionnement de l'ensemble du procès de l'information, la déontologie renvoie aux règles professionnelles qui

¹⁷⁷ Marc-François Bernier, *L'éthique et déontologie du journalisme*, op.cit, p50.

¹⁷⁸ Benoit Grevisse, *Déontologie du journalisme*, *Op.cit.* p48.

¹⁷⁹ Jean Charron, Jean De Bonville, *Le paradigme journalistique : usage et utilité du concept*, HAL, <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic>.

¹⁸⁰ Benoit Grevisse, *Déontologie du journalisme*, *Op.cit.* p51.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

constituent les conditions ordinairement admises d'une information correcte, au sens pragmatique.

Dans ce contexte Patrick Charaudeau,¹⁸¹ explique qu'un groupe socioprofessionnel quelconque, suppose trois conditions :

La première condition, est que ce groupe socioprofessionnel accepte de se définir une conduite morale dans l'exercice de sa pratique, au regard de ce qu'est dans la société. La deuxième condition est qu'il édicte un ensemble de règles constituées des obligations et devoirs qui garantissent cette conduite et qui sont impérativement respectées par tous les membres de ce corps social. En dernier lieu la création d'un mécanisme de contrôle et de sanctions est nécessaire.

Nous pouvons retenir que l'éthique et la déontologie forment un couple conceptuel stable, le raisonnement éthique est utilisé surtout à former rationnellement les pratiques professionnelles jugées désirables et acceptables que prescrivent les règles déontologiques dominantes, qui seront reconnues valides dans la grande majorité des situations professionnelles courantes, et qu'on retrouve régulièrement dans de nombreux codes de déontologie utilisés dans le monde entier.

Le journalisme d'information s'appuie sur des valeurs pérennes afin qu'il puisse établir sa légitimité, pour une information vraie, libre et responsable.

1- 3. Les piliers de l'éthique et de la déontologie du journalisme

Une littérature abondante a traité de cette thématique, surtout à travers les chartes et les différents codes des pays. À travers notre lecture, nous avons remarqué une certaine convergence des auteurs et des journalistes à propos des piliers fondamentaux de l'éthique et de la déontologie du journalisme :

1-3-1. L'intérêt public

L'un des premiers devoirs des journalistes est de diffuser une information qui soit d'intérêt public. Cela veut dire que l'information doit être utile pour les gens ; elle doit servir à mieux connaître leur société. Dans ce sens, l'information d'intérêt public favorise la participation à la vie démocratique, de manière à ne pas confondre l'information d'intérêt public avec la curiosité du public ; parfois, le public s'intéresse à des informations qui ne sont pas utiles pour

¹⁸¹Patrick Charaudeau, Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours, *op.cit.*, 2005, p220.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

la vie en société, comme la vie privée de vedettes par exemple. Ces informations les intéressent peut-être, mais il s'agit de curiosité¹⁸² :

« Every one seems agreed that the public interest does not mean whatever interests the public. It refers to serious matters in which the public have or ought to have a legitimate interest ». Premièrement, les journalistes et les médias ne sont pas tenus de traiter de tous les sujets d'intérêt public. En principe, le pluralisme médiatique devrait permettre la présence d'un large éventail de points de vue dans le traitement des sujets d'intérêt public qu'ils cherchent à fidéliser.¹⁸³ Il va de soi que le pluralisme médiatique est loin d'être réalisé à la satisfaction de tous.

Deuxièmement, le fait qu'un sujet ou encore une thématique soit d'intérêt public ne justifie pas de facto qu'on puisse la traiter sans égard aux autres normes professionnelles du journalisme. En fait, si tel était le cas, les codes et guides déontologiques ne comporteraient qu'un seul article fondé sur l'intérêt public. Or, il en va tout autrement puisque les règles de l'art reconnues imposent d'autres devoirs professionnels que traduisent les normes déontologiques dérivées des principes éthiques de vérité, de rigueur, d'exactitude, d'équité, et d'intégrité du journaliste et de l'information qu'il diffuse. Ainsi, on aurait tort de ne considérer le journalisme que comme un porteur de vérités d'intérêt public,¹⁸⁴ et ce, sans se préoccuper des moyens adoptés pour avoir l'information.

1-3-2. La vérité

Il est vrai que le concept de vérité peut être un idéal abstrait et absolu comme il peut être en quelque sorte une illusion basée sur une perception fragile de la réalité, puisque la vérité est toujours une croyance.¹⁸⁵ Cependant, cette notion en journalisme est généralement légère. Il n'est pas question d'exiger du journaliste d'avoir une connaissance totale et entièrement véridique du réel. Il est exigé de lui plutôt qu'il communique correctement, sans parti-pris les faits dont il aura eu accès lors de son travail sur le terrain.

La notion de vérité journalistique la plus largement reconnue veut que ce qui est écrit, ce qui est dit, ce qui est montré soit un compte-rendu adéquat du fragment de la réalité dont on parle.

¹⁸²Jhon Wilson, *understanding journalism, a guide to issues*, Routledge, London and New York, 2006, P32.

¹⁸³Marc-François Bernier, *Etre journaliste en milieu minoritaire : les défis éthiques de la proximité in médias et milieu francophones*, les presses de l'université de l'AVAL, P118.

¹⁸⁴Michel Beauchamp et Thierry Watine (dir), *Médias aux milieux francophones*, les presses de l'université LAVAL, 2006, pp118-119.

¹⁸⁵Marc-François Bernier, *L'ombudsman de radio- canada*, les presses de l'université de LAVAL, 2005, p168.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Il y a donc quelque chose d'objectif dans cette vérité, quelque chose de pragmatique et de factuel.

Le prestigieux quotidien de Londres, *The Times*,¹⁸⁶ exprimait sensiblement la même idée :

«The duty of the journalists is the same as that of the historian - to seek out the truth, above all things, and to present to his readers not such things as statecraft would wish them to know but the truth as near as he can attain it ».

Pour Patrick Charaudeau,¹⁸⁷ en journalisme, on trouve plusieurs sortes de vérités qui existent : il y a la vérité des faits qui pose le problème de leur authenticité ; la vérité de l'origine qui pose la question des fondements du monde, de l'homme et des systèmes de valeurs et la vérité des actes qui semblent émerger à l'instant même de leur propre réalisation.

Et puis, il y a deux autres vérités qui intéressent particulièrement l'espace social : la vérité d'opinion et la vérité d'émotion.

La discussion sur la vérité dans le domaine journalistique semble se concentrer tout entière sur la question de l'objectivité. L'objectivité est souvent prise dans un sens extensif qualifiant la qualité première requise de l'ensemble des pratiques journalistiques. L'absence d'objectivité sert d'argument principal aux critiques formulées contre les médias. Elle s'impose comme un thème central de toute éthique de l'information.¹⁸⁸ C'est cette question d'objectivité que nous tenterons d'examiner dans le discours d'information de la Chaîné 3 et Canal Algérie.

1-3-3. L'exactitude et la rigueur

Les notions de rigueur et d'exactitude sont étroitement associées à la vérité, dont elles sont en quelque sorte les socles fondamentaux.

La vérité, au sens journalistique du terme, ne saurait être pratiquée sans la présence des deux éléments qui constituent un autre pilier du journalisme : la rigueur et l'exactitude. Les notions de rigueur et d'exactitude sont en quelque sorte les conditions nécessaires de la vérité.

La rigueur est une question de raisonnement, de savoir interpréter convenablement les faits. La rigueur freine les généralisations hâtives et les jugements inopportuns. En vertu de ce pilier, le raisonnement et la méthode doivent être appliqués avec rigueur.

¹⁸⁶John Thadeus Delane, February 7th 1852, *Times in the media and political processus*, Eric Louw, sage publications, INC, 2010.

¹⁸⁷Patrick Charaudeau, *Les médias de l'information, l'impossible transparence du discours*, *Op. cit.*, p226.

¹⁸⁸Daniel Cornu, *Journalisme et vérité*, *Op.cit.*, p331.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Quant à l'exactitude, elle est une obligation, d'apparence simple, mais tout aussi exigeante en termes d'efforts. Pour assurer la vérité, il faut que les faits rapportés soient exacts, qu'ils soient conformes avec la réalité dont il est question. L'exactitude concerne principalement la véracité de détails et de faits. En somme, l'exactitude et la rigueur sont également des caractéristiques associées à la démarche intellectuelle du journaliste, nécessaire à la qualité des opérations logiques et des interprétations qui fondent leurs jugements et dictent leurs comportements professionnels.¹⁸⁹

1-3-4. L'équité

L'éthique et la déontologie du journalisme tiennent explicitement compte de ces notions de dignité et d'équité. L'équité est une notion complexe qui fait référence à la réciprocité, à l'égalité, à l'équilibre, à la justice et à un certain sens moral dans les relations humaines¹⁹⁰.

En journalisme, cela renvoie à trois dimensions importantes ;il y a d'abord une équité procédurale qui concerne les méthodes de cueillette d'informations, lesquelles doivent être transparentes et respectueuses, sauf dans des cas extrêmes que le journaliste a toujours le devoir de justifier (caméras cachées, entrevues d'embuscade, fausse identité, etc.). Il y a ensuite une équité dans le traitement des informations qui seront diffusées, équité qui doit s'imposer dans la sélection des informations pertinentes afin de ne pas causer un préjudice injustifié aux gens mis en cause, d'une part, et permettre au public de se faire une opinion objective des faits, des événements et des gens dont il a été question d'autre part. Il y a finalement le devoir de suite, qui est le suivi de l'information pour informer le public des développements survenus après une première diffusion¹⁹¹.

1-3-5. L'impartialité

L'impartialité est une valeur journalistique d'une importance majeure quand un journaliste ou un média a l'intention d'informer le public au lieu de le persuader.

L'impartialité est sans doute l'objectif le plus difficile à atteindre. Pour faire preuve d'objectivité, les journalistes sur le terrain doivent être libérés de leurs préjugés, de manière à ne pas influencer leurs propos. L'impartialité exige cet écart entre les causes personnelles et les faits journalistiques.

¹⁸⁹ Patrick J. Brunet (dir), *L'éthique et internet*, les presses de l'université de Laval, 2004, P 181.

¹⁹⁰ Marc-François Bernier, *Équité et dignité pour justiciables face aux intérêts commerciaux des médias*, magazine Médiane, Université d'Ottawa, vol.1, n°2, mars 2007, p43-49

¹⁹¹ Idem

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Dans ce sens, les journalistes ont le devoir de maîtriser les pressions directes ou indirectes,¹⁹² surtout les pressions politiques qui peuvent conduire à une partialité subtile.

La fonction informative des médias est nettement plus éloignée de la propagande que ne l'est leur fonction persuasive. Si, comme le disait le sociologue Edgar Morin, on possède des idées qui nous possèdent en retour,¹⁹³ de même, on possède des convictions profondes qui nous possèdent en retour, qui influencent radicalement notre façon de voir le monde.

L'impartialité n'est pas la simple neutralité, qui consisterait à ne jamais trancher. Elle n'interdit pas de prendre parti. Elle commande de juger sans parti-pris. À la visée d'exactitude qui anime la recherche des faits correspond ici à une visée de justesse, comme fin de toute compréhension et de toute évaluation. La seconde condition découle de la première. L'impartialité n'est pas mieux assurée au journaliste qui commente, explique et juge les événements que l'objectivité ne l'est à celui qui observe la réalité. Il conviendrait donc de parler plutôt d'intention d'impartialité. L'impartialité, elle aussi, relève de la méthode.¹⁹⁴

1-3-6. L'intégrité

L'intégrité du journalisme fait référence, le plus souvent, à la notion de conflit d'intérêts ou simplement d'apparence de conflit d'intérêts et ceci s'explique quand un journaliste se retrouve dans une situation où ses intérêts personnels sont incompatibles avec sa fonction de journaliste.¹⁹⁵

Le conflit d'intérêts se manifeste surtout quand l'intérêt personnel du journaliste ou de ses proches est menacé par la diffusion d'une information considérée comme d'intérêt public, ou encore quand ses intérêts personnels ou ceux de ses proches sont favorisés par la diffusion d'une information.

La question des conflits d'intérêts ne se limite pas seulement aux journalistes dits d'information, elle demeure un devoir professionnel chez les journalistes qui se spécialisent dans l'opinion, le commentaire ou l'analyse (chroniqueurs, commentateurs, éditorialistes, etc.).

¹⁹² Pierre Hissler, *Breal, Médias et scandales des entreprises*, 2006, p35.

¹⁹³ Marc-François Bernier, *L'éthique et la déontologie comme élément de la légitimité du journalisme*, Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 10 octobre 2003, HAL Id : sic 00000643 <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic>.

¹⁹⁴ Daniel Cornu, *Journalisme et vérité*, op.cit. p362.

¹⁹⁵ Marc-François Bernier, *Ethique et déontologie du journalisme*, les presses de l'université Laval-Sainte Foy, 2004, p312.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Dans notre recherche, nous allons observer l'application de ces notions sur le produit informationnel. Ces piliers fondamentaux sont-ils respectés dans la fabrication de l'information ? Nous tenterons d'y répondre dans la partie concernant l'analyse des données. Nous concluons que le respect des règles de pratique découlant de l'éthique et de la déontologie du journalisme peut contribuer à accentuer la légitimité de cette fonction sociale.

2. L'éthique et la déontologie du journalisme dans la législation algérienne

Avant d'exposer la législation qui régit le métier du journaliste à l'heure actuelle, ¹⁹⁶il nous semble important de revenir sur les textes qui régissent le métier du journaliste avant la période des événements d'octobre et le multipartisme.

2-1. Les textes et les lois qui régissent l'éthique et la déontologie du journalisme de l'indépendance jusqu'au multipartisme

Les textes régissant la profession du journaliste, sur plan éthique et déontologique avant les années 90, sont indigents. Les causes sont évidentes ; le pays est fraîchement indépendant et mobilisé pour construire ses institutions sur les différents plans. De l'autre côté, on doit comprendre le contexte politique dans lequel les médias algériens ont évolué, à savoir le socialisme et le parti unique.

2-1-1. Le statut des journalistes de 1968

L'une des premiers dispositifs élaborés après l'indépendance, est l'ordonnance n°68-525 du 17/09/1968 portant statut des journalistes professionnels. Cette ordonnance donne la définition de la profession de journaliste professionnel, comme celui qui est employé dans une publication de presse quotidienne ou périodique relevant du parti ou du gouvernement, dans une agence nationale ou un organe national d'information écrite, parlée ou filmée ;il se consacre en permanence à la recherche, à la sélection, à la mise en forme, à la présentation et à l'exploitation d'informations ,et fait de cette activité sa profession unique, régulière et rétribuée. Sont également journalistes professionnels, les reporters, cameramen et les reporters-dessinateurs. Sont assimilés aux journalistes professionnels, les collaborateurs directs et permanents de la rédaction : rédacteurs-réviseurs, rédacteurs-traducteurs, rédacteurs-sténographes de presse, rédacteurs speakers et documentalistes de presse.

¹⁹⁶ Notre thèse est réalisée entre 2015 et 2019.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Le correspondant, qu'il exerce son activité sur le territoire national, ou à l'étranger, est journaliste professionnel s'il remplit les conditions énoncées au paragraphe ci-dessus.¹⁹⁷

À l'examen de l'article 5 inscrit dans le chapitre 1^{er}, relatif aux dispositions générales définissant les principales règles d'exercice de la profession de journaliste, nous notons que cet article exige du journaliste d'exercer ses fonctions « dans l'optique d'une action militante et doit se garder d'introduire, répandre ou laisser répandre des informations fausses, etc. ».

Suivant le contexte des années soixante où l'Algérie est fraîchement indépendante, ce statut est considéré comme une première, puisqu'il est venu recadrer le métier du journaliste pour la première fois depuis l'indépendance du pays. D'ailleurs, le professeur Brahim Brahim¹⁹⁸ le qualifie d'« une bonne initiative de Mohamed Seddik Ben Yahia*, mais dans le cadre étroit du parti unique ».

2-1-2. L'éthique et la déontologie à travers le code de l'information de 1982

Les règles d'éthique et de déontologie de ce code relèvent d'emblée des principes généraux (articles 1 à 9). C'est-à-dire le secteur de l'information est un secteur de souveraineté nationale et c'est l'Etat qui assure une information complète et objective.¹⁹⁹

Ces articles sont conçus d'une façon générale d'une manière à renforcer l'hégémonie de l'Etat sur l'information ; l'article 5 de ladite loi l'illustre clairement : « L'orientation des publications d'information générale, de l'agence de presse, de la radiotélévision et de la presse filmée est de la compétence exclusive de la direction politique du pays ».

D'autres articles traitent directement des questions de l'éthique et de la déontologie notamment les articles 35, 42, 43,48 ainsi que l'article 49, relevant pour l'ensemble du titre II de la loi, à savoir : «De l'exercice de la profession de journaliste», à l'exception de l'article 21, inscrit au titre «De la publication et de la distribution».

L'article 21 précise que « les publications périodiques destinées aux enfants et aux adolescents ne doivent pas comporter ni illustration, ni récit, ni information ou insertions contraires à la morale islamique, aux coutumes nationales et à l'éthique socialiste, ou faire l'apologie du racisme, de la trahison ou du fanatisme ».

¹⁹⁷Statut des journalistes professionnels, Art. 2.

¹⁹⁸Brahim Brahim, journal El Watan, 2 -05- 2005.

¹⁹⁹Code l'information 1981, Art.1et 2.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Il en est ainsi de tout acte criminel ou délictuel et de l'apologie des fléaux sociaux nuisibles à la jeunesse. Ces publications ne doivent, en outre, comporter aucune publicité ou annonce susceptible de favoriser la délinquance et la déviation.

Et s'agissant de l'article 35 du titre II, il est clairement indiqué que « le journaliste professionnel exerce sa profession de manière responsable et engagée pour la concrétisation des objectifs de la Révolution tels que définis par les textes fondamentaux du Parti du Front de libération nationale. »

Quant à l'article 42 du même titre, il est précisé dans le corps du texte les obligations du journaliste professionnel telles que définies par la loi en question ; entre autres, l'exercice de la profession dans l'optique d'une action militante au service des options consacrées par les textes fondamentaux du pays et se garder d'introduire, répandre ou laisser répandre des informations fausses ou non établies.

Ce code de l'information fut le premier code qu'a connu le secteur de l'information depuis l'indépendance, mais il est considéré par les professionnels comme un code pénal bis, car il contenait 40 articles à connotation pénale.

2-2. L'éthique et la déontologie à travers les textes après les événements d'octobre 1988

Cette période est inscrite dans un contexte politique, bien déterminé et qui s'inscrit dans le cadre des réformes initiées par l'Etat algérien après les événements d'octobre. La Constitution de 1989 consiste en la rupture avec la politique adoptée par l'Etat dès l'indépendance, en l'occurrence le socialisme et le parti unique.

2-2-1. L'éthique et la déontologie à travers le code de l'information 1990

Concernant l'éthique et la déontologie, ce code a consacré le deuxième chapitre pour les droits et les obligations. L'article 5 a encadré les droits des journalistes et parmi ces droits l'octroi d'une carte d'identité professionnelle et la liberté d'opinion.

Par contre, l'article 40, cite directement les règles éthiques et déontologiques que les journalistes se doivent de respecter. En effet, le journaliste doit prendre connaissance des droits constitutionnels et des libertés individuelles des citoyens et avoir le constant souci d'une information complète et objective.

Ce code a consacré 21 Articles aux dispositions pénales (76-99) où le journaliste est menacé de peine de prison en cas de non-respect des règles d'éthique et de déontologie citées par ce code.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

« Quiconque offense par écrit, sons, images, dessins ou tous autres moyens directs ou indirects, l'islam et les autres religions célestes est puni d'un emprisonnement de six (6) mois à trois (3) ans et d'une amende de 10.000 à 50.000 DA ou de l'une des deux peines seulement ». ²⁰⁰

Pour veiller au respect de l'éthique et la déontologie, ce code a institué un Conseil supérieur de l'information, autorité administrative indépendante de régulation, jouissant de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

L'article 59 détaille les prérogatives de ce Conseil et parmi elles la précision des modalités de mise en œuvre des droits à l'expression des divers courants d'opinion pour garantir l'indépendance et l'impartialité des organes du secteur public de la radiodiffusion sonore et de la télévision ainsi que l'autonomie respective des professions du secteur.

Sur le terrain, ce conseil a été installé en 1990, sous la présidence de Zoubir Souissi, mais trois ans après il fut dissous.

Le président de ce conseil Zoubir Souissi a qualifié cette expérience de grandiose²⁰¹ : « Ce conseil, était une initiative des journalistes qui avaient profité à l'époque d'une ouverture dans le système. Il y avait un ministre de la Communication à qui il faut rendre un vibrant hommage, c'est Abdelmadjid Tebboune. Il a fait un passage éclair dans la profession, et c'était lui qui, à la suite de l'initiative du Syndicat des journalistes, avait mis la logistique du ministère de la Communication à notre disposition ».

Par rapport aux causes de la dissolution de ce conseil, le professeur Belkacem Ahcene Djeballah²⁰² qui était un membre de ce conseil entre les années 1990 et 1993 les a imputées à la crise financière qui a larvé ce conseil ; en plus cette institution commençait à se transformer en administration assez bureaucratisée ce qui a nui à sa crédibilité auprès des journalistes.

En réalité la cause essentielle de la suppression est surtout politique car due à l'existence du ministère de la Communication (recréé avec l'exécutif Ghozali et reconduit avec Belaid Abdesselam qui voulait récupérer totalement « le pouvoir d'informer »).²⁰³

²⁰⁰ Art. 77.

²⁰¹ Zoubir Souissi, ancien président du conseil d'éthique et de déontologie de la presse : « La charte de l'éthique est une coquetterie des journalistes », El Watan, 3 avril 2010, <https://www.elwatan.com/archives>.

²⁰² Belkacem Ahcene Djeballah, membre désigné du conseil supérieur de l'information de 1990 à 1993, propos recueillis par Rabah Beljenna El Watan, 4 avril 2010.

²⁰³ La suppression du Conseil Supérieur de l'information, Interview accordé à Belkacem Ahcene Djeballah par Rabah Beljenna, le journal El Watan, 4 avril 2010, <https://www.elwatan.com/archives>.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

2-2-2. La charte de l'éthique et la déontologie des journalistes algériens

Nous ne pouvons passer sous silence la première expérience de mise en place en avril 2000 par les professionnels des médias de la première Charte de l'éthique et de la déontologie des journalistes algériens dans laquelle sont précisés les devoirs et droits du journaliste (**la charte de 2000 complète, voir annexe n°6**).

Ce document a fixé les devoirs et les droits de la corporation sur lequel veillait un conseil supérieur composé de professionnels du secteur élus par leurs pairs. Le journaliste professionnel, quel que soit son statut, est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans un ou plusieurs médias et qui en tire le principal de ses ressources, dispose le document en préambule.

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales qui participent de la défense de la démocratie et du pluralisme médiatique, ajoute le texte. De ce droit de connaître et faire connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes, poursuit le document, relevant que la responsabilité du journaliste vis-à-vis du public prime sur toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de son employeur et des pouvoirs publics.

La charte souligne que la mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes s'imposent et s'appliquent librement. Évoquant les devoirs des journalistes, la charte précise qu'ils « ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession que si les conditions concrètes de l'indépendance du journaliste sont réunies ».

Sur les droits des membres de la profession, il est dit : « ni loi qui contraint et réprime, ni code qui impose et astreint, cette charte de l'éthique et de la déontologie définit un ensemble de règles de conduite basées sur des principes universellement admis ».

Ces règles « régissent les rapports des journalistes entre eux et entre ces derniers et le public », réaffirme le document qui considère que « librement acceptées et démocratiquement adoptées, ces règles doivent servir de guide de conduite à la pratique du journalisme ». Un Conseil supérieur de l'éthique et de la déontologie composé de pairs veille au respect de ces principes, dispose encore la charte.

Le texte énumère les devoirs du journaliste qui doit « respecter la vérité quelles qu'en puissent être les conséquences, pour lui-même, et ce en raison du droit que le public a de la connaître » et défendre la liberté d'information, d'opinion, du commentaire et de la critique.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Le journaliste se doit également de « séparer l'information du commentaire, respecter la vie privée des personnes et leur droit à l'image », indique le texte, appelant à « publier uniquement les informations vérifiées » et à s'interdire d'altérer l'information. La charte indique également que le journaliste doit « s'efforcer de relater les faits en les situant dans leur contexte », s'interdire de diffuser des rumeurs et « rectifier toute information diffusée qui se révèle inexacte ». Le document appelle en outre, à « garder le secret professionnel et ne pas divulguer ses sources, s'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement », à « ne pas confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire ou de propagandiste », et à « n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ».

Le journaliste n'accepte de « directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction et dans le strict respect de la clause de conscience » et s'interdit de « faire l'apologie, sous quelque forme que ce soit, de la violence, du terrorisme, du crime, du fanatisme, du racisme, du sexisme et de l'intolérance ».

Il y est par ailleurs, stipulé que tout journaliste « digne de ce nom, reconnaissant le droit en vigueur dans chaque pays, n'accepte en matière d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre ».

Le professionnel s'interdit de tirer une quelconque faveur d'une situation où sa qualité de journaliste, ses influences et ses relations seraient susceptibles d'être exploitées, de « ne pas solliciter la place d'un confrère, ne pas provoquer son licenciement ou sa rétrogradation en offrant de travailler à des conditions inférieures », ni confondre son rôle avec celui du juge ou du policier.

Il ne peut également, « user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents ».

Sur les droits du journaliste, il y est dit qu'il dispose du « libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique » et qu'il ne lui est refusé « l'accès aux sources que par exception et en vertu de motifs dûment exprimés ».

Il a droit à la clause de conscience, à l'information de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise, à un statut professionnel et à la formation continue et au perfectionnement dans le cadre de son travail. Le journaliste doit disposer des conditions socioprofessionnelles nécessaires à l'exercice de son métier, d'un contrat personnel dans le cadre des conventions collectives garantissant la sécurité matérielle et l'indépendance

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

économique, de la reconnaissance et au bénéfice du droit d'auteur et du respect du produit journalistique et la fidélité de son contenu.

Le Conseil Supérieur de l'Éthique et de la déontologie, c'est lui qui a la mission de veiller au respect des principes de la charte de l'éthique et de la déontologie des journalistes algériens. Ses membres sont élus par leurs pairs.

Ces règles d'éthique, de déontologie et d'autorégulation permettent, d'une part, de renforcer les préoccupations morales de la profession et de reconnaître un réel pouvoir moral sur la profession, ainsi que de donner, d'autre part, au journaliste, les moyens de prendre davantage ses responsabilités en tant que corps professionnel.

2-2-3. Le statut des journalistes de 2008

Le Conseil du gouvernement a adopté en 2008 un décret exécutif qui détermine le régime spécifique des relations de travail des journalistes visant à améliorer leurs situations professionnelles et sociales. Le chapitre deux de ce décret est consacré aux droits et obligations des journalistes. C'est ainsi que l'article 5 stipule entre autres, que le journaliste a le droit d'avoir sa propre liberté d'opinion ainsi que sa propre appartenance politique sous réserve que l'expression publique de celles-ci ne nuise pas aux intérêts moraux de l'organe de presse employeur. Le journaliste a droit aussi à opposer son refus de signature d'un écrit lui appartenant lorsque cet écrit a fait l'objet de modifications substantielles, et ce, quel qu'en soit l'auteur.

L'article 6 énumère les obligations dont le journaliste est tenu, entre autre de ne produire aucune information dont la diffusion peut porter atteinte à l'organe de presse qui l'emploie ou à sa crédibilité et obtenir l'accord de son employeur avant tout engagement à collaborer, sous quelque forme que ce soit, avec un autre organe de presse.

Ce texte, élaboré pendant cette période, vise à renforcer les droits des journalistes et « promouvoir » la profession du journaliste, car il contient plusieurs mesures favorables tels que le droit à l'obtention d'une carte d'identité professionnelle, le respect de la propriété intellectuelle et le droit à la formation et la promotion*.

*M. Abderrachid Boukerzaza, ex ministre de la communication lors d'un point de presse animé à l'issue du Conseil du gouvernement, APS, 22 avril 2008.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

2-2-4. L'éthique et la déontologie à travers le code de l'information de 2012

Sur le plan éthique et déontologique, cette loi a consacré le deuxième chapitre pour cet aspect. Tout d'abord l'article 73 définit la profession du journaliste :

« Est journaliste professionnel, au sens de la présente loi organique, toute personne qui se consacre à la recherche, la collecte, la sélection, le traitement et/ou la présentation de l'information, auprès ou pour le compte d'une publication périodique, ou d'une agence de presse, d'un service de communication audiovisuelle ou d'un moyen d'information électronique, et qui fait de cette activité sa profession régulière et sa principale source de revenus ».²⁰⁴

L'article 74 vient compléter le précédent en stipulant comme journaliste professionnel, tout correspondant permanent ayant une relation contractuelle avec un organe de presse.

Pour que ce journaliste soit un vrai professionnel aux yeux de cette loi, il doit veiller au strict respect de l'éthique et de la déontologie, citées dans l'article 92, entre autres : respecter les attributs et les symboles de l'Etat et avoir le constant souci d'une information complète et objective.

Cet article présente aussi les interdictions que le journaliste doit respecter ; outre les dispositions prévues à l'article 2 de la présente loi organique, on retient le respect de

la Constitution et des lois de la République, de la religion musulmane et des autres religions, de l'identité nationale et des valeurs culturelles de la société, de la souveraineté nationale et de l'unité nationale, des exigences de l'ordre public, et les intérêts économiques du pays.

Nous apercevons, que la plupart des points cités dans le chapitre éthique et déontologie sont des interdictions. En évoquant le contenu de ses articles, qui sont ambigus et imprécis, quelles définitions pourrions-nous donner pour « exigences de l'ordre public », « intérêts économiques du pays ». L'ambiguïté entourant ces notions peut pousser les journalistes à s'autocensurer et les directeurs de journaux à imposer des lignes rouges à leurs journalistes. En second lieu, ces dispositions restreindront les portes d'accès à l'information. Elles offrent aux institutions de l'État comme la Défense, les Affaires étrangères et autres services de sécurité, l'argument derrière lequel elles se réfugieront pour justifier leurs refus de communiquer des données.²⁰⁵

²⁰⁴ Code de l'information 2012, art.73.

²⁰⁵ Cherif Driss, La nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie : vers un ordre médiatique néo-autoritaire ? CNRS éditions, 2012.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Toutes ces restrictions sont considérées comme des baillons de la liberté d'expression. D'ailleurs la déclaration de Munich évoque la mission de la presse qui est de traiter déjà de sa liberté. La liberté de l'information est l'espace nécessaire à la vérité. Sans liberté, il est illusoire d'attendre que puisse être respectée la vérité.²⁰⁶

Au cas où le journaliste ne respecte pas ces dispositions, c'est le Conseil supérieur de l'éthique qui décide de la pénalité qui sera appliquée au journaliste. Dans ce sens, les articles 94, 95 et 96 sont consacrés à la création d'un Conseil supérieur de l'éthique, dont les membres sont élus par les journalistes professionnels. La composition, l'organisation et le fonctionnement du Conseil supérieur de l'éthique et de la déontologie du journalisme sont définis par son assemblée générale constitutive. Cet organisme bénéficie d'un soutien public pour son financement.

Le Conseil supérieur de l'éthique et de la déontologie élabore et adopte une charte d'honneur de la profession de journalisme.

L'article 99 explique la mise en place de ce conseil au plus tard une année à compter de la promulgation de la présente loi organique.

Ce conseil, bien évidemment, n'est pas installé jusqu'à nos jours²⁰⁷ et ce retard comme l'explique le ministre de la Communication Hamid Grine* est dû à l'attente de l'élaboration d'un grand nombre de cartes de presse professionnelles pour les journalistes :

«Nous préférons avoir un plus large consensus pour aller à l'élection du Conseil d'éthique et de déontologie qui sera composé de 14 membres ainsi que l'Autorité de régulation de la presse écrite.»

2-2-5. L'éthique et la déontologie à travers la loi sur l'audiovisuel

Cette loi relative à l'activité audiovisuelle, prévoit le respect des règles professionnelles, d'éthique et de déontologie dans l'exercice de l'activité audiovisuelle, et ce, quel que soient la nature, le support et le mode de diffusion. Le cahier des charges fixant les règles générales imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore,

²⁰⁶Daniel Cornu, *Journalisme et vérité*, *Op.cit.*, p58.

²⁰⁷Juin 2019.

*Déclaration du ministre de la Communication Hamid Grine lors de l'inauguration du Salon de la communication «arts et métiers de la presse» le mercredi 13 mai 2015, au palais des expositions de la Safex.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

l'article 48 stipule entre autre de respecter les exigences de l'unité nationale, de la sécurité et de la défense nationales, ainsi que les intérêts économiques et diplomatiques du pays, sans omettre le secret de l'instruction judiciaire avec les constantes et les valeurs de la société.

Cette loi revient explicitement sur les missions de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel (ARAV) installée par le Premier ministre Abdelmalek Sellal le 20 juin 2016. Cette instance est chargée de garantir l'objectivité et la transparence, de veiller à la promotion et au soutien des deux langues nationales et de la culture nationale et au respect de l'expression plurielle des courants de pensée et d'opinion dans les programmes des services de diffusion sonore et télévisuelle, notamment lors des émissions d'information politique et générale.

La première mission est la régulation comme cela a été mentionné dans l'article 54 consistant à veiller à l'impartialité des personnes morales exploitant les services de communication audiovisuelle relevant du secteur public.

Le président de l'ARAV, Zouaoui Benhamadi²⁰⁸ à l'issue de l'installation de l'Autorité a déclaré qu'« En tant qu'institution nouvelle, nous n'avons ni adversaires ni ennemis. Nous allons voir en chacun et chacune des institutions de l'information, plutôt un partenaire avec lequel nous allons travailler et avancer ».

2-2-6. Cahier des charges de 2016

Le décret exécutif portant sur le cahier des charges fixant les règles imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore a été promulgué en août 2016.

Ce décret contient plusieurs dispositions relatives à l'éthique et à la déontologie, au contenu des programmes et au contrôle auxquelles devront s'astreindre les différents soumissionnaires.

Ce décret exécutif est scindé en 11 chapitres (89 articles) relatifs aux dispositions générales, à l'éthique et à la déontologie, aux relations avec les institutions, au contenu des programmes, à la programmation et aux affaires soumises aux juridictions. Il contient également les dispositions relatives aux enfants et aux adolescents, aux relations avec les citoyens, aux relations avec le personnel, à la publicité, au parrainage, au télé-achat et au contrôle. Dans le chapitre dispositions générales de ce cahier des charges, prévu par la loi sur l'audiovisuel de

²⁰⁸ L'APS, 20 juin 2016, 17h49.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

2014, il est noté que les dispositions du présent décret s'appliquent à tous les services de l'audiovisuel, diffusant par « voie satellitaire, hertzienne, terrestre, par câble, en clair ou par un procédé de cryptage »²⁰⁹. Il y est précisé que les missions de service public dévolues aux services de communication audiovisuelle sont précisées dans le cahier des charges annuel fixé par arrêté du ministre de la Communication, ajoutant que les règles particulières liées à chaque service de communication audiovisuelle thématique feront l'objet d'un cahier des charges y afférent, annexé au décret portant autorisation de création dudit service.

Ce décret donne la définition d'un service audiovisuel (chaîne TV) en notant que ce sont les services de communication audiovisuelle relevant du secteur public ainsi que les services de communication audiovisuelle thématiques autorisés. Il explique que les services de communication audiovisuelle sont également constitués de chaînes thématiques autorisées, créées par les entreprises, les institutions et les organismes relevant du secteur public ou par des personnes morales de droit algérien. Les directeurs de services de communication audiovisuelle du secteur public et des services de communication audiovisuelle thématique autorisés, ci-après désignés « les responsables des services de communication audiovisuelle » sont garants des programmes diffusés quel que soit le support utilisé, selon le projet de décret, ajoutant que les programmes diffusés par les services de communication audiovisuelle thématiques autorisés doivent être en conformité avec l'objet de la thématique. Dans la diffusion des programmes, ces responsables veillent à proscrire toute offense, toute parole outrageante, injurieuse ou diffamatoire à l'encontre du président de la République ou de l'institution représentée par ce dernier.

Dans la conception et l'élaboration des règles relatives à la programmation et à la diffusion des programmes, ces responsables veillent notamment au respect des valeurs nationales et des symboles de l'Etat définis par la Constitution, des exigences de l'unité nationale, de la sécurité et de la défense nationale, de l'ordre républicain ainsi que des intérêts économiques et diplomatiques de la Nation. Ils doivent également veiller au respect des constantes et des valeurs religieuses, morales et culturelles de la Nation, des autres références religieuses et des autres croyances et religions, la protection des catégories vulnérables et au respect du droit à l'honneur et à l'intimité du citoyen, ainsi que de la protection de la famille. Selon l'article 9 de ce texte, « toute diffusion d'informations audiovisuelles relatives à des thèmes portant sur l'unité nationale, la sécurité et à la défense nationales, est soumise à l'autorisation préalable des autorités

²⁰⁹Cahier des charges 2016, Art. 3.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

concernées ». Les modalités d'application de cet article sont fixées par arrêté interministériel des ministres en charge de la Communication, de la Défense nationale et de l'Intérieur. Le cahier des charges tel que prévu par la loi relative à l'activité audiovisuelle, prévoit le respect des règles professionnelles, d'éthique et de déontologie dans l'exercice de l'activité audiovisuelle, et ce, quels que soient la nature, le support et le mode de diffusion. Le cahier des charges fixe les règles générales imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore, selon les dispositions de la loi 14-04.

Cet arsenal juridique, lié aux règles de l'éthique et la déontologie de l'information, est une arme à double tranchant, dans le sens où quelques articles définissent les droits octroyés aux journalistes, mais de l'autre côté, les professionnels des médias se trouvent souvent confrontés aux limites dans le traitement de l'information en respectant les devoirs contraignants énumérés dans ces textes.

Chapitre III. L'éthique de l'information médiatique

Conclusion

Nous avons essayé d'exposer à travers ce chapitre les piliers de l'éthique et de la déontologie à savoir, l'intérêt public, le devoir de vérité, la rigueur et l'exactitude, l'équité, l'impartialité et l'intégrité.

Dans le deuxième volet de ce chapitre, nous avons exposé la législation algérienne, concernant l'éthique et la déontologie de l'information.

Loin d'être exhaustifs, nous avons tenté de sillonner la période avant les événements d'octobre, pendant laquelle, cette législation était indigente, vu la situation politique du pays qui était sous le carcan du parti unique. Après nous avons exposé les règles de l'éthique et de la déontologie à travers la nouvelle législation, sachant que les lois applicables sur l'exercice journalistique de nos jours sont le code de l'information de 2012 et la loi sur l'audiovisuel de l'année 2014.

Chapitre 1V : Traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

Évoquant le discours de l'information à travers son traitement médiatique, il nous paraît indispensable de revenir sur le constructivisme en journalisme, ce courant imposant dans la fabrication de l'information. C'est ainsi que la théorie du « gatekeeping » et celles de « l'agenda-setting », « l'agenda building » et la théorie des cadres (frames), nous semblent être des modèles bien explicatifs du contexte médiatique en Algérie. En revanche, avec l'essor des médias audiovisuels et l'incrustation du « live », l'approche réaliste, qui était pour longtemps banalisée, signe son retour avec force, en imposant la logique positiviste des faits. Nous tenons à illustrer les points forts de ce courant et de ses farouches défenseurs.

1. Constructivisme en journalisme

Partant de l'idée que l'information des médias reste fondamentalement un élément construit quel que soit le degré de réalisme des faits ou d'objectivité et de fidélité des journalistes, nous tenons à discuter, le concept de constructivisme en journalisme.

Le modèle nommé constructiviste, contrairement au « réalisme », s'appuie sur l'idée qui consiste à considérer que les nouvelles médiatiques sont des faits construits et non pas des faits réels. Les chercheurs qui s'inscrivent dans des approches constructivistes ne se contentent pas d'affirmer que l'information résulte d'une construction ; ils tâchent surtout de chercher à identifier les exigences théoriques.

Dans ce contexte, nous allons évoquer quatre approches que nous avons jugées inhérentes à notre recherche, en l'occurrence, celles de Bernard Delforce, Grigory Derville, Pierre Bourdieu, et Berger et Luckman.

1-1. L'approche de Bernard Delforce

Bernard Delforce est considéré comme un défenseur farouche du constructivisme en journalisme. Initialement, Delforce²⁰⁸ ne nie pas la relation forte qui attache le discours journalistique à la réalité sociale, car aucun type de discours ne peut s'affranchir totalement d'une relation au réel, mais chacun l'exerce selon un régime spécifique et dans des formes rhétoriques et des supports d'inscription qui le distinguent des autres.

²⁰⁸Bernad Delforce, La responsabilité sociale du journaliste : donné du sens, les cahiers du journalisme n°2, 1996, p17.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

Il ne s'agit donc pas de nier la relation forte qui attache le discours journalistique à la réalité sociale. Cette position, aberrante pour tout genre de discours et surtout pour les discours journalistiques.

Delforce s'interroge d'abord sur le caractère spécifique du rapport à la réalité qui s'instaure dans l'activité journalistique de collecte de l'information, et d'autre part, sur celui qui construit le discours journalistique.²⁰⁹ Pour lui pour parler du réel, il faut en construire une représentation, sans nier l'existence de ce réel à la base : « En réalité, les textes journalistiques ne font pas ce qu'ils disent faire : enregistrer un réel univoque, dans des formes langagières transparentes, avec le seul but d'informer. Mais, paradoxalement, c'est en ne faisant pas ce qu'ils disent faire qu'ils sont ce qu'ils doivent être. »²¹⁰

Delforce, dément les thèses du réalisme par l'avancement de plusieurs contraintes qui entravent la pratique journalistique, entre autres, il cite la question du contexte où fonctionnent les énoncés journalistiques et en dehors desquels il semble impossible de rendre compte des mécanismes de la construction journalistique. Les énoncés journalistiques ne peuvent être réalisés dans un désert de sens et hors d'un contexte social²¹¹. Si la visée informationnelle est bien ce qui peut distinguer le journalisme d'autres pratiques sociales, cette pratique ne peut s'appréhender hors du contexte où elle vient s'inscrire et indépendamment des finalités et des enjeux qu'elle alimente.

Delforce explique que l'information est inévitablement le résultat de "constructions" et non pas le résultat de simples données de l'observation.²¹² Ces constructions ne sont pas individuelles mais sociales. Elles résultent tout à la loi des logiques professionnelles et sociales qui marquent les conditions concrètes d'exercice du métier, ou la place et le rôle joué par la presse dans le champ social.

Convaincu que l'information médiatique ne peut être construite hors de son contexte social, nous tenterons d'élucider le poids de ce contexte sur l'exercice journalistique des médias de notre recherche.

²⁰⁹Bernard Delforce, *Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme*, in questions de communications, Paris, 2004.

²¹⁰*Ibid.*

²¹¹*Ibid.*

²¹²Bernard Delforce, *La responsabilité social du journaliste : donner du sens*, les cahiers du journalisme n°2, 1996.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

1-2. La vision de Gregory Derville

Gregory Derville, pour sa part appuie cette vision en défendant l'idée d'un constructivisme journalistique. Pour lui, le travail de construction de l'actualité « s'opère d'abord à travers la sélection, la hiérarchisation et le traitement des "occurrences" qui sont promues au rang d'événements »²¹³. Cette approche constructiviste insiste sur l'idée selon laquelle le monde que montrent les médias n'est pas réel, mais façonné et loin d'être un reflet.

Cette approche insiste sur le fait qu'un journaliste est constamment aiguillonné entre différents acteurs (sources, propriétaires, collègues, institutions, etc.) avec lesquels il doit négocier sans arrêt. Derville relativise donc le « mythe » de l'autonomie des journalistes, car ils sont influencés par l'environnement, sociétal et idéologique dont ils vivent et exercent leurs métiers, ce qu'il appelle la « doxa »²¹⁴.

Gregory Derville explique que dans chaque débat social, entre toutes les questions que nous pouvons exposer, certaines sont plus acceptables que d'autres, en raison de l'idéologie dominante et des opinions du public.

La vision de Derville est très intéressante pour notre recherche surtout, le point lié au poids de la doxa et de son influence sur le traitement des informations chez les journalistes. Car dans l'environnement culturel et religieux algérien beaucoup de stéréotypes et tabous, inculqués dans la société, pèsent lourdement et fortement sur la pratique journalistique, telles que la prostitution et le christianisme qui sont aujourd'hui plus que jamais, des questions animant le débat au sein de la société algérienne.

1- 3. L'approche de Pierre Bourdieu

Une autre approche que nous jugeons importante pour notre recherche est celle de Pierre Bourdieu. Bourdieu défend le constructivisme en journalisme, en utilisant le perspectif constructiviste davantage sous un aspect structuraliste. Il définit ainsi le constructivisme structuraliste comme étant partagé entre l'objectif et le subjectif :

²¹³ Gregory Derville, « Le journaliste et ses contraintes », les cahiers du journalisme, n°6, Paris, 1999, pp153-177.

²¹⁴ *Ibid.*

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

« Par constructivisme, je veux dire que'il y a une genèse sociale d'une part des schèmes de perception, de pensée et d'action qui sont constitutifs de ce que j'appelle l'habitus, et d'autre part des structures sociales, en particulier de ce que j'appelle des champs. »²¹⁵

Pour Bourdieu, la réalité sociale est un ensemble de rapports de force entre des groupes historiquement en lutte les uns contre les autres. La réalité sociale est également, pour Bourdieu, un ensemble de rapports de sens qui fait que la réalité sociale a une dimension symbolique. Autrement dit, d'après Bourdieu, les représentations et le langage participent à la construction de la réalité sociale même s'ils ne représentent pas la réalité entière. Pour rendre compte de cette construction de la réalité, Bourdieu propose notamment de s'intéresser aux notions de « *champs* » et « *d'habitus* ». ²¹⁶

Un champ, explique le sociologue, est une partie du monde social régi par des lois et des codes propres. Un champ est aussi un espace de domination et de conflits. Et les individus interagissent dans des « champs de forces » pour obtenir et conserver des places ou des positions. Par ailleurs, Bourdieu insiste sur le fait qu'un individu devra se battre pour rechercher les spécificités et les caractéristiques du champ en question afin de pouvoir y entrer et d'y adhérer : « La structure du champ est un état du rapport de force entre les agents ou les institutions engagés dans la lutte ». ²¹⁷

L'habitus, seconde notion qui signifie d'après Bourdieu : « c'est ce que l'on a acquis, mais qui s'est incarné de façon durable dans le corps sous forme de dispositions permanentes »²¹⁸ les gestes, les manières d'être, les pensées que l'on a acquis et intégrés au point d'en oublier l'existence. Les habitus nous permettent d'évoluer librement dans un milieu donné sans avoir à contrôler consciemment nos mots et nos gestes.

À mesure que les expériences concrètes, ponctuelles, se répètent, s'accumulent pour un même individu au sein d'un même champ, les traces que laisse chacune d'elles se superposent, se combinent, se renforcent en s'intériorisant toujours plus profondément pour se transformer en dispositions générales. C'est -à- dire qu'en répétant une série d'expériences ou de comportements particuliers, on acquiert progressivement une aptitude et une inclination à agir. ²¹⁹

Ces deux notions (le champ et l'habitus), nous permettent de mieux comprendre ce phénomène de reproduction de l'information officielle, protocolaire dans les médias publics en Algérie.

²¹⁵ Pierre Bourdieu, Questions de sociologie, les éditions de Minuit, Paris, 1984, pp113-120.

²¹⁶ *Ibid.*

²¹⁷ *Idem*, p114.

²¹⁸ Pierre Bourdieu, Questions de sociologie. *Op.cit.*, p134.

²¹⁹ Sous la direction de Marc Jacquemain, BrunoFrere, Epistémologie de la sociologie, paradigmes pour le XXI siècle, De boeck, première édition, 2008, pp 34-35.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

En effet, les champs de force qui existent dans toute formation sociale peuvent amener les journalistes à choisir le statu- quo pour conserver leur position dans les salles de rédaction. Ils éviteront donc tout conflit avec leurs supérieurs hiérarchiques et seront plus disposés à reproduire la même image.

De plus, la notion d'habitus laisse entendre que les journalistes ont incarné une certaine habitude dans le traitement de l'information. Cet habitus, les amène, inconsciemment, à reproduire la même hiérarchisation de l'information acquise depuis des années.

1- 4. Le constructivisme de Peter Berger et Thomas Lukmann

Dans le même sens, Peter berger et Thomas Lukmann, dans leur célèbre livre intitulé « la construction sociale de la réalité »,²²⁰ ces deux auteurs postulent que la réalité est un « construit social ». Ils avancent que les processus d'objectivation, d'institutionnalisation et de légitimation, fournissent à l'individu les bases élémentaires de la construction sociale de sa propre réalité. L'objectivation c'est l'attribution progressive du statut de réalité à ce qui n'est d'abord qu'une notion abstraite, et sa transformation en un objet quasi- concret et matériel. Le langage y joue un rôle fondamental : les objectivations nous guident dans la façon de nommer et définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de les interpréter, de statuer sur eux, et le cas échéant de prendre une position à leur égard et de les défendre. Elles peuvent agir en tant que signifiants, comme elles peuvent se transformer en un instrument de pouvoir et par conséquent, de contrôle.

En partant du postulat selon lequel toute activité humaine est sujette à l'habitation : « l'habitation implique ultérieurement que l'action en question peut être reproduite dans le futur de la même manière et avec la même économie »²²¹ les auteurs avancent que le processus d'institutionnalisation consiste à contrôler la conduite humaine (verticalement). Pour y parvenir, les institutions établissent des modèles prédéfinis en canalisant les actions dans une direction bien définie au détriment de beaucoup d'autres directions qui seraient théoriquement possibles. L'institutionnalisation permettra donc de répondre à un souci de partage, en livrant des connaissances transmises d'une génération à une autre.

La légitimation : en reprenant l'approche de Weber, Berger et Luckmann qui donne un sens plus large à la notion de légitimation. Selon eux, le processus de légitimation se définit comme étant une objectivation de signification de « second ordre ».²²² À cet égard, sa

²²⁰Peter Berger, Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality*, Doubleday and company Inc, 1966, p35.

²²¹Peter Berger, Thomas Luckmann, *La construction sociale de la réalité*, Armand Colin, p110.

²²²*Idem*, p162.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

fonction sert à fournir des significations subjectives à partir des significations objectives de « premier ordre ». L'objectif d'une telle légitimation consiste à rendre à la fois objectivement « accessibles » et subjectivement « plausibles », les significations (objectivations)²²³ déjà existantes et institutionnalisées.

En faisant référence aux médias publics en Algérie, nous supposons que la pratique journalistique quotidienne, repose ipso facto sur l'habitude, comme elle était introduite par ces deux auteurs. Les expressions pré-construites, les concepts prédéfinis seraient des clichés qui reviennent souvent dans les papiers des journalistes.

Nous ne concluons pas l'approche constructiviste sans citer quelques écrivains contemporains, à l'instar de Patrick Charaudeau.

Dans son livre, *1^{er} discours d'information médiatique, la construction du miroir social*, Charaudeau²²⁴ met en évidence la construction des événements :

« L'univers de l'information médiatique est bien un univers construit. Il n'est pas comme on le dit parfois le reflet de ce qui se passe dans l'espace public, il est le fait d'une construction. L'événement n'est jamais transmis dans son état brut ».

Pour Charaudeau ce sont les médias qui imposent des événements, dans le sens où l'instance médiatique impose au citoyen une vision du monde qui est ordonnancée par elle-même tout en étant présentée comme celle étant la vision naturelle du monde.

Cette vision est partagée par Laura Calabresse ;²²⁵ Pour elle le lancement d'un discours est perçu comme une co-construction du sens, et non comme un schéma à sens unique , producteur-récepteur. Elle explique que le discours de l'information est une mosaïque de discours émanant de différentes sources. Ce discours est caractérisé par une forte hétérogénéité constitutive par différents acteurs au sein de l'institution (agencier, rédacteur, secrétaire de rédaction, etc.). De ce fait, le discours de l'information ne peut pas être attribué à un énonciateur unique, source du sens.

Ces auteurs nous montrent que le constructivisme fait partie intégrante – voire intégrale - du journalisme. Les articles ou bien les papiers journalistiques sont donc des constructions à part entière et dépendent des journalistes qui les produisent, mais aussi des acteurs qui entrent dans la construction de ces articles, à savoir les sources, les éditeurs, les propriétaires, etc. Dans le

²²³ *Idem*, p163.

²²⁴ Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social*, *Op.cit.*, p.52.

²²⁵ Laura Calabresse, *L'événement en discours : presse et mémoire sociale*, Academia, L'Harmattan, France, 2013 p14.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

milieu journalistique, toute la réalité sociale est alors construite en relation avec les caractéristiques intrinsèques de tous ces acteurs.

Si nous appliquons ce point de vue à notre sujet, nous pouvons dire que le discours des médias publics audiovisuels en Algérie est construit par les journalistes, sous des directives et des orientations données au quotidien par la hiérarchie.

2. Constructivisme en journalisme et les théories du traitement de l'information

Toujours dans le modèle constructiviste de l'information, plusieurs théories corroborent ce courant en journalisme. Dans ce sens, nous allons faire appel dans notre analyse du discours d'information à la théorie de l'agenda setting, l'agenda building, la théorie des cadres ainsi que celle du gatekeeping. Notre but est d'éclairer et d'expliquer toutes les étapes de la production de l'information à travers ces théories.

2-1. La théorie de l'agenda setting

La notion d'agenda-setting désigne un modèle qui établit une relation causale entre l'importance que les médias accordent à certains sujets et la perception qu'ont les consommateurs de nouvelles de l'importance de ces sujets²²⁶. Les médias influencent l'ordre du jour des affaires publiques dans la mesure où le public attribue une certaine importance aux sujets traités par les médias en construisant ses opinions sur les différentes questions selon l'orientation des médias.

Le pouvoir d'influence des médias a pris aussi une autre forme. En 1972, les chercheurs Maxwell McCombs et Donald Shaw ont repris la problématique de l'influence sociale des médias mais en utilisant cette fois-ci le concept d'agenda setting, généralement traduit par « établissement de l'ordre du jour ». C'est à la suite d'une enquête effectuée auprès d'électeurs de la petite ville Chaper Hill en Caroline du nord, aux Etats-Unis d'Amérique pendant la campagne présidentielle de 1968, que cette théorie a pris forme. Les résultats de ces deux chercheurs ont démontré une forte corrélation entre l'ordre d'importance accordé aux enjeux par les médias et celui attribué par les électeurs.

Autrement dit, lorsque le public consulte les médias pour recueillir des informations sur les problématiques de l'actualité, il apprend également quelle importance accorder à ces

²²⁶ Jean Charron, Les médias et les sources, Les limites du modèle de Y agenda-setting, Université Laval, Québec, Hermès, 17-18, 1995, p74.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

différentes problématiques en fonction de la couverture médiatique accordée à chacune d'elles. Voilà pourquoi nous parlons d'ordre du jour ou d'agenda, au sens où Éric Maigret²²⁷ l'entend :

« Un agenda est une hiérarchie de priorités, une liste d'enjeux classés par ordre d'importance, que l'on peut appréhender par exemple en dénombrant à un moment donné les sujets traités dans la presse et la quantité de temps d'antenne et/ou de lignes qu'ils génèrent, ou, pour les citoyens, en effectuant des sondages d'opinion et des entretiens ».

Cette théorie désigne donc le rapport d'influence des médias qui fixeraient par leurs choix sinon ce que le public doit penser, du moins sur quoi il lui importe de penser en priorité.

Dans un média, la salle de rédaction est chargée chaque jour d'arrêter les sujets à couvrir par les journalistes. Ce choix répond à plusieurs critères entre autres, l'importance de l'événement en respectant la ligne éditoriale de l'organe. C'est cet intérêt qui définira la manière de couvrir et de diffuser les sujets de manière à influencer le public.

Pour reprendre la formule du politologue Bernard Cohen,²²⁸ la réelle influence des médias ne serait pas de nous dire ce qu'il faut penser (what to think), mais plutôt à quoi il faut penser (what to think about).

Dans ce sens, les médias exercent un effet important sur la formation de l'opinion publique, en attirant l'attention sur certains événements et en négligeant d'autres. Étant donné que l'espace et le temps limités dont ils disposent ne leur permettent pas de couvrir tous les sujets d'actualité, par conséquent, ils sont dans l'obligation d'effectuer une certaine sélection sous prétexte que la fonction des médias n'est pas de dire aux gens ce qu'ils doivent penser, mais ce sur quoi ils doivent concentrer leur attention.²²⁹ De ce fait, les concepteurs de l'Agenda Setting ont trouvé une adéquation entre l'ordre hiérarchique des événements présentés par les médias et la hiérarchie de signification attachée à ces mêmes événements par le public.

Durant les années 1980, Shanto Iyengar et Douglas Kinder ont revitalisé la recherche sur l'agenda setting. Leurs travaux mettent en lumière l'existence de l'effet priming, selon lequel les sujets traités par les médias deviennent en quelque sorte les critères de référence à l'aune

²²⁷Eric Maigret in *L'information la nécessaire perspective citoyenne*, Raymond Corriveau Guillaume, Presses de l'université de Québec, 2012, p18

²²⁸Raymond Corriveau, Guillaume Sirois, *L'information la nécessaire perspective citoyenne*, Presse de l'université du Québec, 2012, p18.

²²⁹Charles Moumouni, *L'image de l'Afrique dans les médias occidentaux, une exploration par le modèle de l'agenda setting*, les cahiers du journalisme n°12, automne, 2003.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

desquels les personnages publics et les gouvernements sont traités. Ce concept, parfois traduit par effet d'amorçage²³⁰ s'appuie sur l'idée voulant que la prise de décision politique ne se fasse pas en fonction de l'ensemble des connaissances accumulées sur une question, mais sur certains sujets qui déterminent la décision.

La notion de l'agenda setting dans la pratique journalistique est irréversible, voire sine qua non. Les rédactions de la télévision et la radio algérienne sont soumises à cette loi, rigoureusement appliquée dans la préparation de chaque journal. Les sujets jugés importants par le rédacteur en chef sont placés les premiers, puis viennent les sujets moins importants, selon une certaine logique éditoriale que nous allons découvrir à travers cette recherche.

2-2. Agenda building

Certains chercheurs ont essayé d'étendre ce modèle d'« agenda setting » aux relations entre les médias et leurs sources, mais le modèle est trop étroit pour rendre compte de la complexité des rapports médias-sources, d'où la suggestion du modèle de l'agenda-building.

Conscients de la limite du modèle de l'agenda setting, à qui on reproche la difficulté d'établir un lien de causalité entre les ordres de priorités des médias et de l'opinion publique. On insiste, en outre sur la nécessité d'inclure dans la théorie un troisième agenda, à savoir celui des responsables des politiques publiques. Certains considèrent que la théorie tend à sous-estimer l'influence des sources d'informations sur les médias.

Certains auteurs ont suggéré d'abandonner la notion d'agenda-setting au profit de la notion d'agenda-building, en 1983, Kurt et Gladys Lang ont modifié le modèle de l'agenda setting pour le remplacer par un nouveau modèle intégrant également l'agenda des politiciens. On parle ici d'agenda building : alors que l'Agenda est un modèle binaire et mécaniste mettant en jeu la relation médias - publics, l'Agenda building constitue un modèle triangulaire et dynamique²³¹ ; il y a influence mutuelle entre les médias, les décideurs et la population.

Cette notion suppose une parfaite adéquation entre l'offre autonome de la source et la demande autonome des médias, une conformité entre le discours de la source et le discours des médias, donc une égalité parfaite des rapports d'influence.

²³⁰Anne-Marie Gingras (dir), La communication politique, état des savoirs, enjeux et perspectives, Presses université du Québec, 2003, p20.

²³¹Jean Charron, Les médias et les sources, Les limites du modèle de Y agenda-setting, *Op.cit.*, p76.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

Quelques auteurs critiquent l'agenda-building surtout parce qu'il ne rend pas compte de la complexité des relations entre les médias et leurs sources.

Les médias publics audiovisuels en Algérie, puisent leurs informations de plusieurs sources, mais majoritairement des institutions liés au pouvoir tels que la présidence, le gouvernement, les ministères, les associations, etc. Par conséquent, nous supposons une certaine conformité entre les nouvelles et leurs sources. Car les journalistes se trouvent tributaires de ces sources « agenda building », pour construire un agenda setting. De ce fait, peut-on parler d'une assignation hégémonique, ou bien d'une assignation de complaisance ?

2.3. La théorie de cadrage

L'étude du discours médiatique en termes de cadrage de l'actualité suscite en effet depuis les années 1980 une abondante littérature aux États-Unis. Le cadrage est un processus communicationnel ; il émane de la pensée constructiviste et se traduit en journalisme par la sélection et la mise en évidence de certains aspects d'une nouvelle, afin d'en promouvoir une certaine interprétation.

Les premiers auteurs à avoir abordé cette notion de cadres pour désigner la construction de sens opérée par les médias sont Erving Goffman, Gitlin et puis Tuchman.

Pour Goffman, les cadres ne sont pas des « schèmes mentaux » ou des « représentations collectives », mais des opérations de cadrage qui organisent la configuration et la signification des activités. Et ces opérations ne sont pas seulement subjectives et contingentes, elles ont quelque chose de réglé et de typique²³².

Pour Gitlin,²³³ « Media frames, largely unspoken and unacknowledged, organise the world both for journalists who report it and, for some important degree, for us wholly on their reports. »

L'auteur prend soin de préciser d'emblée que les cadres ne sont pas des opinions, ils constituent un espace conceptuel organisateur du discours dans lequel les énoncés prennent un sens. Un cadre peut regrouper en son sein une gamme plus ou moins large d'opinions divergentes, mises en scène, en intégrant donc naturellement un certain degré de controverse.

Le cadrage, s'accorde en cela avec la nouvelle vue comme construction sociale. Et les journalistes ne peuvent pas ne pas cadrer, à savoir fournir au récepteur, implicitement ou

²³²Daniel Cefaï et Laurent Perreau (dir.), *Erving Goffman et l'ordre de l'interaction*, Paris, CURAPP-ESS/CEMS-IMM, 2012, 466 p. <https://journals.openedition.org/ress/3164>

²³³Tod Gitlin, *is watching and unmaking of the new left*, university of california press, 1980, p7

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

explicitement une interprétation, une idée principale qui se propose comme principe organisateur de l'objet communicant.

Gaye Tuchman, considéré parmi les leaders de cette théorie, insiste sur le fait que les nouvelles constituent des ressources sociales de connaissance et de pouvoir dont la construction limite la compréhension de la vie contemporaine²³⁴. À son sens, les journalistes utilisent des symboles comme s'ils représentaient la réalité. Déterminant comme source d'information des lieux institutionnels qu'il légitime. Il réduit le débat public par leur incapacité à appréhender et à comprendre de nouvelles idées qu'ils présentent à l'aide de cadres d'expérience passés ou encore comme des soft news en endormant la pensée critique.

Le cadrage (framing) renvoie donc au choix d'un angle pour traiter d'un article ou le fait de mettre en exergue un aspect au détriment de l'autre. Ce processus de cadrage consiste à sélectionner quelques aspects d'une réalité perçue et à les rendre plus saillants, de manière à promouvoir une définition spécifique du problème.

Afin d'illustrer d'une manière empirique, cette notion de cadrage au niveau du traitement de l'information Fairhurst et Sarr²³⁵ expliquent que l'encadrement est constitué de trois éléments : la langue, la pensée et la prévoyance.

La langue nous aide à transmettre notre vision des choses, pour se faire, nous devons réfléchir et penser au préalable afin de donner une interprétation inhérente à nos pensées. Dans ce sens, ces deux auteurs proposent quelques techniques de cadrage :

- Métaphore : encadrer une idée conceptuelle par comparaison à autre chose.
- Histoires (mythes, légendes) : encadrer un sujet via le récit d'une manière vivante et mémorable.
- Traditions (rituels, cérémonies) : mœurs culturelles qui imprègnent la signification dans le monde, étroitement liées aux artefacts.
- Slogan ou jargon : pour encadrer un objet avec une phrase accrocheuse pour le rendre plus mémorable et relationnel.
- Artefact : objets ayant une valeur symbolique intrinsèque, un phénomène visuel ou culturel qui détient plus de signification que l'objet lui-même.

²³⁴Anne-Marie Gingras (dir), la communication politique, état des savoirs, enjeux et perspectives Presses de l'université du Québec, 2003, p53.

²³⁵Jorgen Sandberg and Axel Targama, Manging understanding in organisation, Sage publications, 2007, p27.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

- **Contraste** : pour décrire un objet en des termes de ce qu'il n'est pas.
- **Spin** : présenter un concept de manière à transmettre un jugement de valeur (positif ou négatif) qui pourrait ne pas être immédiatement apparent ; pour créer un biais inhérent par définition.

Cette théorie de Framing nous démontre d'autres critères dans la présentation de la nouvelle en créant des cadres pour les informations. C'est généralement un choix conscient par les journalistes et leurs responsables. Dans ce cas, un cadre se réfère à la façon dont les médias comme portiers organisent et présentent les idées, les événements et les sujets qu'ils couvrent.

2-4. La théorie de gatekeeping

Nous ne pouvons pas lever le voile sur les mécanismes de gestion de l'information à la radio et à la télévision, sans aborder la théorie de gatekeeping, axée sur la sélection des nouvelles, le contrôle d'accès et le filtrage des informations, avant leur diffusion par les entreprises de presse. Cette théorie met en évidence le rôle des sélectionneurs successifs, dans le traitement des informations médiatiques. En effet, une information est un événement ou un fait, mis en forme par le journaliste. Ce dernier étant à la fois un « *témoin actif et sélectif* ». Pour reprendre l'expression de Reberts Chris²³⁶: « Les caractéristiques des journalistes (the keepers) influencent la sélection de l'information ». Certes, il se produit chaque jour dans le monde, un flux d'événements que les médias sont appelés à publier ou à diffuser. Étant donné la limite de l'espace rédactionnel du temps éditorial dans l'audiovisuel, reconnaît Michel Mathieu,²³⁷ les journalistes sont contraints de pratiquer une sélection rigoureuse des nouvelles à publier. Devant le flot de nouvelles en sa possession, le journaliste doit décider lesquelles écarter de celles à retenir, en vue de leur publication ou de leur diffusion. Par ce pouvoir de décision sélectif, le journaliste joue le rôle de contrôleur d'accès des informations au niveau de son organe de presse. Ce processus de contrôle est donc appelé gatekeeping et la personne qui contrôle est le gatekeeper (contrôleur, sélectionneur, voire « portier »).

Partie des travaux du psychologue américain Kurt Lewin, la théorie de gatekeeping ou de « sélection des nouvelles » a fait l'objet d'un nombre impressionnant de recherches et d'hypothèses en communication de masse. Ici, nous n'allons recourir qu'à quelques modèles théoriques, qui répondent directement aux préoccupations de notre étude. Ainsi, après un bref

²³⁶RebertsChris, Gatekeepingthéory :an évolution, theuniversity of southCorolina,2005,p76.

²³⁷ Michel Mathien, Les journalistes et le système médiatique, Hachette supérieur, 1992, p163.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

aperçu sur Kurt Lewin, nous allons tour à tour présenter celles de White, de Bass, et de John Dimmick.

2-4-1. Le modèle de Kurt Lewin

La paternité de la théorie de sélection des nouvelles ou le gatekeeping revient à Kurt Lewin.²³⁸ Ce psychologue de formation et de profession a découvert cette théorie dans le cadre des achats alimentaires. Son étude, publiée en 1947, était basée sur la prise de décision des achats alimentaires des ménages, par des femmes américaines pendant la deuxième guerre mondiale. La conclusion est sans ambage : le changement des habitudes alimentaires au sein de la famille dépend de la décision de la femme, car c'est elle qui procède à la sélection des aliments, lors des courses au marché. Pour Kurt Lewin, cette dernière joue le rôle du portier (gatekeeper) : elle laisse entrer certains aliments et bloque le passage à d'autres. Cette théorie a été rapidement appliquée dans le domaine de la communication,²³⁹ par David Manning White.

2-4-2. Le modèle de David Manning White

Il se lance dans une étude de cas. Il observe la manière dont monsieur Gates, Rédacteur en Chef de « the Peoria star », un petit quotidien local américain, sélectionnait les nouvelles à partir des dépêches reçues de trois grandes agences de presse. Au terme d'une semaine d'étude et après un entretien avec Monsieur Gates, White arrive à la conclusion suivante :

-les critères de choix des nouvelles sont hautement subjectifs et relèvent du jugement de valeur du sélectionneur. Ce jugement est fondé sur sa propre expérience, ses attitudes, sa conception de la nouvelle et l'image qu'il se fait du goût et des besoins de ses lecteurs.

Certes, la conclusion de cette étude renforce la conviction de White selon laquelle la décision de choisir ou de rejeter une nouvelle, parmi tant d'autres, relève du Rédacteur en Chef. Ce dernier est considéré par l'auteur comme l'unique gatekeeper de l'organe de presse.

Toutefois, cette approche de White souffre d'un réductionnisme préjudiciable. Elle oublie les contraintes structurelles, organisationnelles, politiques, financières et environnementales propres aux entreprises médiatiques et réduit la sélection des informations à un simple jugement de valeur du sélectionneur (Rédacteur en chef). Elle ne prend en compte qu'une

²³⁸ *Ibid.*

²³⁹ Pamela J. Shoemaker and Timp. Vos, Gatekeeping théorie, Routledge, 2009, p1-44.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

seule étape de sélection, celle donc, du Rédacteur en Chef, alors qu'il existe bien d'autres. Cette approche a été complétée par celle d'Abraham Bass.

2-4-3. Le modèle d'Abraham Bass

Dans un article intitulé « Redefining the « GateKeepers» Concept : A UN radio case study-1969 », (redéfinir le concept de gardien : une étude de cas de la radio des Nations-Unies),²⁴⁰, Abraham Bass étudie le mode de circulation des nouvelles, tout en mettant en relief les étapes importantes de sélection des nouvelles dans une entreprise médiatique.

Selon A. Bass, il existe deux niveaux de prise de décision dans la sélection des nouvelles : le niveau de la cueillette et celui du traitement. La vraie sélection, à en croire ce chercheur, se situe au niveau de la cueillette. Il va ainsi à l'encontre de D. White, qui qualifie l'étape de traitement, c'est-à-dire l'intervention du rédacteur en chef, comme le principal centre de décision. Toutefois, le modèle de Bass présente quelques faiblesses, dont la plus importante est la négligence non seulement des contraintes liées aux entreprises d'information, mais aussi la non prise en considération de l'effet de la rétroaction entre les différentes étapes de production et de gestion des informations. Pour combler ces lacunes une autre approche a vu le jour, celle de John Dimmick.

2-4-4. Le modèle de John Dimmick

Celui-ci considère l'entreprise de presse comme un système engagé dans des relations intrants-extrants avec son environnement. Pour lui, le sélectionneur n'est pas une entité isolée, mais un système complexe. Ce système, dit de sélection a un double rôle : repérer les événements dans leur contexte politique, économique, social, culturel, religieux d'une part et les transformer en nouvelles d'autre part. En fait, le modèle de Dimmick apporte une nouveauté dans la théorie de gatekeeping. En effet, l'instance de décision ou de sélection des nouvelles, ce n'est pas le journaliste en tant qu'individu, mais plutôt l'organisation de presse en tant que système. Par la mise en œuvre de critères de sélection, l'organisation opère ainsi un tri dans le flot des événements pour ne retenir que ceux qui sont susceptibles de satisfaire aux exigences de l'édifice systémique. (Cas de la radio et la télévision algérienne).

Tels sont les différents modèles théoriques sur le choix informatif, en communication de masse. Il en existe bien d'autres comme nous l'avons précisé, mais nous avons cité

²⁴⁰Abraham Bass, Redefining the gatekeeper's concept :A UN.Radio case study,journalismQuarterly,1969,p46.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

notamment, cette dernière, car elle résume globalement l'approche gestionnelle de l'information à la radio et à la télévision algérienne.

3. Le réalisme en journalisme

Le réalisme en journalisme occupe une place moins importante que le constructivisme, car plusieurs auteurs surtout contemporains, adhèrent à l'approche constructiviste. Mais avec l'essor des modalités de transmission audiovisuelle, où « le live » domine sur les ondes et les écrans surtout avec chaînes d'information continue, le débat sur le réalisme en journalisme s'impose et commence à faire ses preuves.

Le réalisme tisse une relation étroite avec le positivisme, ce dernier ayant massivement influencé le journalisme : « positivminforms the séparation of facts and values associated with objective journalism, as well as its emphasis on verification and cheking, thus giving journalism the necessary procedues of justification for their claims being true ». ²⁴¹

Dans le cadre du système conceptuel positiviste, la presse est considérée comme un reflet juste du réel.

Pour étayer leur pensée, les positivistes démarrent de la définition simple du journalisme : « Le journalisme est, par définition, une pratique discursive réaliste, portant sur un référant réel, par opposition à d'autres modes d'expressions, comme la littérature ou la peinture, dont les référents sont ou peuvent être fictifs ou imaginaires. ». ²⁴²

À la différence de ces modes d'expression, qui se sont émancipés de l'obligation de représenter fidèlement le réel, le journalisme ne peut, sans cesser d'exister, échapper à cette contrainte essentielle : représenter le réel d'une manière qui donne à tous les acteurs sociaux engagés dans sa production, journalistes, sources d'information, annonceurs et lecteurs la conviction du réel.

Les journalistes selon cette approche, se contenteraient de « recueillir » des faits qui n'ont pas besoin d'eux pour exister. ²⁴³ Loin d'intervenir dans la production des événements dont ils rendent compte, ils ne feraient, en somme, qu'à en prendre acte en les consignants. Il est à noter que cette posture naturaliste joue un rôle éminent dans la définition de la responsabilité morale du journaliste : Elle justifie aux yeux de ceux qui y adhèrent, que les professionnels de

²⁴¹Jesse owenheam-Branaman, Journalism and the philosophy of truth: beyondobjectivity and balance, routledge, 2016, p25.

²⁴² Colette Brin, Jean Charon et Jean de bonville, Nature et transformation du journalisme, théories et recherches empiriques, les presses de l'université de Laval, Canada, 2004, p142.

²⁴³Cyrill Lemieux, Le président élu par les médias ?, regard sociologique sur la présidentielle, les presses des mines, Paris 2010, p 9.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

l'information sachent mettre en sourdine leurs préférences personnelles et idéologiques. Pour se soumettre à une actualité censée leur être totalement extérieure, ne pas émaner d'eux et être capable d'exister sans eux, l'actualité est alors réputée « s'imposer » aux journalistes. Leur devoir professionnel est de la traiter comme elle le demande ou le réclame.

Afin d'éclairer l'approche réaliste en journalisme nous tenons à apporter les visions des théoriciens phare de ce courant, à savoir celles de John. Searle, Gilles Gautier et Tom Wolf

3-1. La réalité sociale de John R. Searle

Searle développe sa thèse selon laquelle il existe bien une réalité totalement indépendante de nous. Autrement dit, il défend l'idée d'un réalisme externe.

La théorie des faits institutionnels de Searle repose sur une distinction entre les faits bruts, indépendants de nous, et les faits institutionnels, qui s'appuient sur des institutions pour exister, et qui sont par conséquent dépendant de nous. En fait, l'utilisation d'une telle classification défend implicitement une position épistémologique dite *réaliste*, selon laquelle il existe une réalité extérieure.

Searle commence par définir les principaux traits de notre vision du monde contemporaine en les analysant au regard de la division qu'il a établie entre objectivité et subjectivité. Elle se fonde sur le réalisme externe à savoir que le monde existe indépendamment des représentations que nous en avons.

Pour étayer sa vision, Searle²⁴⁴ compare la douleur et une montagne. La douleur a besoin de l'humain pour exister, elle est tributaire de celui-ci. Sans l'humain, la douleur n'existerait pas. Elle est subjective à l'homme qui la ressent. Elle est donc ontologiquement subjective. Mais la montagne existerait même sans la présence de l'humain, elle a un mode d'existence indépendant de la perception de l'homme.

De ce fait, le réalisme est une théorie ontologique fondée sur l'idée que la réalité est indépendante de nos représentations.

Il est possible de penser que la théorie philosophique de John R. Searle pourrait être appliquée aux produits journalistiques, c'est-à-dire aux reportages et articles d'information conçus par des journalistes travaillant pour une entreprise de presse. Stéphanie Martin* a réalisé une recherche à partir d'un corpus restreint qui comprend quinze reportages du bulletin de 22

²⁴⁴Gilles Gauthier, « La réalité du journalisme », *Communication* [En ligne], Vol. 23/2 | 2005, mis en ligne le 17 juin 2013, consulté le 09 février 2017. DOI : 10.4000/communication.4120.

*Stéphanie Martin, Journaliste au journal le Soleil (Canada).

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

heures du réseau TVA (du lundi au vendredi) et quinze articles du quotidien d'information générale Le Soleil qui traitaient de la même nouvelle. Le corpus s'étend du 11 au 30 novembre 2002. L'unité de mesure est l'énoncé, c'est-à-dire une phrase ou un morceau de phrase qui contient une idée complète. Pour chaque énoncé, l'analyste a eu à déterminer s'il s'agissait d'un énoncé épistémiquement objectif ou d'un énoncé épistémiquement subjectif. L'exercice permet de montrer que l'objectivité journalistique est mesurable et qu'il est possible de faire des comparaisons entre les nouvelles produites par deux médias différents. La première constatation qu'il importe de faire est que, dans l'ensemble des reportages et articles analysés, la proportion d'énoncés épistémiquement objectifs est très largement supérieure à celle des énoncés épistémiquement subjectifs. Dans plusieurs textes, il n'y a même aucun énoncé subjectif au sens où l'entend Searle. Dans la grande majorité des cas, les énoncés produits par les journalistes, tant à la télévision que dans la presse écrite, sont purement descriptifs.

Deux constats se dégagent de cette démonstration. D'abord, il apparaît que l'objectivité est possible, et même mesurable. Ce concept qui a toujours souffert de nombreuses remises en question peut être en quelque sorte réhabilité si l'on accepte de s'entendre sur une définition à la fois simple et fonctionnelle comme celle proposée par Searle.

L'approche de Searle est très empirique dans le sens où toutes ses données sont applicables sur le terrain, Searle nous apprend que l'objectivité est mesurable, en classant les faits institutionnels et les faits non- institutionnels, approche que nous tentons d'appliquer dans notre recherche.

3-2. L'approche de Gilles Gauthier

Gilles Gauthier, est défenseur farouche du réalisme journalistique ; l'idée que les journalistes construisent la réalité parce que toute réalité est socialement construite lui apparaît comme un danger pour la réflexion sur les responsabilités du journaliste.

Reposant sur les idées phares de Searle en Réalisme, Gauthier démarre son analyse en montrant du doigt les déficiences du constructivisme surtout par rapport à la relation établie entre l'information journalistique et la réalité.

Selon les constructivistes, l'information est inévitablement le résultat de construction et non de simples données de l'observation ; donc si la réalité sociale est construite, l'information l'est aussi.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

Gauthier²⁴⁵ rejette ce mécanisme de transitivité suivant lequel le caractère construit de la réalité sociale serait en quelque sorte transféré à l'information journalistique, or, cette transitivité est totalement absente : « ce n'est pas parce que une entité a pour objet une seconde entité qu'elle eut acquit les propriétés. En particulier, un objet X n'est pas lui-même construit du fait qu'il porte sur un objet Y construit ».

Gauthier qualifie du glissement important les arguments des constructivistes qui conçoivent la réalité sociale comme étant inévitablement le résultat de « constructions ».

Pour Gauthier, le réalisme journalistique repose sur le fait que le journalisme est une activité informationnelle, qui stipule qu'il a pour fonction de transmettre une connaissance d'un certain type, celle relative à l'actualité. Cette proposition implique la reconnaissance de l'existence d'une réalité brute.

Bien que, pour Gauthier²⁴⁶ le journalisme n'est jamais une information pure, mais reste soumis à la production d'affirmations vraies ayant pour objet une réalité brute.

La reconnaissance d'une réalité pré-journalistique brute est donc nécessairement préalable à celle du rapport du journalisme à la vérité. D'un point de vue purement logique, l'énoncé du réalisme relatif à la réalité est donc plus primitif que celui relatif à la vérité. Cependant l'application de ces deux énoncés sur la priorité informationnelle, c'est l'inverse, c'est la production d'assertions vraies en journalisme, laquelle est déductible du postulat de sa fonction d'information.

Gautier stipule que la construction journalistique se fait à partir d'une réalité qui lui est préalable et que parce qu'elle a pour objectif de rapporter la réalité, elle vise la vérité.²⁴⁷ De ce fait, la philosophie constructiviste est sans fondement réel : les implications ontologiques et épistémologiques qu'on tire de l'idée évidente qu'il y a construction en journalisme sont, elles, erronées.²⁴⁸

La vision de Gilles Gauthier est amplement intéressante ; loin d'occulter ou d'estomper le constructivisme en journalisme, il réfute toute fiction dans les informations diffusées par les médias.

À travers notre recherche, nous tâcherons d'esquisser le processus de la fabrication de la nouvelle, du terrain à l'événement jusqu'au studio.

²⁴⁵Gilles Gauthier, *Journalisme et réalité : l'argument constructiviste*, *Communications langages*, n°131, éditions Armand Colin, 2004.

²⁴⁶Gilles Gauthier, *La vérité : visée obligée du journalisme*, n°13, 2004, pp168-169.

²⁴⁷*Ibid.*

²⁴⁸Gilles Gauthier, *Critique du constructivisme en communication*, questions de communications, 2003.

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

3-3. Le réalisme de Tom Wolfe

Une autre approche qui renforce le réalisme en journalisme est celle de Tom Wolfe, Ancien journaliste au « *New York Herald Tribune* », Tom Wolfe édita, en 1973, un ouvrage intitulé « *The New Journalism* » dans lequel il développe l'impact d'un nouveau style d'écriture dans le milieu du journalisme. Ce Nouveau journalisme, en plus de répondre aux cinq w : who, what, when, where, why, utilise les méthodes d'écriture Romanesque. Ainsi, la psychologie des personnages est plus fouillée, les détails sont omniprésents et la ponctuation bien spécifique pour qualifier ou rendre compte de tel ou tel fait. En somme, c'est le réalisme (littéraire) qui guide le nouveau journalisme. « The properties of the new journalism are the inclusion of novelistic details »²⁴⁹Le nouveau journalisme de Wolfe focalise donc sur les expériences personnelles des personnes en vue de les rapprocher des expériences des lecteurs. Ces derniers ont alors l'impression de faire partie intégrante du texte. Dans une entrevue accordée à Christine Ockrent²⁵⁰, pour *Rolling Stone* justement, Tom Wolfe n'hésite pas à dire que le nouveau journalisme a été « l'une des expériences littéraires les plus importantes de quarante dernières années du vingtième siècle aux États-Unis ».²⁵¹

Toutes valeurs confondues, Tom Wolfe s'imagine que les phénomènes de mode sont garants d'une postérité que toute l'histoire littéraire, qu'il a pourtant l'air de connaître assez bien, ne cesse jamais de démentir. Autant, on essaie ici de faire passer un succès commercial pour un succès littéraire, autant on a dès lors intérêt à amalgamer littérature et journalisme,²⁵²Car, à partir du moment où l'on écrit des reportages qui ressemblent à des romans, comment ne pas se prendre pour un romancier. Ce nouveau journalisme, nous pouvons l'appliquer surtout sur les reportages sélectionnés par notre recherche, sachant que cette méthode, de « rapporter le réel » est largement adoptée par les journalistes.

²⁴⁹Marc Regler, *Between fiction and « Greater truth »*, Auflage, 2004, p6.

²⁵⁰Journaliste belge, elle a été la deuxième femme, après Héléne Vida à présenter le journal de 20heures, et entre février 2008 à mai 2011, elle était directrice générale de l'AEF (Audiovisuel extérieur de la France).

²⁵¹Tom Wolfe, *Vanité du journalisme*, compte rendu, Chantal de Grandpré, 1989. <http://id.erudit.org/iderudit/60501>.

²⁵²*Ibid.*

Chapitre IV : Le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme

Conclusion

Le discours relatif à l'information et au journalisme en général s'inscrit dans la logique de deux systèmes conceptuels. Le premier, « constructiviste », s'est développé progressivement, chez les chercheurs. Il préconise que le fait brut n'est pas l'origine du travail journalistique, il en est le résultat. Le second, le « réalisme » repose sur la transmission des faits avec le maximum d'exactitude, d'exhaustivité et d'objectivité.

Concernant notre recherche, nous allons faire appel à ces deux courants, mais en s'appuyant majoritairement sur le constructivisme et ses différentes théories, car la pratique journalistique est considérée parmi les plus complexes, vue la relation confuse qui rentre dans l'édification d'une nouvelle. Quant au réalisme, nous tenterons d'appliquer quelques-unes de ses notions sur les reportages diffusés par les médias concernés par notre recherche.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

La richesse de notre sujet de recherche tient à sa pluridisciplinarité et à l'imbrication du contexte général, où ces médias publics exercent leurs missions et au texte, produit informationnel diffusé pour le public. Cette complexité nous a guidé à avoir recours à l'analyse du discours médiatique.

1. Analyse du discours, une définition interdisciplinaire

L'analyse du discours a des origines diverses car le linguiste n'est pas le seul à s'y intéresser. Elle est interrogée essentiellement par les disciplines, telles que l'anthropologie d'une part, l'information et communication, d'autre part, mais aussi par l'histoire, la sociologie et la psychologie. En effet, loin d'être l'exclusivité des linguistes, l'analyse du discours est, depuis son origine, étudiée et théorisée par de nombreuses disciplines qui prennent en compte l'énoncé et le texte en contexte et en situation de production telles que les historiens, les littéraires, les philosophes mais aussi les linguistes. Dans ce sens, Francine Mazière²⁰⁶ mentionne que cet intérêt important s'explique par le fait que l'analyse du discours « ne sépare l'énoncé ni de sa structure linguistique, ni de ses conditions de production historiques et politiques, ni des interactions subjectives, ni des préconstruits qui contraignent le sens. C'est à l'intérieur de ce programme qu'elle définit ses procédures de lecture ».

Une grande partie des chercheurs qui travaillent dans ce domaine, définissent l'analyse du discours comme l'étude d'un texte selon ses conditions de production. C'est sur ce point que semble être le consensus de la grande partie des analystes du discours, comme le souligne Grawitz :²⁰⁷

« Toutes les recherches conduites en analyse du discours, malgré des divergences, partent du principe que les énoncés ne se présentent pas comme des phrases ou des suites de phrases, mais comme des textes. Or, le texte est un mode d'organisation spécifique qu'il faut étudier comme tel en le rapportant aux conditions dans lesquelles il est produit. Considérer la structuration d'un texte en le rapportant à ses conditions de production, c'est l'envisager comme discours ».

C'est d'ailleurs la définition de Jean-Michel Adam²⁰⁸ qui donne des termes « discours » et

« texte » en formulant le rapport ainsi :

« Discours = texte + conditions de production

²⁰⁶ Francine Mazière, *L'analyse du discours*, presses universitaires de France, 2005, p9.

²⁰⁷ Madeleine Grawitz, *Méthodes des sciences sociales*, Dunod, 1990, p354-634.

²⁰⁸ Jean-Michel Adam in *texte, Contexte et discours en questions*, réponses de Jean Michel Adam, pp1-2.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Texte = discours - conditions de production ».

Selon van Dijk,²⁰⁹ l'analyse du discours est un domaine de recherche interdisciplinaire qui s'est développé à partir d'autres disciplines des humanités et des sciences sociales comme la linguistique, les études littéraires, l'anthropologie, la sémiotique, la sociologie, la psychologie et la communication parlée. Elle a commencé à se développer dans ces disciplines pendant les années 60 et 70, de manière plus ou moins autonome, et elle s'est progressivement transformée en une discipline indépendante d'étude du texte et du discours.

Van Dijk note que l'analyse du discours inclut des traits de la linguistique textuelle, de l'analyse de la narration, de la stylistique et de la rhétorique. De plus, à cause de l'interdisciplinarité de l'analyse du discours, elle s'est intéressée à l'analyse des contextes du discours, c'est-à-dire des procédés cognitifs de production et de réception et des dimensions socioculturelles de l'usage du langage et de la communication.

Pour Georges –Elia Sarfati,²¹⁰ le concept analyse du discours est un sujet à redéfinition :

« La constitution de ce nouveau champ, qui entretient avec la linguistique des rapports complexes toujours sujets à redéfinition, est un mouvement qui suppose, autant qu'il implique, la production d'un objet spécifique ainsi que la mise au point d'un dispositif de notions et de cadres méthodologiques inédits, adéquats à leurs nouveaux objets ».

La pluridisciplinarité du discours se manifeste à travers plusieurs courants d'analyse du discours qui se sont développés en Europe. Nous allons présenter les grandes écoles à l'instar de l'école française, l'école anglo-saxonne et l'école allemande.

1-1. L'école Française

L'analyse du discours en France apparaît dans le champ des sciences du langage, dans les années 1960, lorsqu'on traduit en français l'article de Harris intitulé « analyse du discours ». C'est d'ailleurs Harris qui est l'inventeur du label « analyse du discours ».²¹¹ Pour lui « discourse » désigne des unités de taille supérieure à la phrase.

Ce dernier définit le discours comme une unité transphrastique et indique que son analyse doit prendre en compte la « culture » ou la « situation sociale ». Ces deux postulats renouvellent profondément la façon de concevoir l'étude du langage menée jusque-là. En effet, la

²⁰⁹Teun A. Vandijk, *News as discours*, routledge, New York et London, 1988, p24.

²¹⁰Georges –Elia Sarfati, *Eléments d'analyse du discours*, 2ème édition, Armand Colin, Paris, p 6.

²¹¹Dominique Maingueneau, *Argumentation et analyse du discours*, la revue électronique du groupe ADAAR 15 octobre 2012.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

linguistique est alors structuraliste, l'objet d'analyse dans une perspective saussurienne est la langue (opposée à la parole, dont l'étude est proscrite), qui se révèle dans des unités phrastiques : ce n'est pas le discours qui est analysé, c'est le mot et la phrase. L'analyse du discours présenté par Harris est donc nouvelle et élargit considérablement les frontières de l'analyse. Cependant les cadres théoriques qui existaient alors ne sont pas balayés du jour au lendemain car les deux nouvelles idées ne sont pas appliquées immédiatement : l'analyse transphrastique et la notion de « culture » ne sont pas clairement définies ni précisées la façon de les utiliser dans l'analyse elle-même.²¹²

Les premiers analystes du discours viennent de plusieurs disciplines (linguistique, sociologie, histoire, philosophie, etc.) et ont en commun à s'intéresser aux phénomènes langagiers dans leurs contextes socio-historiques. Si l'analyse du discours entretient avec les sciences du langage un lien très important, elle s'ancre également dans d'autres sciences humaines et sociales, qui traitent elles aussi de discours (la politique, la psychologie, l'anthropologie, etc.). Ainsi, le courant s'inscrit dès ses origines dans la pluridisciplinarité. Ces multiples disciplines partagent tout l'intérêt pour le discours, et la préoccupation du contexte dans lequel il a été produit.

Dès l'origine, il apparaît que l'analyse du discours ne se limite pas à traiter le discours en lui-même mais tout l'environnement qui a fait son existence.

De ce fait le contexte d'un discours correspond à tout ce qui l'entourne. Kerbrat Orecchioni²¹³ distingue deux types de contextes : l'environnement discursif de l'énoncé - cotexte et l'environnement extralinguistique-la situation de communication.

L'environnement discursif de l'énoncé-cotexte : il correspond au discours produit avant (le cotexte amont) et au discours produit après (le texte aval).

L'environnement extralinguistique-la situation de communication, correspond aux éléments externes du discours qui sont directement liés à lui : son auteur ou son destinataire, le moment et le lieu où il est produit, son objectif, l'environnement social et culturel, les savoirs qu'il mobilise, etc. Chacun de ces types de contextes peut être pris en compte de façon plus ou c'est juste moins étendue : on peut s'en tenir au cotexte immédiat et à quelques indices

²¹² Marion Sandré, *Analyser les discours oraux*, Armand Colin, Paris, 2013, p22.

²¹³ Kerbrat Orecchioni, *Discours en interaction*, Armand Colin, Paris, 2009, p17.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

situationnels, ou au contraire inscrire le discours dans un ensemble discursif et situationnel plus large.²¹⁴

1-2. La tendance anglo-saxonne

La tendance anglo-saxonne du discours puise son inspiration dans le pragmatisme américain et dans la philosophie analytique anglaise, notamment dans la théorie des actes du langage.²¹⁵ À la différence des approches énonciatives françaises, le discours renvoie au niveau de l'agir langagier dans une situation de communication donnée.

Ainsi la « discourse analysis » américaine examine les règles qui organisent les interactions et les conversations entre les acteurs. Si les analystes des conversations décrivent la façon dont les partenaires aboutissent à un cadre partagé de la situation, en relayant dans l'interaction discursive, les ethno méthodologues révèlent le savoir implicite gouvernant les interactions quotidiennes.

Vu l'instance sur l'organisation déictique et polyphonique du discours, l'analyse des conversations et l'ethnométhodologie américaine ont contribué fortement à l'évolution de la pragmatique linguistique. Les objets d'investigation peuvent être des rencontres entre des acteurs dans une situation où un conflit doit être négocié.

En Grande -Bretagne, en revanche, c'est la linguistique fonctionnaliste de M-A-K Halliday qui a permis à un grand nombre de linguistes d'analyser les usages du texte au sein de la société. Comme la tendance « anglo-saxonne » se caractérise par un net ancrage dans le matériau empirique, la théorie ancrée, « Grounded theory²¹⁶ », a donné naissance à de nombreuses études appliquées aux problèmes de communication qui surgissent dans des contextes institutionnels différents.

1-3. Tendance Allemande

En Allemagne, l'accent a longtemps été mis sur une théorie de « l'agir communicationnel » de Jurgen Habermas, influencée par les courants pragmatiques anglo-saxons qui visent un modèle des conditions pour la critique de l'autorité et de l'inégalité. D'après Habermas et son

²¹⁴ Idem

²¹⁵ Bonnafous, Malika Temmar, *Analyse du discours et sciences humaines*, Céditec EA université Paris, p113.

²¹⁶ La théorie ancrée (*Grounded theory* pour les anglophones) est une méthode systématique des sciences sociales, notamment l'ethnographie et la sociologie¹, dont la construction d'une théorie repose sur la collecte et l'analyse méthodique des informations.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

école, quand on communique, on ne peut pas ne pas reconnaître certaines règles du discours, telles que l'égalité du partenaire discursif et la « critiquabilité » de chaque argument.²¹⁷

2. Analyse du discours et les sciences de l'information et de la communication

Les recherches traitant les médias de masse, en analyse du discours ont connu un retard remarquable. Vandjik²¹⁸ a expliqué les causes de ce retard par la notoriété de l'analyse de la communication de masse avec une grande quantité à la base de la recherche, sans prendre en compte des aspects linguistiques du discours journalistique. Van Dijk note que l'analyse des textes médiatiques étaient presque ignorés.

Vandjik²¹⁹ mentionne que l'étude des messages des médias de masse est limitée à l'analyse du contenu qui ne traite souvent que des caractéristiques générales des nouvelles. Van Dijk énumère des raisons à ce manque dans la recherche. Il constate que, jusqu'aux années soixante-dix, la linguistique était plutôt concentrée sur la description abstraite des phrases isolées et ne prenait pas en compte des niveaux ou dimensions variés de textes complets. Ainsi, la linguistique n'offrait pas grand-chose à ceux qui étaient intéressés par l'analyse du discours médiatique.

La deuxième raison, est que la recherche sur les médias de masse a émergé principalement des sciences sociales comme les sciences politiques et la sociologie et, qu'à cause de cela, elle se concentre sur les macro-phénomènes comme les institutions, l'audience, les effets et les fonctions des médias dans la société.

Troisièmement, van Dijk note que la nature des questions qui ont été posées dans la recherche de la communication de masse exige l'analyse d'une grande quantité de données médiatiques pour lesquelles il n'y avait que des méthodes plutôt superficielles et quantitatives disponibles.

Auparavant, l'analyse du discours journalistique se concentrait surtout sur l'analyse de contenu qui a été critiquée pour la superficialité de l'étude. Renata Tesch²²⁰ note que l'analyse de contenu a traditionnellement utilisé beaucoup de calculs concernant des mots et des catégories basées sur des noms, des mots-clés, des descriptions et des définitions. Madleine

²¹⁷ *Idem*, p115.

²¹⁸ Teun. Vandjik, *Discourse and communication. New approaches to the analysis of mass media discourse*, AcademiePress, New York, 1985 p 10.

²¹⁹ *Idem*, p 87.

²²⁰ Renata Tesch, *Qualitatives search: analysis types and software tools*, Routledge, London and New York, 2013, pp79-80.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Grawitz²²¹ pense que les frontières entre les deux techniques sont loin d'être précises. Elle explique que même l'analyse de contenu peut être utilisée de façon beaucoup plus large. Tesch précise que parfois l'analyse de contenu peut être utile.

Restons dans le même contexte, Jean de Bonville²²² souligne que : « l'analyse de contenu ne possède pas de contenu exclusif, mais consiste plutôt en un ensemble de procédures empruntées à d'autres disciplines ou techniques. À la linguistique ou, plus précisément à la sémantique, l'analyse de contenu emprunte son objet ; de la statistique, elle tire ses procédures de sondage et de traitement des données, et des sciences humaines et sociales, etc. »

L'objectif de l'analyse du contenu est de dégager les sujets et les thèmes majeurs diffusés dans les messages médiatiques à partir de la quantification d'items, d'occurrences de certains mots ou famille de mots à la fois préalable et résultat, le thème est une notion centrale dans cette démarche quantitative. Dégagés en présence ou en absence, les thématiques sont ramenées à des ordres de grandeurs. D'autres éléments peuvent être opérés (rapport entre occurrences et type de publication ou occurrences et type d'article), ce qui amène des éléments plus qualitatifs.

Pour Grawitz²²³ L'apport de l'analyse de contenu est de pouvoir dégager de grandes tendances, mais l'interprétation des résultats peut poser problème dès lors qu'on oublie le principe de précaution. Grawitz avance un exemple, que dans le cadre d'une comparaison internationale, interpréter la sur-représentation d'un sujet d'information dans un journal par un lien de cause à effet paraît quelque peu réducteur. Et si l'analyse de contenu a l'avantage d'objectiver des données textuelles en systématisant leur approche, elle présente aussi l'inconvénient de postuler que le langage soit transparent, univoque, et fonctionnel.

Dans l'analyse du discours, ce dernier est un objet d'étude, mais il est aussi un concept, et c'est bien là que réside le point de rupture avec l'analyse de contenu. Selon Émile Benveniste,²²⁴ le concept de « discours » implique deux composants qui sont l'énoncé et l'énonciation. L'énoncé correspond à « l'histoire racontée », à ce qui est dit, alors que l'énonciation correspond à la manière de raconter l'histoire (le récit), à la façon de dire. Énoncé et énonciation entretiennent une relation de présupposition réciproque : pas d'énoncé

²²¹Madleine Grawitz, *Méthode des sciences sociales. Op.cit.*, pp 634-635.

²²²Jean de Bonville, *L'analyse de contenu des médias : De la problématique au traitement statistique*, De Boeck, Paris, p6.

²²³Madleine Grawitz, *Méthodes et sciences sociales. Op.cit.*, p212.

²²⁴Émile Benveniste, In *Texte, contexte et discours en questions*, réponses de Jean Michel Adam, *Pratiques*, n°129-130, juin 2006, pp 21-34.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

sans énonciation et vice -versa. L'énonciation est aussi définie comme l'acte d'énoncer, acte qui installe un énonciateur (celui qui parle) et un énonciataire (celui à qui est adressée la parole.) Partant de là, l'analyse de discours travaille sur le rapport entre énoncé et énonciation, et sur la construction des figures du discours : les actants de l'énoncé et les actants de l'énonciation. Dans le cas du discours journalistique par exemple, il s'agit d'analyser ce que raconte le journal, mais il s'agit aussi d'analyser comment sont positionnés ceux qui l'écrivent et ceux qui le lisent, en travaillant sur les dispositifs énonciatifs, les mises en scène de l'information²²⁵.

2-1. L'analyse du discours médiatique selon Patrick Charaudeau

Patrick Charaudeau²²⁶ a présenté comme base d'analyse un modèle du discours qui s'applique à tout acte de communication langagière. Tout acte de communication est un objet d'échange entre deux instances, l'une d'énonciation, l'autre de réception, dont le sens dépend de la relation d'intentionnalité qui s'instaure entre celles-ci. Cela détermine trois lieux de pertinences : celui dans lequel se trouve l'instance d'énonciation qu'il appelle lieu des conditions de production, celui dans lequel se trouve l'instance de réception qu'il appelle lieu des conditions d'interprétation, celui dans lequel se trouve le texte comme produit fini qu'il appelle lieu de construction du discours.

S'agissant de la machine médiatique, l'instance d'énonciation est représentée par le producteur d'information, et le texte par le produit médiatique lui-même.

Le lieu des conditions de production se compose de deux espaces : on qualifiera l'un d'« externe-externe » et l'autre d'« externe-interne ». Le premier de ces deux espaces, comprend les conditions socio-économiques de la machine médiatique en tant qu'une entreprise dont l'organisation est régie par un certain nombre de pratiques plus au moins institutionnalisées et dont les acteurs possèdent des statuts et des fonctions en relation avec ces pratiques. Mais en même temps, les acteurs de cette entreprise ont besoin de penser et de justifier leurs pratiques en produisant ainsi des discours de représentation qui circonscrivent une intentionnalité dont la visée est liée à des « effets économiques ». C'est ici que se jouent la hiérarchisation du mode du travail de chaque organe médiatique, ses modes de financement et de recrutement, ses choix de programmation.

²²⁵ Idem.

²²⁶ Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique. *Op.cit.*, p 15-22.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Le second espace, l'externe-interne, comprend les conditions sémiologiques de la production, celles qui président à la réalisation même du produit médiatique. Cet espace constitue un lieu de pratique.

Dans cet espace, les conditions de production relèvent d'une problématique d'ordre socio-économique. Celle-ci consiste en l'étude des moyens de mettre les produits d'information à la portée de plus grand nombre possible et de déclencher chez ce dernier un acte d'appropriation (de consommation).

Le lieu des conditions de réception : Charaudeau partage ce lieu en deux espaces, interne-externe et externe-externe.

Dans le premier, se trouve le destinataire idéal, celui qu'en communication, on appelle la cible, qui est imaginée par l'instance médiatique comme susceptible de percevoir les effets qu'elle vise. Dans le second se trouve le récepteur réel, le public, l'instance de consommation de l'information médiatique qui interprète les messages qui lui sont adressés selon ses propres conditions d'interprétation.

Ces instances sont liées par un contrat de communication :

2-2. Contrat de communication

Le terme de contrat de communication est employé souvent dans la recherche linguistique et sémiotique par des linguistes, sémioticiens et analystes du discours pour désigner le fait qu'un acte de communication se fait en suivant les règles de la communication. C'est la condition pour que les partenaires d'un acte de langage se comprennent et puissent interagir en co-construisant. C'est le but essentiel de tout acte de communication. Ce type de contrat suppose l'existence de deux sujets parlant en relation d'intersubjectivité.

Dans cette perspective, Eliseo Veron,²²⁷ dans ses études consacrées à la presse écrite, s'est intéressé aux liens unissant les sphères productrices et réceptrices et aux « conditions et déterminants de la lecture d'un support de presse ». La relation entre les deux instances repose sur ce qu'il dénomme le « contrat de lecture ». Celui-ci se présente comme un dispositif d'énonciation, qui diffère selon les organes de presse, où est mise en forme la relation de lecture que propose le producteur du discours, en l'occurrence l'éditeur et l'équipe

²²⁷Eliseo Veron, « Quand lire c'est faire : l'énonciation dans le discours de la presse écrite », Sémiotique II, IREP, 1984, p30.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

réactionnelle, à ses lecteurs. Le contenu compte, mais la façon de dire prime pour ce qui est une relation particulière, si possible durable, un lien affectif ou privilégié avec le lecteur.

Veron part du principe que la presse écrite fonctionne dans un univers de concurrence très serrée, constat particulièrement avéré dans le cas des magazines féminins haut de gamme, son premier terrain d'étude. Selon l'auteur, ni l'analyse de contenu, ni l'étude sociodémographique du lectorat ne peuvent expliquer les différents positionnements de ces magazines qui ciblent les mêmes lectrices et proposent les mêmes contenus. Ce sont les variations énonciatives qui constituent ce qu'il appelle les différents contrats de lecture.

L'énonciation éditoriale construit à la fois l'image de celui qui parle (la place qu'il s'attribue, la relation à ce qu'il dit), l'image de celui à qui le discours est adressé (le public), et la relation entre l'énonciateur et l'énonciataire qui est proposée dans et par le discours. Les différents modes d'adresse au lecteur (empathie, mise à distance, ton ludique, etc.) créent un effet de relation interpersonnelle entre le magazine et la lectrice.

Ce contrat de communication a été abordé par Paddy Scannel²²⁸ dans son livre « média and communication » sous l'angle d'intentionnalité communicative à l'échelle de la communication médiatique. Scannel part d'une interrogation en apparence naïve : comment se fait-il que les produits médiatiques soient perçus comme ce qu'ils prétendent être ? Scannel avance que pour que les émissions de radio et de télévision soient si ordinairement intelligibles, il faut supposer qu'elles sont organisées - dans tous leurs aspects et jusqu'aux moindres détails - de manière à produire cet effet - celui, grosso modo, d'apparaître ordinaires - suivant des modalités qu'absolument tout le monde peut, en principe et en pratique, saisir.

C'est cela que Scannel rattache à la notion d'intentionnalité communicative : le fait que tout acte social est réalisé dans le but d'être reconnu comme tel. Les productions médiatiques n'ont alors aucune raison de faire exception à cette règle, et peuvent être étudiées de la même façon que le reste de la vie sociale, en se demandant cependant s'il existe des spécificités propres aux conditions dans lesquelles cette communication prend place. Pour Scannel, l'intention n'est pas ce que les personnes ont en tête individuellement, mais, ce que les participants partagent au titre de condition préalable à toute forme d'interaction sociale y compris celles que les émissions de radio et de télévision représentent.

²²⁸ Paddy Scannel, *Média and communications*, sage publications, 2007, p132.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Mais persuader l'autre n'est pas toujours suffisant. Il faut parfois le séduire, le captiver. Ce terme de « captation » doit être entendu dans un sens large et non- péjoratif. Il s'agit de l'attitude qui consiste à toucher l'affect de son interlocuteur, à provoquer chez lui un certain état émotionnel qui soit favorable à la visée d'influence du sujet parlant, bref à le séduire, à le rendre captif.

Patrick Charaudeau²²⁹ distingue entre le contrat de communication médiatique et le contrat d'énonciation journalistique. Le premier renvoie aux caractéristiques du dispositif impliquant une instance de production médiatique et une instance de réception-public, reliées par une visée d'information, qu'on appelle la "machine médiatique. Le second correspond à la façon dont l'énonciateur journaliste met en scène le discours d'information à l'adresse d'un destinataire imposé en partie par le dispositif et en plus imaginé et construit par lui.

Pour arriver à cette conclusion Charaudeau²³⁰ explique tout d'abord le dispositif de l'information médiatique en l'occurrence :

Une instance de production composite comprenant divers acteurs :(journalistes, rédacteurs en chef, direction de l'organe d'information, etc.), ayant chacun des rôles bien déterminés, ce qui rend difficile l'attribution de la responsabilité des propos tenus. Cette instance se définit globalement à travers cinq types de rôles qui englobent tous les autres :

De chercheur d'informations, ce qui la conduit à s'organiser pour aller aux sources de ces informations (réseau avec les agences de presse, correspondants de terrain, envoyés spéciaux, etc.).

De pourvoyeur d'informations, ce qui l'amène à sélectionner l'ensemble des informations recueillies en fonction d'un certain nombre de critères.

De transmetteur d'informations, ce qui la conduit à mettre en scène les informations sélectionnées en fonction d'un certain nombre de visées d'effet, et en jouant sur des manières de décrire et de raconter.

De commentateur de ces informations, ce qui l'amène à produire un discours explicatif tentant d'établir des relations de cause à effet entre les événements (ou les déclarations)

²²⁹Charaudeau Patrick. Une éthique du discours médiatique est-elle possible ? Cadernos de Letras da UFF – Dossiê : Linguagem, usos e ensino n° 43,2011, p27.

²³⁰Patrick Charaudeau, Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours. *Op.cit.*, p126.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

rapportés ; enfin, de provocateur de débats destinés à confronter les points de vue de différents acteurs sociaux.

Ce dispositif informationnel est composé aussi d'une instance de réception, elle aussi composite, mais sans détermination de rôles spécifiques, ce qui la rend plus floue. Elle est difficile à saisir, ce qui n'empêche pas l'instance médiatique de tenter de la cerner à grands coups de sondages et d'enquêtes. Dès lors, l'instance-cible devient une construction imaginée à partir des résultats de ces sondages, mais surtout à partir d'hypothèses sur ce que sont les capacités de compréhension du public visé (cible intellectuelle), ses intérêts et ses désirs (cible affective).

Quant à la finalité de ce contrat, Charaudeau le lie à une double logique de crédibilité et de captation.²³¹ La visée de crédibilité relève d'une logique symbolique, celle de la démocratie. Dans cette logique, les médias contribuent à faire en sorte que le public soit informé. Finalité symbolique de transmission d'informations au nom de valeurs démocratiques : finalité pragmatique de conquête du plus grand nombre de lecteurs, d'auditeurs, de téléspectateurs, puisque l'organe d'information est soumis à la concurrence et ne peut vivre qu'à la condition de vendre ou d'enregistrer des recettes publicitaires. La finalité éthique oblige l'instance de production à traiter l'information, à rapporter et commenter les événements de la façon la plus crédible possible. Elle se trouve surdéterminée par un enjeu de crédibilité. La finalité commerciale oblige l'instance médiatique à traiter l'information de façon à capter le plus grand nombre de récepteurs possible : elle se trouve surdéterminée par un enjeu de captation.²³²

Concernant notre recherche qui porte sur les médias publics audiovisuels en Algérie, nous tenterons d'appliquer en grande partie la méthode de Patrick Charaudeau dans l'analyse des médias, une méthode reprise par plusieurs chercheurs, surtout celle concernant la télévision. Mais au préalable, nous tenons à éclairer trois points essentiels.

Le premier point concerne le contexte général des médias de notre recherche, il n'est pas le même pour les médias français sur lesquels Charaudeau a appliqué son analyse. Les médias français exercent dans un climat de concurrence afin d'avoir plus de captation et de publicité pour survivre. Par contre les médias publics algériens sont subventionnés majoritairement par l'État.

²³¹Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique, construction du miroir social*, NATAN, 1997, p80.

²³²*Idem*, p67-80.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Le deuxième point concerne la qualité des médias, Charaudeau a focalisé son analyse surtout sur les chaînes de télévisions d'informations contenues ; par contre notre analyse concerne deux médias généralistes.

Le troisième point concerne la notion du contrat, cette notion contenue dans les médias publics en Algérie ; bien évidemment comme cela a été expliqué par Patrick Charaudeau, ces médias sont composés d'une instance de production de l'information concernant tous les éléments qui préparent la matière informationnelle, et l'instance de réception qu'est le public à qui l'information est destinée. Les attentes de ce public ne peuvent être connues par l'instance de production sans la réalisation des sondages, c'est pour cela que cette instance reste dans l'imaginaire.

Quant à la finalité de ce contrat tacite, elle consiste à jouer l'équilibre plutôt entre la crédibilité de l'information, d'une part, en tentant d'assurer le service public assigné aux médias publics et d'autre part le respect de la ligne éditoriale de ces médias qui privilégient l'information officielle. La visée de captation ne peut s'appliquer à ces médias subventionnés par l'État.

Compte tenu de cet éclairage, il est tout à fait évident d'adapter notre recherche au contexte algérien et tenter de dégager une grille d'analyse adéquate.

3-Présentation du corpus

Notre recherche s'articula autour du choix d'un échantillon d'informations des médias publics en Algérie, à savoir le journal de dix-neuf heures de Canal Algérie « la Télévision nationale » et le journal de dix-neuf heures de la Chaîne 3 (Radio algérienne). Notre choix s'est focalisé sur cette édition, car elle est considérée comme l'édition complète de la journée.

Concernant notre choix de ces médias, il est motivé surtout par leur expression linguistique (la langue française) afin de reprendre le discours avec objectivité sans recourir à la traduction qui impose des règles de fidélité et donc des aléas.

Tout d'abord, le recueil des données de cette recherche s'est déroulé comme suit :

La première étape : l'enregistrement des éditions.

La contrainte majeure consiste dans l'enregistrement de ces éditions qui sont diffusées simultanément.

Tout au début de cette recherche, nous avons choisi comme corpus les éditions de l'année 2015. Et dans le but d'avoir des copies des éditions de ladite année, nous nous sommes

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

rapprochés les directions de la Radio nationale et de la Télévision, mais nous étions confrontés à un refus catégorique. Néanmoins, nous étions autorisés de visionner les éditions de Canal Algérie à l'intérieur de l'établissement.

Ayant pris conscience de l'inefficacité de cette manière de travailler, nous avons opté pour le changement de l'année de constitution de corpus (2016), afin d'enregistrer les éditions nous-mêmes.

Concernant les éditions de la Chaîne 3, vu notre relation de proximité avec la Radio nationale, nous avons pu les récupérer auprès des services techniques de la Radio.

Quant aux éditions de Canal Algérie, tout d'abord, nous étions confrontés aux problèmes techniques ayant trait au matériel adopté (déma) à ce genre d'enregistrement.

Deuxièmement, nous étions dans l'obligation d'enregistrer toutes les éditions de l'année 2016, étant donné que notre échantillonnage n'était pas fixé dès le début.

En troisième lieu, nous avons été obligés d'être sur les lieux d'enregistrement à dix-neuf heures tout au long de l'année. À défaut, nous avons donc délégué d'autres personnes pour accomplir ce travail.

Dans ce contexte, nous nous demandons pourquoi la direction de la télévision nationale ne facilite pas la tâche aux chercheurs en leur mettant à leur disposition les éditions et les émissions déjà diffusées. À notre avis l'interdiction de faire sortir des exemplaires des éditions ou des émissions du l'établissement n'a aucun sens du moment que ces produits sont déjà diffusés.

3-1. Constitution du corpus

Nous y avons procédé de la manière suivante :

Nous avons choisi le premier mois de chaque trimestre, ce qui nous a donné 4 mois, à savoir janvier, avril, septembre et décembre. Nous avons évité la période estivale (juillet et août), cette période est connue par la légèreté de l'information et le départ massif des journalistes en congé.

Une période de quatre mois, soit 120 éditions pour chaque chaîne, une totalité de 240 éditions pour les deux médias.

Dans le but d'avoir un échantillonnage représentatif et en même temps plus restreint, nous avons procédé à la méthode des périodes construites, à base des semaines, comme il est

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

expliqué par Jean De Bonville²³³ : « L'analyste échantillonne au hasard un nombre de semaines correspondant au nombre de jours que doit comporter l'échantillon ».

Nous avons construit un mois de quatre semaines. Chaque semaine est composée de 7 jours choisis d'une manière aléatoire dans le mois. Notre échantillonnage est composé donc de 28 jours.

La première semaine choisie d'une manière aléatoire du mois de janvier

La deuxième semaine choisie d'une manière aléatoire du mois d'avril

La troisième semaine choisie d'une manière aléatoire du mois de septembre

La quatrième semaine choisie d'une manière aléatoire du mois de décembre.

En appliquant cette méthode, à notre sens, nous aurons une représentation de l'année 2016.

Les résultats sont comme suit :

1. Tableau n°2 : échantillonnage de l'étude

Mois	Jours						
Janvier	2	4	6	9	10	16	24
Avril	2	4	5	7	16	19	21
Septembre	6	7	9	10	15	21	27
Décembre	5	11	17	20	22	27	31

²³³ Jean de Bonville, L'analyse de contenu des médias, de la problématique au traitement statistique, DeBeck, 200, P104.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Une fois, l'échantillonnage pré- défini, nous sommes passés à la transcription des éditions.

3-1-1.La transcription des éditions

Afin d'effectuer notre analyse du discours, nous avons procédé à la transcription de toutes les éditions. Il est vrai que cette tâche est pénible, étant donné que la transcription d'une édition complète prend au minimum quatre heures de temps, mais nous avons pris le soin d'effectuer ce travail nous-mêmes afin de mentionner en même temps, les points à retenir dans l'analyse.

3-1-2. Élaboration d'une grille d'analyse

Pour répondre à notre problématique, nous avons opté pour la méthode de l'analyse du discours médiatique.

Tout d'abord, nous avons tracé une grille d'analyse du discours, dégagée après plusieurs lectures des ouvrages- mères conçus par les maîtres de l'analyse du discours médiatique, à l'instar de Patrick Charaudeau, président du centre de l'analyse de discours en France, Dominique Mainguenu, auteur de plusieurs ouvrages sur le discours, Guy Lochard, François Jost, Arnaud Mercier, Vandjik et d'autres. Nous tenons à signaler que notre approche d'analyse est inspirée en grande partie des travaux de Patrick Charaudeau portant sur le discours d'information des médias.

Nous avons essayé de dégager une grille qui répond à notre problématique, à savoir le respect des notions du service public et de l'éthique de l'information dans le traitement des nouvelles des deux stations. Malgré la spécificité de chaque média, la télévision et la radio, nous sommes arrivés à élaborer une seule grille d'analyse en prenant compte l'image comme spécificité télévisuelle.

La grille suivante consiste à analyser plusieurs axes dans le traitement de l'information médiatique :

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Tableau n°3 : Grille d'analyse du discours d'information de Canal Algérie et de la Chaîne 3.

1-Le contexte	1-Le contexte politique 2-Le contexte sécuritaire 3-L'état des droits de l'homme 4-le contexte économique 5-Le contexte social 6-Le contexte international
2-La fabrication du journal	1-La conférence de la rédaction 2-La hiérarchisation des sujets 3-Les titres 4-La présentation
3-Les rubriques des éditions	1-L'information politique 2-L'information économique 3-L'information sociale 4-L'information sportive 5-L'information internationale 6-L'information régionale 7-La météo
4-les sources de l'information	1-Sources institutionnelle 2-Agences de presse 3-Reporter (terrain).
5-Les modes discursifs	1-Compte-Rendus 2-Brèves 3-Interview 4-Reportage 5-Analyse
6-Les intervenants dans les éditions	1-Hommes d'Etat et du gouvernement 2-Institutions 3-Acteurs sociaux 4-Experts 5-Société civile et citoyens
7-Les dérives de l'information médiatique	1-Les sources 2-Les agences de presse 3-Le trop-dit 4-Le non-dit 5-Le mal-dit -La langue -Les chiffres -Les images et experts
8-Les contraintes de l'information	1-Contraintes liées aux cahiers des charges 2-Les contraintes de positionnement 3-Contrainte du genre 4-Contraintes organisationnelles 5-Contrainte liée à la censure et l'autocensure 6-La doxa, 7-La traduction et le doublage 8-Interview par téléphone, 9-Contraintes temporelles.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

3-2. Les entretiens

Dans le but d'étayer notre recherche, nous avons organisé des entretiens avec les directeurs de l'information des deux médias à savoir Canal Algérie et la Chaîne 3. Nous avons interviewé également quelques journalistes de ces deux médias.

3-2-1. Entretien direct

Ces entretiens concernent surtout les responsables de l'information de Canal Algérie et la Chaîne 3 qui se sont focalisés surtout sur le traitement de l'information et les contraintes qui pèsent sur le déroulement de la pratique journalistique.

Les propos de ces responsables nous ont servis grandement dans notre analyse.

Nous avons réalisé aussi des entretiens libres avec les journalistes de ces deux médias dans l'exercice de leur métier, vu la possibilité que nous possédons en tant que journaliste à la radio algérienne, d'accéder au sein des rédactions de ces deux médias.

3-2-2. Interview par questionnaire

Pour étayer notre recherche, nous avons élaboré un questionnaire ciblé, qui a visé 20 professionnels et spécialistes des médias, surtout les journalistes de la radio et la télévision. Notre critère dans le choix de ces journalistes et professionnels est motivé par trois facteurs. Tout d'abord, nous avons misé sur la diversité des médias, de manière à obtenir différentes visions sur les questions posées.

En deuxième lieu, nous avons ciblé les professionnels qui ont cumulé plus d'années d'expériences au sein de leurs établissements. Une manière de transmettre leurs visions sur les interrogations posées. En dernier lieu, nous avons choisi les professionnels et spécialistes qui ont accepté d'apporter un plus en citant leurs noms dans cette recherche en lui offrant plus de crédibilité.

Nous leur avons adressé treize questions, les réponses seront des témoignages et appuis pour notre analyse. (**Modèle de questions et réponses, voir annexe n°7**).

Voici la liste des journalistes et spécialistes des médias :

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Tableau n° 4: liste des journalistes et spécialistes des médias

Nom et Prénom	Profession	Organe	Expérience
Ahfir Mouloud	Journaliste (chef d'édition)	ENRS	27 ans
Ait Athmane Mabrouk	journaliste	Radio Soummam	15 ans
Ait Oufla Mourad	Journaliste	Freelance	25 ans
Baali Hamou	Journaliste	EPTV	26 ans
Bariza Berezag	Rédactrice en chef	ENRS	30 ans
Boukhlef Ali	Rédacteur en chef adjoint	El Watan	16 ans
Chaib Rahmoune	Journaliste/grand reporter	EPTV	20 ans
Djelmda Bariza	Journaliste	EPTV	15ans
El Kenz Saad	Directeur d'étude	présidence de la République	46ans
Ferhati Madjid	Directeur de l'information	ENRS	29 ans
Hamzaoui Hakim	Enseignant	ENSJSI	14 ans
Helis Rabah	Journaliste/Commentateur	ENRS	29 ans
Kahili Nacera	journaliste	EPTV(A3)	14 ans
Maafa Djamel	Directeur	Synergie média	27 ans
Merad Assia	Rédactrice en chef	EPTV	16 ans
Mostefaoui Belkacem	Professeur des universités	ENSJSI(Alger)	30 ans
Nouali Narimane	journaliste	ENRS	16 ans
Selmane Walid	Chef de rubrique	ENRS	20 ans
Sissani Toufik	Journaliste	Tassili TV	16 ans
Smail Yazid	Animateur principal	ENRS	26 ans

Ce questionnaire semi - directif est composé de quatre axes fondamentaux :

- 1-La perception du service public
- 2-Ethique et déontologie de l'information
- 3-Les contraintes du discours médiatique
- 4-Propositions et recommandations

Les réponses aux questions seront un appui incontestable pour notre analyse.

Étant donné la complexité des rapports entre domaine de sens et celui de sa configuration, l'analyse discursive des médias est surtout d'ordre qualitatif.²³⁴ Mais, pour y accéder nous devons décrypter notre corpus avec des données statistiques, sur lesquelles notre analyse du discours sera fondée. Pour cela, nous avons procédé, selon des critères d'ordre quantitatif et qualitatif.

²³⁴ Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, *Op.cit.*, p161.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

En ce qui concerne le quantitatif, la répartition consiste à cumuler l'information à l'intérieur d'une certaine unité temporelle, le temps d'antenne qui lui est consacrée.

Qualitativement, la répartition consiste à structurer la nouvelle elle-même selon des critères thématiques et discursifs.

Dans la mesure où l'on définit la nouvelle comme couvrant un vaste espace thématique, on dira qu'elle s'institue en « macro- thème ». Mais celui-ci peut être redécomposé en différents sous- thèmes.²³⁵

3.3. L'observation participante

Notre proximité professionnelle avec les médias de notre recherche, en tant que journaliste au sein de la radio nationale, nous a permis de comprendre mieux la gestion de l'information au niveau de la Chaîne 3 et de Canal Algérie.

3-4. La méthode comparative : nous allons tenter d'élucider les ressemblances et les dissimilitudes des deux médias en appliquant les différents points de notre grille d'analyse.

4. Contexte spatial et temporel de la recherche

Avant d'analyser les résultats de notre étude, nous devons expliquer le contexte politique, économique, social et international de l'Algérie pendant l'année de notre recherche (2016), car nous ne pouvons pas comprendre le discours de ces médias hors du contexte dans lequel ils exercent.

Le contexte joue un rôle essentiel dans l'élaboration du discours. Au sens linguistique présent dans le texte, le contexte ajoute d'autres significations, ouvrant ainsi la voie à une multitude de lectures, selon le point de vue du récepteur.

Madeleine Grawitz²³⁶explique que le contexte d'un discours correspond à tout ce qui l'environne. Elle insiste sur l'environnement extralinguistique, la situation de communication qui correspond aux éléments externes au discours qui sont directement liés à lui : son auteur ou son destinataire, le moment et le lieu où il est produit, son objectif, l'environnement social et culturel, les savoirs qu'ils mobilisent.

²³⁵*Idem.* p162.

²³⁶Kerbrat Orecchionni, *Discours en interaction*, Armond Colin, Paris, 2009, p17.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

La prise en compte du contexte pour l'analyse du discours médiatique apparaît ainsi fondamentale. Pour Patrick Charaudeau,²³⁷il convient de soumettre la question de l'influence du discours à l'analyse précise des conditions de production et des effets visés.

Le texte et le contexte sont liés par une relation étroite et profonde, c'est ce que montrent les travaux menés par Jean-Michel Adam²³⁸qui établit l'équation « Texte + Contexte =Discours ».

Compte tenu de l'importance du contexte dans l'élaboration du discours, l'école de l'analyse critique du discours (Critical Discourse Analysis ou CDA)²³⁹ l'a bien constaté lorsqu'elle dévoile l'importance du contexte dans l'analyse du texte, consignant ses différentes modalités et en faisant un domaine de théorisation à part entière.

C'est à l'aune de ces exemples que nous allons prendre compte du contexte dans l'analyse du discours de Canal Algérie et de la Chaîne 3, pendant l'année 2016.

4-1. Le contexte politique

Sur le volet politique, cette année, est considérée comme la deuxième année du quatrième mandat de président Abdelaziz Bouteflika, (2014-2019). Celui-ci était victime d'un accident vasculaire cérébral depuis 2013 et continue à gérer le pays avec ce handicap.

Cette année est marquée aussi par la dissolution du département du renseignement de la sécurité(DRS) en janvier 2016, pour être remplacé par la Direction des services de sécurité, directement rattachée à la présidence. Ceci, après la mise en retraite du général Mohamed Médiène dit « Toufik » de (DRS), en septembre 2015.

Cette année est marquée également par l'adoption de la nouvelle Constitution qui était attendue depuis 2011, année durant laquelle le président de la République, Abdelaziz Bouteflika, avait annoncé son intention d'introduire des réformes politiques.

Le chef de l'Etat a révélé ses projets de réforme, qui incluaient des amendements à la Constitution ainsi que la révision du cadre législatif relatif aux élections, aux partis politiques, aux associations et à la participation des femmes dans la vie publique et les médias.

²³⁷Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, *Op.cit.*, p17.

²³⁸Guy Lochard-Bayle, Textes, discours et co(n) textes, entretien avec Jean-Michel Adam, pratiques,n°129,130, 2006, pp 20-49.

²³⁹Teun van Dijk, Discourse and power, Palgrave, Macmillan, 2009, p239.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Il a également annoncé la mise en place d'une Commission nationale de consultation sur les réformes politiques, dont le travail consistait à recueillir les vues et suggestions de différentes forces et figures politiques sur les réformes proposées et à faire des propositions au président. En un mois, la Commission a consulté plus de 200 partis politiques, personnalités, syndicalistes, et organisations de la société civile. Les partis politiques qui font partie de l'alliance présidentielle ont tous appuyé l'initiative.

La quasi-totalité de ceux qui ont pris part à ces consultations ont souligné la nécessité de réviser la Constitution, un processus considéré comme un « prélude à plus de démocratie et de liberté ».²⁴⁰

La nécessité de limiter l'exercice de la fonction présidentielle à deux mandats et de promouvoir l'alternance du pouvoir a également été avancée par beaucoup de participants.

Deux points sont à retenir : d'abord la limitation à deux mandats présidentiels. Cet article avait été abrogé lors de la dernière réforme constitutionnelle de 2008 pour permettre à Abdelaziz Bouteflika de se présenter une troisième, puis une quatrième fois aux présidentielles.

À la suite des consultations de juin 2014 menées sous l'égide de M. Ahmed Ouyahia, mais rejetées par les partis d'opposition, la réforme constitutionnelle portée par le gouvernement de M. Abdelmalek Sellal a été validée par le Parlement le 7 février 2016.

Le second point est l'interdiction faite désormais aux binationaux d'accéder à certaines hautes fonctions au sommet de l'État, dont celui de gouverneur de la Banque centrale, de directeur général de la Sûreté nationale, de président de la Cour suprême.

Sur ce point, Lehouari Addi²⁴¹ explique que l'opinion publique algérienne est très critique sur la corruption des dirigeants. Cette mesure contre les binationaux permet donc au régime de montrer qu'il est ainsi nationaliste et patriote.

Cette révision constitutionnelle marque certaines avancées dont la reconnaissance de tamazight comme langue officielle, mais en général n'a pas rassuré l'opinion publique algérienne plus préoccupée par l'amélioration des conditions de vie²⁴²

²⁴⁰Abdelmadjid Ramdan, Opacité du champ audiovisuel en Algérie : liberté avec limitations, janvier 2016.

²⁴¹Lehouari Addi, révision constitutionnelle-Algérie- : "Une façon de constitutionnaliser l'autoritarisme, Hassina Mechai, publié le 8/2/2016, http://afrique.lepoint.fr/actualites/revision-constitutionnelle-algerie-lahouari-addi-une-facon-de-constitutionnaliser-l-autoritarisme-08-02-2016-2016300_2365.php.

²⁴²Cherif Driss, « Algérie 2016 : Révision constitutionnelle sur fond de normalisation de l'impunité », *L'Année du Maghreb* [En ligne], 17 | 2017, mis en ligne le 13 novembre 2017, consulté le 20 février 2018. URL :

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

La scène politique, est animée pendant cette période par une soixantaine de partis politiques, de tendances diverses selon lesquelles ils sont devisés en trois blocs²⁴³ :

Les partis du pouvoir représentés par le Front de libération Nationale(FLN) et le Rassemblement National et Démocratique (RND).

Les partis proches du pouvoir sont les partis qui appuient le programme de l'Etat et généralement forment des alliances à la veille des échéances électorales à l'instar de Rassemblement de l'Espoir de l'Algérie(TAJ) et du Mouvement Populaire Algérien(MPA).

Et les partis d'opposition qui sont les partis qui revendiquent une nouvelle tendance politique à l'instar du Mouvement de la Renaissance Islamique(NAHDA) et le Front des forces Socialistes(FFS).

Quant au sociologue Lahouari Adi, ²⁴⁴il choisit un autre critère dans la classification des partis :

Les partis de l'administration : FLN et RND

Les partis islamistes : Mouvement pour la société et la paix(MSP), et mouvement national pour la renaissance(MNR)

Les partis non islamistes : FFS, Rassemblement pour la Culture et la Démocratie (RCD) et le Parti des Travailleurs (PT).

Pour Lahouari Addi, l'État, n'attend pas des partis qu'ils entrent en compétition pour assurer le pouvoir au nom de la légitimité électorale. Il attend d'eux qu'ils représentent la population dans les institutions en exprimant leurs demandes dans le respect des logiques dominantes du régime. À propos la représentativité de ces partis au niveau du parlement, suite aux élections législatives de 2012, le parti FLN siège avec 221 députés, soit 47,81 % des sièges (462) suivi par le RND avec 70 sièges. Les partis islamistes (Alliance de l'Algérie verte) occupent la troisième place avec 47 sièges et ce pour un mandat de cinq ans (2012-2017).

Le géopoliticien Yahia Zoubir²⁴⁵ explique que les partis politiques n'ont pas d'ancrage dans la société. Ils sont cooptés par le régime. Ceux qui ont pu représenter à ses yeux un danger pour

²⁴³محمد بوضياف، الأحزاب السياسية والمجتمع المدني في الجزائر، دار المجاهد للنشر والتوزيع، 2010، ص 58-69

²⁴⁴Lahouari Addi, Les partis politiques en Algérie, 2005, revue des mondes musulmans, mars 2006, <https://journals.openedition.org/remmm/2868>

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

le pouvoir comme les islamistes ont été atomisés pour que s'installe un paysage islamiste fragmenté à travers plusieurs partis. Le FFS jouit peut-être d'un peu d'estime mais il est resté essentiellement cantonné en Kabylie, et la mort de son dirigeant historique Hocine Aït Ahmed fin 2015 lui a porté un rude coup .

4-2. Le contexte sécuritaire

Sur le plan sécuritaire, le constat est fait par le vice-ministre de la défense, le général de corps d'armée Ahmed Gaid Salah²⁴⁶ lors de sa visite au siège de commandement du secteur opérationnel, centre de Bordj Akid Lotfi au niveau de la 3^{ème} Région Militaire à Béchar où, il déclare que :

« ...Nous sommes au sein l'Armée Nationale Populaire...sur le point de relever le défi et de venir à bout définitivement du terrorisme, pour que sa place ne soit qu'aux oubliettes de l'histoire et pour nous occuper, grâce à Dieu et sous les orientations de Son Excellence Monsieur le Président de la République, Chef Suprême des Forces Armées, Ministre de la Défense Nationale, d'œuvrer à remporter l'enjeu de parachèvement de l'édification d'une Armée nationale forte, moderne et dissuasive ».

Pour le Général Aberezak Maïza*, le terrorisme en Algérie a été vaincu et ce que nous avons aujourd'hui comme terroristes sont des mercenaires qui travaillent au profit d'organisations internationales. Auparavant, nous avions affaire au GIA, aujourd'hui il s'agit d'Al Qaïda qui n'est pas une organisation algérienne.

Le Général Maïza n'exclut pas la persistance de l'intégrisme comme un mouvement politique et idéologique, mais le terrorisme en tant que tel n'existe plus.

²⁴⁵Yahia Zoubir, géopoliticien, entretien Marie Verdier, la croix le 4/7/2017. <https://www.la-croix.com/Monde/Afrique/En-Algerie-partis-politiques-nont-dancrage-dans-societe-2017-05-04-1200844622>.

²⁴⁶ Le journal El watan, 13 décembre 2018, Gaïd Salah : «L'ANP est sur le point de venir à bout définitivement du terrorisme». <https://www.elwatan.com/edition/actualite/gaid-salah-lanp-est-sur-le-point-de-venir-a-bout-definitivement-du-terrorisme-11-11-2016>.

*Le général Aberezak Maïza, est considéré comme étant l'un des fers de lance de la lutte antiterroriste. Au cours de la décennie noire, le général Maïza a été l'un des éléments les plus actifs, les plus connus surtout de cette guerre sans merci livrée à ces groupes qui avaient programmé le chaos dans le pays. Aux côtés du défunt général Fodil Chérif, il a laissé son empreinte dans la 1^{re} Région militaire et dans bien d'autres zones encore. Pour la première fois, il revient sur ce passé douloureux et analyse les événements présents que traverse l'Algérie, le soir d'Algérie, 22février 2016, réalisé par Abla Cherif.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

4 -3.Etat des droits de l'homme

Concernant l'état des droits de l'homme, l'année 2016 a constitué une année « charnière et phare », pour les droits de l'homme en Algérie.²⁴⁷C'est le constat de La Commission nationale consultative de promotion et de protection des droits de l'homme (CNCPPDH), remplacée par le Conseil national des droits de l'homme (CNDH), dans son rapport annuel.

La création du Conseil national des droits de l'homme (CNDH), contenue dans la révision constitutionnelle adoptée par le Parlement en février 2016, constitue «une évolution» de nature à donner « plus de visibilité » aux efforts de l'État en matière de défense et de promotion des droits de l'homme, a souligné la Commission nationale consultative de promotion et de protection des droits de l'homme.

Ce rapport mentionne une évolution considérable pour les droits de l'homme en Algérie, mais déplore plusieurs pratiques, entre autres certaines bavures d'agents de l'État, commises à l'occasion de leurs missions dont les conséquences sont néfastes et qui bafouent et lamentent les efforts consentis par l'État en matière de prééminence de la loi et seulement de la loi. La CNCPPDH se dit, d'ailleurs, préoccupée par la situation des défenseurs des droits de l'Homme en Algérie, qui ont eu des démêlés avec les autorités judiciaires. Elle assure avoir systématiquement saisi les institutions concernées aux fins de les sensibiliser sur cette question qui relève, dans la majorité des cas, des libertés d'expression et de la presse (écrite, audiovisuelle et sur les réseaux sociaux d'information).

Le rapport de « Human Rights Watch », ²⁴⁸mentionne que les trois problèmes persistants les plus notables en matière de droits de l'homme étaient les limites à la liberté de réunion et d'association, le manque d'indépendance et d'impartialité du pouvoir judiciaire ainsi que les limites imposées à la liberté de presse.

²⁴⁷ Rapport du conseil national des droits de l'homme(CNCPPDH), 2016, le journal El moudjahid, le15/7/2017, droit de l'homme en Algérie : 2016, une année charnière, <http://www.elmoudjahid.com/fr/actualites/111327>.

²⁴⁸Country Reports on Human Rights Practices for 2016 United States Department of State • Bureau of Democracy, Human Rights and Labor, <https://dz.usembassy.gov/wp-content/uploads/sites/236/ALGERIA-HRR-2016-FRE-FINAL.pdf>.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

4-4. Le contexte économique

Sur le plan économique, Pour la première fois dans son discours (message) le président de la République, Abdelaziz Bouteflika²⁴⁹ évoque la crise économique et financière qui touche le pays et tente de rassurer en précisant qu'elle n'est guère l'apanage d'un pays particulier, ni « la conséquence de faille » dans la démarche économique interne de l'Algérie :

« C'est la réponse à cette crise qui varie d'un pays à l'autre, selon le degré de mobilisation et de consensus interne mis en place » a indiqué le Président Bouteflika dans un message à l'occasion du 54^{ème} anniversaire de l'indépendance et de la fête de la Jeunesse.

Le chef de l'État a considéré que le pays est confronté aux aléas sévères de la chute des prix des hydrocarbures, une ressource qui pèse encore fortement sur notre économie et notre développement comme cela est le cas d'ailleurs dans d'autres pays producteurs de cette matière première.

Il a, à cet effet, souligné que cette crise n'est pas la conséquence de faille dans notre démarche interne. Bien au contraire poursuivait dans son message, « ce sont les décisions nationales prudentes prises il y a quelques années, notamment un important remboursement anticipé de la dette extérieure, dont la dette militaire ».

Ce qui a permis à l'Algérie d'accomplir un saut qualitatif dans la mise à niveau des capacités et des équipements de l'Armée nationale populaire, la digne héritière de l'Armée de libération nationale », a tenu à expliquer le Chef de l'État.

Dans la même démarche, M. Bouteflika a rappelé, « nous avons décidé de cesser tout recours aux crédits extérieurs, et en gérant avec prudence nos réserves de change, ce qui nous permet aujourd'hui de faire face à la crise financière et d'engager souverainement les correctifs que celle-ci requiert, en tenant compte de nos réalités propres et dans la fidélité à nos options sociales fondamentales ».

Le président a avancé que la crise actuelle pourra se révéler une opportunité d'accélérer notre sursaut collectif pour rompre avec le confort de la rente, pour rompre aussi avec les pesanteurs de la bureaucratie, et pour réhabiliter la valeur du travail que notre religion sacralise et que le développement exige.

Les conséquences de la chute drastique des prix du pétrole depuis l'été 2014, font leurs effets sur l'économie du pays qui repose depuis des décennies sur le pétrole et le gaz qui

²⁴⁹Message du président de la république à l'occasion du 54^{ème} anniversaire de l'indépendance, le 4 juillet, 2016, <http://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20160704/82617.html>.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

représentent 96 % de ses exportations,²⁵⁰ près de la moitié de son PIB et 60 % des recettes budgétaires de l'Etat. Par conséquent l'effondrement des prix du pétrole est une catastrophe. Les revenus pétroliers du pays ont chuté de 70 % depuis l'été 2014. L'Algérie est un des pays les plus touchés par cet effondrement avec le Venezuela et la Russie.

Le FMI (Fond Monétaire Internationale)²⁵¹ mentionne dans son rapport sur l'économie algérienne en 2016, que le choc des cours du pétrole n'a eu qu'un effet limité sur la croissance économique, mais les soldes budgétaires et extérieurs se sont considérablement détériorés.

L'augmentation du prix de l'essence depuis le 1er janvier 2016 de 40 % est liée à la réaction du gouvernement qui n'a plus les moyens de subventionner des dizaines de produits, ce qui était pour lui le moyen de soutenir le pouvoir d'achat des Algériens. Un pouvoir d'achat déjà amputé par l'affaiblissement de la monnaie, le dinar ayant chuté de 15 % en un an par rapport à l'euro.

Dans ce contexte, le professeur Mebtoul²⁵² explique que sans réformes, au-delà de 2020, il sera impossible de maintenir le niveau des réserves au vu de la situation économique actuelle. Évitions toutefois la sinistrose, l'Algérie, du fait de ses potentialités avec une nouvelle politique économique, peut surmonter la crise. Car toute récession économique aurait des incidences sociales et politiques internes, mais également déstabilisatrices et géostratégiques au niveau de la région méditerranéenne et africaine.

Afin d'élargir ses investissements, l'Algérie cherche à développer ses liens économiques avec le continent africain. Elle a lancé, à Alger, un Forum africain d'investissements et d'affaires du 3 au 5 décembre 2016 à l'initiative du Forum des chefs d'entreprise, syndicat patronal dirigé par M. Ali Haddad. Les efforts de développement de partenariats économiques s'illustrent encore, pour le monde arabe par la visite du Premier ministre Abdel Malek Sellal à Riyad (17 novembre 2016) lors de la tenue du forum économique algéro-émirati (21 novembre 2016).

²⁵⁰Patrick Chabert, 10 Chiffres pour saisir le malaise économique algérien, publié le 01/03/2016.

<https://www.capital.fr/economie-politique/10-chiffres-pour-saisir-le-malaise-economique-algerien-1106060>.

²⁵¹Fonds monétaire international, rapport, Mai 2016.

https://www.imf.org/external/french/pubs/ft/ar/2016/pdf/ar16_fra.pdf

²⁵²Mebtoul, « L'Algérie a un répit de seulement trois ans pour changer de cap », La tribune, 19/09/2017.

4-5. Le contexte social

Concernant la situation sociale, malgré la chute drastique des prix du baril de pétrole, l'Etat continue dans la politique de l'aide dans le secteur de l'habitat, la santé et l'emploi. Par conséquent le gouvernement a fait de grandes coupes dans quelques programmes sociaux et culturels tout en maintenant les dépenses liées à la santé et à l'éducation.

L'intérêt donné par l'Etat au secteur de l'habitat est primordial, l'Algérie œuvre pour l'application du programme du président de la République qui prévoit la réalisation de 1,6 millions de logements tous types confondus durant le quinquennat 2015-2019 afin d'absorber le déficit structurel dans ce domaine.

Le logement reste une source d'inquiétude et de stress pour le pouvoir en place. En effet, des citoyens montent souvent au créneau pour dénoncer, soit leur exclusion de tous les programmes prévus, soit le retard enregistré dans la livraison des logements. Plusieurs manifestations sont signalées à travers le territoire national, rapportées par la presse nationale.²⁵³

Concernant l'éducation, l'année 2016 est marquée par le scandale de la triche qui a marqué les épreuves du baccalauréat. Fin mai, alors que 800.000 élèves s'apprêtaient à passer les épreuves du baccalauréat, certains d'entre eux - les élèves des filières scientifiques, mathématiques et gestion - ont reçu les sujets des épreuves dans des messages envoyés sur Facebook. Les épreuves ont aussitôt été annulées pour 300.000 élèves, soit la moitié des candidats au bac cette année en Algérie.²⁵⁴

Dans la foulée, une enquête a été ouverte pour déterminer l'origine de la fuite des sujets. Selon les premiers éléments publiés dans la presse algérienne, des dizaines de personnes, soupçonnées d'être impliquées dans la fraude, ont été arrêtées. Parmi elles, des enseignants, des employés de l'Office National des examens et des Concours, et même des directeurs de centres d'examens.

²⁵³Les habitants des 400 logements en colère, Liberté, 21, 12,2016. https://www.liberte-algerie.com/actu-alger/1,ElWatan,_manipulateurs_derriere_la_colere_des_souscripteurs_LPP_El_Watan,_le_19_03/2016,https://www.elwatan.com/edition/actualite/des-manipulateurs-derriere-la-colere-des-souscripteurs-lpp-19-03-2016.

²⁵⁴Le journal El Watan, 7/6/2016.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

Certains dénoncent déjà un complot contre la ministre de l'Éducation nationale, peu appréciée des conservateurs.²⁵⁵

Les islamistes ont réclamé au président Abdelaziz Bouteflika de la limoger. Mais la ministre jouit du soutien du chef de l'État. Le directeur de cabinet de la présidence, Ahmed Ouyahia, a même dénoncé un « complot » contre Nouria Benghabrit.

Finalement, les épreuves annulées ont été réorganisées entre le 19 et 23 juin pour les 300.000 élèves concernés.

Dans le domaine de la santé, le principe de la gratuité des soins constitue un acquis irréversible pour le système national de santé ordonné par le président de la République, confirmé dans la loi 18-11 relative à la santé.

« La gratuité des soins est une ligne rouge, c'est un droit fondamental consacré par la Constitution et un choix irréversible de l'Algérie », affirme, l'inspecteur général au ministère de la Santé, Omar Beredjouane* qui était l'invité de la rédaction de la Chaîne 3.

4-6. Le contexte international

Sur le plan international, l'Algérie s'affiche comme leader dans la lutte anti-terroriste et pour la réconciliation nationale. Elle a exprimé à maintes reprises sa volonté de partager son expérience et son rôle en matière de lutte contre le terrorisme, l'extrémisme violent et la déradicalisation, ainsi que la promotion de la réconciliation nationale. Plusieurs rencontres et colloques internationaux ont été initiés dans ce sens par l'Algérie.

L'Algérie reste ferme sur sa position politique de non-ingérence dans les affaires de l'Algérie et les affaires internes des autres pays. C'est un pilier des fondamentaux de la diplomatie algérienne. Le président de la République Abdelaziz Bouteflika a toujours appelé au dialogue et aux négociations pour régler les conflits sans aucune ingérence.

Concernant quelques questions internationales brûlantes, à l'instar de la question libyenne, l'Algérie affiche son soutien au processus politique mené par l'ONU, et tente de s'imposer comme un interlocuteur incontournable en multipliant les rencontres avec les différents acteurs libyens et en participant aux divers forums régionaux et internationaux sur le sujet.

²⁵⁵Fuite des sujets du BAC 2016, un complot contre Benghabrit ?, Le journal liberté, 1 juillet 2016, <https://www.liberte-algerie.com/actualite/un-complot-contre-benghabrit-248685>.

*Omar Beredjouane, Inspecteur général au ministère de la santé : La gratuité des soins est une ligne rouge et un choix irréversible, le 02/09/2015. <http://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20150902/51155.html>.

Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte

L'appui de l'Algérie pour la Palestine est incontournable. L'alliance entre les deux pays est restée solide et durable à ce jour. L'Algérie est considérée comme un fervent partisan du processus de paix au Moyen-Orient.

À propos de la question du Sahara Occidental, la position de l'Algérie est constante, pour un règlement politique juste et durable qui conduit à l'autodétermination du peuple sahraoui. L'Algérie, appuie également les efforts du secrétaire général de l'ONU et de son envoyé personnel pour relancer le processus de règlement politique de la question du Sahara Occidental. L'Algérie insiste sur le droit du peuple du Sahara Occidental à s'exprimer librement sur le devenir de son territoire à travers un référendum d'autodétermination, tel que prévu par les résolutions pertinentes des Nations Unies.²⁵⁶

²⁵⁶Abdelkader Messahel, ministre des affaires maghrébines, de l'Union Africaine et de la Ligue Arabe sur les ondes de la radio Chaîne 3/5/2016, <http://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20160502/76255.html>.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons présenté dans le premier volet notre méthode d'analyse du discours médiatique ainsi que ses outils empiriques. Et puis nous avons exposé notre corpus. En dernier lieu, nous avons donné un aperçu global sur la situation politique, économique et sociale de l'Algérie pendant l'année 2016, ainsi que la position de l'Algérie vis-à-vis de quelques questions internationales, car le discours médiatique de la Télévision et de la Radio algérienne ne peut être construit hors du contexte dans lequel ces médias exercent, ce qui influence sans doute la qualité du discours diffusé.

Partie II : Le discours d'information de Canal Algérie et de la chaîne 3.

Dans cette partie, nous reviendrons sur les résultats de l'analyse du discours de notre corpus. Cette analyse concerne notamment, l'organisation de la rédaction, la fabrication de l'édition, la présentation des éditions d'information, ainsi que les rubriques des éditions et les sources d'information.

Par la suite, nous présenterons les modes discursifs utilisés dans les éditions des deux médias, mais aussi les différents intervenants externes dans les éditions.

À la fin, nous traiterons les dérives et les contraintes de la pratique journalistique au sein des deux médias que nous avons étudiés.

**Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception
de l'édition**

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Dans ce chapitre, nous présenterons au premier lieu l'organisation des rédactions de la chaîne 3 et de Canal Algérie. En deuxième lieu, nous donnerons un aperçu sur les conférences de la rédaction des deux médias. Les modalités de préparation d'une édition seront largement abordées et expliquées dans ce chapitre. Et en dernier lieu nous nous arrêterons sur la présentation des éditions télévisuelles et radiophoniques.

1. L'organisation structurelle et fonctionnelle de la rédaction

Le journal des informations est placé au sommet de la hiérarchie des programmes de la télévision ou de la radio. Il est considéré comme le rendez-vous le plus attendu par le public. Tous les efforts des journalistes d'une rédaction convergent vers ce moment fort qui illustre une journée d'information. À des postes différents, avec des tâches distinctes, l'ensemble d'une rédaction se mobilise pour préparer un journal, que l'on appelle aussi « édition ». Même si la gamme d'emploi et leur dénomination varie d'un pays à l'autre, les postes les plus fréquemment rencontrés à la radio et à la télévision sont assez similaires à travers le monde. Les rédactions de Canal Algérie et la Chaîne 3 sont composées de reporters et journalistes de desk, ceux-ci sont chapeautés par une hiérarchie qui est mue par un projet éditorial.

1-1. Le directeur de l'information

Il s'agit du poste le plus élevé du service de l'information d'une station de radio ou de télévision. Le titulaire de cette fonction doit avoir une pratique approfondie de l'information, des compétences administratives et l'expérience dans l'encadrement. Le directeur de l'information est habituellement responsable devant le directeur général,²⁵³ il a la charge de l'ensemble de l'information.

À côté de la gestion de l'information, le directeur de l'information est un organisateur, car c'est lui qui organise le temps du travail des journalistes et réalisateurs de l'information. Il détermine, via un tableau de service, les brigades des journalistes, leurs journées de repos, ainsi que les congés. Ce travail administratif est accablant, mais essentiel pour une bonne gestion des ressources humaines.²⁵⁴

²⁵³ Paul De Maeseneer, A vous l'antenne, Nouveau Horizons, Paris, 5ème édition 2007, p21.

²⁵⁴ Hacene Meftahi, directeur de l'information de la chaîne 3, interview le 30 septembre 2018.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

La rédaction de Canal Algérie, est gérée uniquement par un rédacteur en chef, le poste de directeur de l'information existe, mais il est centralisé, c'est un directeur de l'information de la Télévision algérienne qui gère l'information des cinq chaînes de la télévision algérienne.²⁵⁵

Par contre la chaîne 3, affiche en tête de sa hiérarchie un directeur de l'information, qui gère et oriente les journalistes, il est présent dans son bureau de 7 h30 du matin à 19 h30. Il a une autorité décisionnelle sur l'ensemble de la rédaction ; il est au centre d'un champ de relations de pouvoir où il veille sur le respect de la ligne éditoriale.

Cette tâche ardue n'est pas sans contraintes, selon le directeur de l'information de la chaîne 3.

1-2. Le rédacteur en chef

Les rédacteurs en chef sont responsables de la présentation globale de l'information, à savoir le contenu, le nombre des sujets, leur ordre de passage, le minutage et l'agencement le plus pertinent des différents sujets. Ils décident de l'utilisation de documents sonores ou de commentaires et travaillent en étroite collaboration avec le chef de service des reportages.

Le rédacteur en chef, est en quelque sorte un architecte qui dessine les contours de ce qu'il veut entendre à l'antenne. C'est un décideur, un arbitre qui génère le débat.

C'est lui qui a le dernier mot sur les sujets qui seront traités, leurs angles et leurs formats. Pour ce faire, le rédacteur en chef exige des journalistes, une excellente connaissance de l'information et des techniques de production. Il veille également sur la collaboration avec les présentateurs, les reporters et les rédacteurs.

Le service de l'information à Canal Algérie est géré par un rédacteur en chef, qui reçoit la feuille de route élaborée par le directeur central de l'information. De ce fait, sa tâche essentielle est beaucoup plus dans l'adaptation des sujets arrêtés par la chaîne terrestre. Cette adaptation consiste à traduire les sujets et les reportages de la langue arabe vers la langue française, ainsi que les doublages.* À cause des contraintes liées au manque de moyens, quelques sujets uniquement sont conçus par cette chaîne. Par contre, la chaîne 3, dispose d'un rédacteur en chef, qui gère l'information et préside la conférence de la rédaction.

²⁵⁵ Adel Boukhames, Rédacteur en chef de Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

*Doublage, est le mot du jargon journalistique utilisé pour indiquer une traduction d'un son.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

1-3. Chef d'édition

Le chef d'édition a pour mission de diriger l'édition. En amont de la diffusion du journal, le responsable d'édition détermine l'ordre de passage des sujets en fonction des instructions données par le rédacteur en chef. Il supervise également l'habillage du journal tel que les images de fond, etc. Il est ainsi le responsable de la bonne cohésion du journal.

Le chef d'édition s'assure du bon déroulement du journal jusqu'au bout. Pendant l'enregistrement, il joue le rôle de coordinateur et assure en régie la partie technique. Il donne notamment les instructions à l'équipe en fonction du déroulement du journal. Il s'assure que les images sont bien incrustées, que les reportages partent au bon moment et surtout que le minutage est respecté. Afin de faire face aux aléas du direct, ce responsable reste en contact avec le présentateur par l'intermédiaire de son oreillette. Il peut ainsi l'avertir d'un changement de dernière minute ou de problèmes techniques. Nous tenons à signaler qu'au niveau de Canal Algérie et la Chaîne 3, la grande majorité des chefs d'éditions présentent aussi les éditions. Ces responsables gèrent la présentation et tout ce qui est lié à l'édition.

1-4. Le chef du service des reportages

Le chef du service de reportage est chargé de couvrir tous les événements relevant de l'actualité. Il coordonne tous les reportages d'information nationale. Il attribue les reportages en collaboration étroite avec les rédacteurs en chef.

Le service de reportage de la Chaîne 3 est consistant, par contre celui de Canal Algérie souffre de manque d'effectifs où deux reporters sont mobilisés pour couvrir les reportages proposés par cette chaîne.²⁵⁶

1-5. Les reporters

Ce sont les journalistes qui couvrent les sujets, au quotidien, sur le terrain. C'est le reporter qui doit rédiger les nouvelles et en rendre compte à l'antenne. Pour cela, il doit avoir une connaissance approfondie de l'information. Il doit maîtriser les techniques de rédaction de l'audiovisuel et être capable de lire soi-même ses papiers. Le défi de ces chaînes est d'arriver à la spécialisation des reporters pour un bon suivi de l'information.²⁵⁷ Cependant le problème qui se pose pour ces chaînes est le manque d'éléments. À cause de ce manque, la Chaîne 3 compte principalement sur les journalistes reporters polyvalents, ces derniers ayant pour tâche de couvrir l'actualité, quel que soit le domaine.

²⁵⁶ Nora Akkak, Rédactrice en chef adjointe, responsable du service reportage, interview le 22 février 2018.

²⁵⁷ Hacene Meftahi, Directeur de l'information de la chaîne 3, interview le 30 septembre 2018.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

1-6. Les journalistes de desk

Beaucoup de journalistes de télévision et de radio préfèrent travailler à la rédaction ; ces journalistes préparent généralement les dossiers internationaux et les flashes. Ce genre de métier est répandu beaucoup plus à la radio, où un journaliste desk s'impose pour les flashes de la journée.

1-7. Les correspondants

Ces chaînes possèdent deux catégories de correspondants :

Les correspondants régionaux qui sont généralement des journalistes qui travaillent dans les stations locales. En plus de leur travail quotidien au sein de leurs organes, ils font des correspondances pour ces chaînes.

Les correspondants à l'étranger qui sont généralement des journalistes établis à l'étranger, ils collaborent avec ces stations. La Chaîne trois possède six correspondants dans les plus grandes villes du monde : Bruxelles, Paris, New-York, Londres, Genève et Gaza. Pour être à la page de l'événement international, la Chaîne 3 bénéficie aussi des services des correspondants de la (RAI), Radio Algérie Internationale.

Par contre, Canal Algérie possède une seule correspondante, à Paris.

Ces correspondants veillent à envoyer les informations de la journée jugées importantes. À défaut, des sujets recommandés par le rédacteur en chef ou bien le chef de reportage quand c'est nécessaire.

2-Conférence de la rédaction et la fabrication du journal

La production des énoncés des médias s'appréhende en fonction de l'organisation des tâches journalistiques et du fonctionnement des rédactions. Parmi celles-ci la conférence de la rédaction, qui occupe une place particulière dans le sens où elle incarne à elle seule l'activité collective, langagière, et décisionnelle.²⁵⁸

Au sein de la chaîne Canal Algérie, aucune conférence de rédaction n'est organisée, dans le sens où les sujets sont décidés et répartis au préalable lors de la conférence de la rédaction principale organisée par la chaîne terrestre. À l'issue de cette conférence, une feuille de route est dégagée et distribuée pour les autres chaînes (Canal Algérie, A3 et TV 4).

²⁵⁸ Roselyne Ringoot, Analyser le discours de presse, Armand Colin, 2014, p60.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Une fois, la feuille de route conçue, le rédacteur en chef et le chef de service du reportage ainsi que le présentateur discutent et décident conjointement des sujets à maintenir et proposent des sujets propres à leur chaîne.

Cette organisation, pour le rédacteur en chef de Canal Algérie, n'est guère un aléa devant le bon déroulement du travail.²⁵⁹

Par contre à la radio Chaîne 3, l'organisation de la conférence de la rédaction est un rituel sacré, deux conférences sont organisées quotidiennement. La première le matin, à 8 h 30 ; et la deuxième l'après-midi à 14 h 00.

2-1.La première conférence de la rédaction

Celle-ci est organisée à 8 h 30, elle est ouverte aux journalistes et elle réunit principalement les membres de la hiérarchie : rédacteurs en chef et responsables des services ou de rubriques. La première phase de la conférence initiée par le rédacteur en chef, consiste à passer en revue l'édition précédente : c'est ce qu'on appelle le « contre- briefing ». Le directeur de l'information tient lui-même à assister au débriefing des éditions pour faire avancer le travail et combler les lacunes.²⁶⁰ Le discours rétrospectif autour des défauts que les responsables ont à rendre compte s'articule particulièrement sur les informations de l'ouverture. Dans cette scène discursive, l'évaluation de l'édition s'organise notamment à partir des sujets préalablement programmés en amont.

L'autre point d'ancrage du jugement s'articule sur la figure des auditeurs. Eternel absent de l'échange, le public représente toutefois un argument d'autorité quand il s'agit de pointer un problème.²⁶¹ Ce dans le sens où le traitement des thématiques est incompréhensible pour l'auditeur.

La conférence de la rédaction s'oriente ensuite vers le menu de l'édition en cours, avec les propositions respectives des chefs de service et des journalistes. Les échanges concernent alors les informations à retenir et l'espace à leur attribuer en fonction de la durée du journal.

Les sujets d'ordre politique retiennent souvent l'intérêt des responsables en mobilisant l'effectif adéquat pour d'éventuelles couvertures.

²⁵⁹ Adel Boukhames, Rédacteur en chef de Canal Algérie. *Op.cit.*

²⁶⁰ Hacene Meftahi, Directeur de l'information de la Chaîne 3. *Op.cit.*

²⁶¹ Roselyne Ringoot, Analyser le discours de presse. *Op.cit.*, p 60.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Cette pratique est quasiment absente à Canal Algérie, la feuille de route des éditions est conçue au niveau de la Chaîne terrestre et distribuée aux autres chaînes à l'instar de Canal Algérie, A 3 et la Chaîne 4.

2-2. La deuxième conférence de la rédaction

À la Chaîne 3, une deuxième conférence de la rédaction est organisée à 14 h 00, une occasion pour évaluer les éditions de la mi-journée et tracer le menu des éditions de l'après-midi, surtout celle de 19 heures. Cette conférence de l'après-midi a pour tâche surtout de faire le tri des sujets. C'est le rédacteur en chef qui se charge de cette sélection après avoir écouté les reporters qui expliquent davantage les détails de leurs sujets. Le choix de rédacteur reste un choix subjectif, selon Ringoot,²⁶² car il reflète le regard du rédacteur en chef sur le monde.

2-3. Le briefing avec le directeur général

À la radio ce briefing est organisé au quotidien à dix heures du matin.²⁶³ Les directeurs des quatre chaînes (la chaîne 1, la chaîne 2, la chaîne 3 et la RAI) se réunissent avec le directeur général, pour exposer les sujets arrêtés lors des conférences de rédactions. Chaque directeur met en exergue les sujets, la manière dont ils seront abordés et leurs angles d'attaque. À la Télévision, cette réunion est organisée à 11 heures.

Ce rendez-vous quotidien dure entre 20 à 30 minutes, supervise de près le traitement des informations qui seront diffusées. Il y a lieu de préciser que ces rencontres se tiennent dans une grande discrétion, car c'est à ce niveau que les instructions sont données et les orientations tracées. Ces orientations sont généralement des rappels de la ligne éditoriale de ces médias.

En se référant à la théorie de Gate Keeping, nous constatons qu'à travers ces conférences de la rédaction, l'information est déjà contrôlée par les hauts responsables de l'entité, comme l'affirme John Dimmick.²⁶⁴

Celui-ci explique que l'instance de décision ou de sélection des nouvelles, ce n'est pas le journaliste en tant qu'individu, mais plutôt l'organisation de presse en tant que système.

²⁶²*Idem*, p139.

²⁶³Hacéne Meftahi, Directeur de l'information de la chaîne 3. *Op.cit.*

²⁶⁴Pamela J. Shoemaker and Timp. Vos, Gatekeeping theory, Routledge, 2009, pp1-44.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

3-Fabrication du journal

Dans ce chapitre, nous n'allons pas illustrer les techniques de fabrication du journal télévisé(JT) ou bien du journal radio(JP) ; ceci est disponible dans tous les manuels du journalisme audiovisuels. Notre but est d'illustrer les priorités de ces chaînes dans la fabrication des journaux.

Après l'achèvement des deux conférences de rédaction regroupant les journalistes et le directeur général, une feuille de route est dégagée et approuvée. Cette feuille de route se compose de deux compartiments, celui de l'information nationale qui est élaborée la veille par le service reportage et celui de l'information internationale qui est déterminée le jour même, par le rédacteur en chef chargé de l'édition en cours. Après cette opération d'autres sujets peuvent être exceptionnellement rajoutés, à condition qu'ils soient d'une importance majeure **(les feuilles de route de la Télévision et la Radio, voir annexes n°8 et n°9).**

3-1. La sélection des sujets entre l'effet de l'agenda et les normes de l'information

L'opération de la validation des sujets est décisionnelle. Plusieurs paramètres entrent dans la sélection des sujets : des paramètres éditoriaux et des paramètres professionnels, ce que nous allons voir dans ce chapitre.

3-2. Les valeurs de l'information

Plusieurs événements se produisent quotidiennement et partout dans le monde, mais très peu d'entre eux, sont publiés ou diffusés en tant que nouvelles. Le critère de la sélection est techniquement connu sous le nom de « valeurs de la nouvelle ».²⁶⁵

« Valeurs de la nouvelle », cette expression est largement utilisée par les écoles anglo-saxonnes et américaines sous le nom « news value » ou « news worthiness ». Une littérature abondante traite de cette thématique, contrairement à l'école française qui aborde cette notion par « les critères de la sélection de la nouvelle ».

L'histoire théorique de ce concept « valeur », remonte principalement à l'an 1965²⁶⁶avec la publication du document sémantique de Galtung et Ruge sur les nouvelles valeurs dans lesquelles ils fixaient une liste de douze facteurs comme des critères de nouvelles selon laquelle les portiers (Gate Keepers) prennent des décisions concernant la qualité de l'actualité (des événements et des reportages) à publier.

²⁶⁵Monika Bedmarek, Helen Caple, the discourse of news values, oxford university Press, 2017, p6

²⁶⁶.Idem, p31.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Ces deux auteurs ont établi une liste de douze valeurs :²⁶⁷ la fréquence, le seuil, univocité, la signification, la consonance, la continuité, la composition, référence aux nations d'élites, références aux gens d'élites, références aux personnes et références à quelque chose de négatif.

Bien que la liste sus-mentionnée de nouvelles valeurs ait été critiquée par de nombreux chercheurs, y compris les experts des médias et les linguistes, elle est considérée, sans doute, comme étant la liste des valeurs les plus fréquemment citées et proposées jusqu'à présent.

Pamela Shoemaker juge que les variables identifiées par Galtung et Ruge rencontrent une contrainte méthodologique liée à l'absence d'une base théorique. Afin de pallier à cette lacune, elle a proposé le principe de la « déviance » comme principal facteur de toute couverture médiatique.²⁶⁸ Shoemaker théorise que les êtres humains sont incités par les forces biologiques à assister à des événements inhabituels dans leur environnement. Et la valeur des nouvelles n'est pas la même dans toutes les cultures. Selon Shoemaker, les différences fondées sur la culture apparaissent en raison de diverses définitions de la déviance et de l'actualité qui sont basées sur l'importance sociale d'une nouvelle.

Patrick Charaudeau²⁶⁹ distingue deux types de critères dans la sélection des nouvelles. Des critères externes où l'événement surgit dans sa factualité avec un caractère d'inattendu (principe de saillance), c'est-à-dire qu'il ne pouvait être prévu par les systèmes d'attente de la vie sociale. Et l'événement programmé, du fait de l'existence d'un calendrier ponctuant l'organisation et le déroulement de la vie sociale.

3-2-1. Proximité et production de l'information

Plusieurs recherches ont été réalisées pour enrichir et compléter ce domaine, et nous relevons un critère fondamental, retenu par tous les théoriciens de l'information, c'est la loi de proximité.

Dans son manuel de journalisme, Yves Agnès²⁷⁰ décline la loi de proximité selon quatre axes : proximité chronologique (l'actualité), géographique, psychoaffective et sociétale. Ces quatre entrées s'articulent sur un noyau central qu'est la figure du lecteur (Moi) dont on juge le potentiel d'intérêt pour l'information en fonction de ce qui lui est proche. Ainsi, l'axe

²⁶⁷ Peter A. Cramer, *Controversy as News Discourse*, Springer, 2011, p69.

²⁶⁸ Pamela J. Shoemaker and Akiba Cohen, *News Around the world*, Routledge, 2006, p2.

²⁶⁹ Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social*. *Op.cit.*, p154.

²⁷⁰ Yves Agnès, *Manuel du journalisme, écrire pour le journal*, Editions la découverte, Paris, 2008, P 13.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

géographique propose une échelle de valeurs entre la rue et l'Europe passant par le quartier, la ville, le département et le pays. L'axe chronologique va d'aujourd'hui/demain puis hier, après-demain/avant-hier. L'axe psychoaffectif échelonne la sécurité, l'argent, la famille, les enfants, les loisirs, la santé, la sexualité, alors que, sur l'axe « vie en société », se succèdent travail, éducation, maison, loisirs, associations, religion et politique.

Il faut signaler cependant qu'un événement sera perçu comme proche, s'il implique des conséquences ou des effets (cognitifs, affectifs)²⁷¹ pour les lecteurs ou les auditeurs, même si cet événement a eu lieu dans un pays lointain.

3-2-2. La ligne éditoriale et l'agenda building

Certains théoriciens préfèrent parler de l'agenda building ou l'agenda des sources. Ce modèle suppose un échange entre la source et la presse où chacun agit et réagit à l'action de l'autre en fonction de ses intérêts, de ses valeurs, de ses ressources et de ses contraintes. La nouvelle serait en quelque sorte le produit de l'addition ou de la combinaison de l'apport de l'un et de l'autre²⁷² ; la source suggère un agenda d'évènements que le journaliste, éventuellement transforme selon plusieurs critères.

En se référant aux éditions de notre échantillonnage, nous relevons que le choix de la plupart des événements relève de l'agenda building (Agenda des sources), où les événements sont préalablement programmés. Au niveau de Canal Algérie, les sujets de l'actualité sont arrêtés par le directeur de l'information de la Télévision, la veille, en réponse aux faxes envoyés. Nous constatons que, hormis les brèves et l'international, tous les autres sujets diffusés par la chaîne Canal Algérie s'inscrivent dans l'option des événements programmés.

On prend comme exemple, cette édition du 9 janvier, sur 11 sujets de l'édition, 7 sujets sont programmés au préalable :

- 1-lecture dans l'avant-projet de la Constitution
- (programmé) 2-opération de relogement (programmé)
- 3-Relogement Oued Koureich (programmé)
- 4-Rapport de la banque(APS)

²⁷¹Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social.*Op.cit.* p154.

²⁷² Jean Charon, Les médias et les sources, les limites du modèle du l'agenda setting, la revue Hermès, 1995, pp17-73.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

5-Coopération entre l'Algérie et l'Union Européenne(APS)

6-Festivités Yennayer (programmé)

7-Journée arabe contre l'analphabétisme (programmé)

8-Communiqué MDN(APS)

9-Le Proche Orient (dossier, (AFP)

10-Soirée Alhane wachabab (programmé)

11-L'opéra d'Alger, compte rendu (programmé)

La chaîne 3, aussi s'inscrit dans ce registre. Si nous prenons comme exemple la même édition du 9 janvier, nous constatons cette ressemblance.

1-Le sport, 16 ème de finale de la Coupe d'Algérie

(programmé) 2-Relogement (compte-rendu), (programmé)

3-Projet de la Constitution (TAJ)(programmé)

4-Activité du parti RND (Brève), (APS)

5-Activité ANR (compte rendu), (programmé)

6-Activité PT (Brève), (APS)

7-Tamazight et constitution, (programmé).

8-Situation en Syrie (Analyse)

9-Afrique du Sud (Analyse)

10-MDN, communiqué (APS).

11-Préparatif de la fête de Yennayer à Tizi Ouzou, (programmé).

Nous constatons, que sur onze sujets qui meublent le journal, uniquement cinq sujets n'étaient pas programmés (activité du parti PT, activité du parti RND, situation en Syrie, Afrique du Sud et communiqué MDN). C'est généralement des brèves qui émanent de l'Agence presse(APS) qui font leur intrusion dans l'actualité du jour.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Nous relevons à travers ces deux exemples, que les feuilles de route de ces deux médias sont préparées au préalable. De ce fait la marge octroyée aux journalistes pour les propositions des sujets à couvrir est visiblement restreinte.²⁷³

3-2-3. La hiérarchisation des sujets et l'agenda setting

Dans toutes les rédactions, la notion de l'agenda setting s'impose avec une hiérarchie de priorités, une liste d'enjeux classés par ordre d'importance²⁷⁴. Autrement dit, lorsque le public a recours aux médias pour avoir des informations sur les questions de l'actualité, il apprend également quelle importance accorder à ces différentes problématiques en fonction de la couverture médiatique accordée à chacune d'elles.

Jean-Luc Martin-Lagardette,²⁷⁵ mentionne que trois impératifs contraignent inmanquablement le rédacteur dans la hiérarchisation de l'information : l'actualité, l'intérêt du public et la ligne éditoriale.

En analysant les journaux de notre échantillonnage, nous constatons qu'à Canal Algérie, hormis deux éditions, toutes les autres (26 éditions sur 28) ouvrent avec l'information officielle ; par contre au niveau de la Chaîne 3, nous trouvons huit éditions qui ont ouvert avec d'autres thématiques que l'information politique officielle.

Dans l'édition de 21 septembre de Canal Algérie, les 9 premiers sujets sont d'ordre éditorial concernant les messages du président pour ses homologues étrangers, suivis de l'activité du ministre des Affaires étrangères à New-York, les travaux de l'APN et la coopération entre l'Algérie et l'Union Européenne ; à la huitième minute on annonce une information concernant un enfant disparu. Pour le rédacteur en chef de Canal Algérie la hiérarchisation de l'information est faite selon l'ordre protocolaire. L'activité du Président en premier lieu, après le Parlement, le Premier ministre et les membres du Gouvernement. Il s'agit d'une règle d'or inviolable même dans les situations d'urgence où les événements sont jugés graves. Pour le directeur de l'information de Canal Algérie,²⁷⁶ cet agencement « est logique du moment où l'entreprise de l'EPTV est une entreprise étatique ». Pour ce responsable, aucune contrainte ne se pose au niveau de l'agencement des sujets, la ligne éditoriale étant claire à ce niveau.

²⁷³حكيم حمزاوي, تأثير العوامل الاجتماعية والمهنية على الممارسة المهنية للصحافيين في الإذاعة الجزائرية, دراسة سوسيو مهنية على صحفيي القنوات الأولى والثانية والثالثة والدولية و"راديوونات" ص 232

²⁷⁴Eric Maigret in L'information la nécessaire perspective citoyenne, Raymond Corriveau Guillaume, presses d'université de Quebec, 1950, p18.

²⁷⁵Jean –Luc Martin-Lagardette, Le guide de l'écriture journalistique, la découverte, 2005, p 25.

²⁷⁶Adel Boukhames, Rédacteur en chef de Canal Algérie. *Op.cit.*

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Si nous nous appuyons sur le cahier des charges²⁷⁷ de cette entreprise qui détermine la ligne éditoriale de ce média, nous trouverons l'article 12 qui stipule « en matière d'information, l'établissement doit assurer l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion, la réalisation et la programmation, à tout moment, des déclarations et des communications du Gouvernement sans limitation de durée et ce à titre gratuit ».

Officiellement, c'est le seul article qui aborde le menu du journal, sans rentrer dans les détails de l'agencement. Mais au-delà de ce texte, des orientations et des instructions sont transmises aux responsables des rédactions afin de respecter une certaine hiérarchisation protocolaire.

Pour le directeur de l'information de la chaîne 3, l'information liée au Président qui occupe impérativement l'ouverture du journal, l'activité des autres responsables est vraiment soumise à l'importance de l'évènement dans l'agencement de l'actualité.²⁷⁸ Nous constatons que l'état est moins serré sur cette chaîne, gérée avec un cahier des charges identique. L'article 17 prévoit que : « L'établissement assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du Gouvernement, sans limitation de durée et à titre gratuit ». Nous réalisons que le texte est le même et c'est seulement le numéro de l'article qui change.

Dans ce contexte, le problème qui se pose pour la Chaîne 3 est le bouleversement dans l'agencement. Au lieu de commencer par l'information protocolaire, une logique s'impose qui est celle de continuer avec tous les sujets qui ont un lien avec la thématique. Dans l'édition du 20 décembre, le journal est ouvert avec la condamnation par le Président de la République de l'attentat qui a frappé la Turquie, et puis nous trouvons en deuxième lieu la situation en Turquie, puis une lecture d'un expert sur le rapprochement politique entre Ankara et Moscou et enfin le retour sur l'actualité d'ordre national.

Si l'information liée au Président n'est pas obligatoire à l'ouverture du journal, ces dossiers peuvent être décalés vers l'international.

Une autre contrainte s'impose comme il a été abordé dans le chapitre précédent est liée à l'agenda building. Puisque les sources définissent l'information, la plupart des sujets émanent des institutions de l'État, par conséquent la quasi-totalité des sujets est institutionnelle et l'agencement se fait dans l'environnement de ces sujets.

²⁷⁷Cahier des charges, Décret exécutif n°91-101 du 20 avril 1991 portant concession à l'établissement public de télévision, des bien domaniaux des prérogatives et des activités inhérentes au service public de la télévision, art.12.

²⁷⁸Hacene Meftahi, Directeur de l'information de la chaîne 3, *Op.cit.*

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Dans ce contexte, nous relevons que les messages envoyés par le président de la République à ses homologues ne sont pas repris, même brièvement par la chaîne 3. Cette marge de liberté dans le traitement de ce genre d'information est offerte pour toutes les stations de la Radio nationale, constatons-nous.

Pour Canal Algérie, la diffusion des messages du président sont obligatoires, mais pas intégralement car une synthèse est autorisée. C'est le rédacteur en chef et le présentateur qui s'en occupent.²⁷⁹ Avec la hiérarchisation des sujets, le monde paraît ainsi parfaitement ordonné, le journal arrive à réintroduire une apparente cohésion dans le vacarme du monde.²⁸⁰ La hiérarchisation, au niveau de ces deux médias est faite selon l'agenda setting, la priorité, c'est d'illustrer l'activité officielle au détriment d'autres événements décalés en grades inférieurs.

3-2-3-1. Les titres

Ils sont d'une importance capitale, car non seulement, ils annoncent la nouvelle (fonction guide), mais ils résument, ils condensent, voire figent la nouvelle au point de devenir l'essentiel de l'information²⁸¹. Le titre acquiert donc un statut autonome car il constitue une unité indépendante présentée aux auditeurs.

Sur le rôle particulier des titres, aux fonctions dégagées par Patrick Charaudeau²⁸² (annoncer, guider, condenser), s'adjoint celle de structurer un micro récit de l'évènement. Chaque titre fonctionne comme un micro récit de l'évènement valant pour la date (ou l'heure) de parution, alors que l'ensemble des titres réunis dans le corpus permet d'analyser la généalogie de l'évènement saisi dans sa totalité. Les titres pour Paul De Maesneer²⁸³ exigent un style d'une clarté et d'une concision extrêmes. Ils doivent être riches d'information tout en donnant à l'auditeur l'envie d'en savoir plus.

Pour François Jost, les titres des JT sont des sommaires, cette configuration emprunte son style à l'écrit. Ce genre de titre est plus proche du « chapeau »* ou de la dépêche d'agence. Dans ce modèle, l'information fait l'objet d'une triple médiation : visuelle, orale et écrite.²⁸⁴ Les titres sont donc la vitrine d'un journal, ce qui peut donner envie de l'écouter.²⁸⁵

²⁷⁹Nadia Madaci, Présentatrice à Canal Algérie. *Op.cit.*

²⁸⁰ Arnault Mercier, Le journal télévisé, presses des sciences PO, 1996, p201.

²⁸¹ Roselyne Ringoot, Analyser le discours de presse. *Op.cit.* p60.

²⁸² *Idem*, p78.

²⁸³ Paul DeMaesneer, A vous l'antenne ! *Op.cit.*, p152.

*Le « chapeau », dans le jargon audiovisuel est l'introduction faite par le présentateur pour lancer un sujet

²⁸⁴ François Jost, introduction à l'analyse de la télévision, 3eme éditions-ellipses, 2007.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Les titres aussi s'inscrivent dans cette logique de la hiérarchisation. Le premier titre est plus important que celui qui le suit est ainsi de suite.

Sur la majorité écrasante des titres de Canal Algérie (26 éditions sur 28), le premier titre du sommaire s'inscrit dans l'ordre officiel, institutionnel et dans quelques éditions cela dépasse un seul titre. Observons les titres du journal du 4 avril :

- 1- « Le président de la République Abdelaziz Bouteflika a reçu ce matin le président de l'assemblée des représentants de peuple de la république Tunisienne Mohamed Ennacer qui est en visite à ce moment en Algérie.
- 2- Le général de corps d'armée, Ahmed Gaid Salah poursuit ce lundi sa visite de travail et d'inspection dans la 2ème région militaire à Oran ; le vice-ministre de la Défense nationale a présidé une réunion avec le commandement de l'Etat-major de cette région.
- 3- Le ministre de la Communication en visite dans les infrastructures de la télévision d'Algérie, Hamid Grine annonce sur place une nouvelle stratégie du ministère qui vise à fournir un son et une image de qualité grâce à une veille technologique, les détails toute-à-l'heure.
- 4- Et puis à la fin de ce journal, nous allons découvrir le ballet national qui a présenté hier un spectacle chorégraphique, la flore du Sahara, extrait de Slimane Ben Brahim ».

La chaîne 3 s'inscrit dans le même registre, mais elle se distingue avec des ouvertures plus au moins variées à l'instar des sujets d'ordre international, sportif et social. Sur vingt-huit (28) éditions nous relevons vingt ouvertures d'ordre protocolaire. Si nous prenons comme illustration l'édition du 4 avril, l'ouverture du journal est réalisée avec une autre information, mais toujours dans le registre de l'officiel :

- 1-« Tayeb Belaiz, transmet un message du président de la République Abdelaziz Bouteflika au souverain saoudien ; le président de la république souligne dans son message la position de l'Algérie sur certaines questions brûlante de l'heure qui relèvent du principe de non – gérance.
- 2-Soixante-dix plaintes ont été déposées entre 2011 et 2014 par l'Algérie auprès des autorités espagnoles à cause des préjudices causés par les interférences d'agressions par les ondes.
- 3-Education, la réglementation interdit le recrutement des enseignants contractuels sans concours, la ministre de l'Education a trouvé un accord avec la fonction publique.
- 4-Crise d'immigrants, avec l'entrée en vigueur aujourd'hui de l'accord controversé entre l'Union Européenne et la Turquie pour tenter d'endiguer la crise des réfugiés.

²⁸⁵ Laurent Gauriat, Joël Cuoq, Journalisme radio, *Op.cit*,p34.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

C'est à travers ces titres que le public décidera de suivre ou non le journal et c'est pour cela que les titres doivent être sexy-précis-concis pour accrocher l'auditeur.²⁸⁶

Étant donné que, les titres sont la vitrine du journal, la vitrine de ces deux médias, selon nous est transmissible d'un contenu officiel, dirigiste et par conséquent plus au moins attractif.

4-La présentation du journal télévisé(JT) et le journal parlé (JP)

Nous allons aborder la présentation au sein de ces deux médias à travers deux âges : la paléo-télévision et la néo- télévision.

Tout d'abord, nous allons procéder à l'explication des concepts de la « paléo et la Néo-télévision ». Ils ont été introduits et analysés pour la première fois par Umberto Eco dans un article fondateur de l'Espresso en 1983, approfondi par un autre article essentiel de Francesco Casetti et Roger Odin,²⁸⁷ plus récemment, Dominique Mehel²⁸⁸ a fait de ces paradigmes un cadre important pour ses recherches.

Selon Eco²⁸⁹, les programmes télévisuels auraient connu deux grandes périodes : la paléo-télévision et la néo-télévision. La fin des années soixante-dix(70) fait de la paléo- télévision le principal mass-média qu'elle avait vocation à incarner. Fondement idéal pour la promotion de l'information et de programmes culturels, la rareté de fréquences oblige et l'offre commande à la demande. À l'évidence, on touche du doigt la caractéristique essentielle de la paléo-télévision, celle dont découlent toutes les autres. Le téléspectateur, déjà heureux d'accéder à ce qui est programmé, est en position d'infériorité. Le contrat auquel il doit souscrire est somme toute assez sommaire, et repose sur une conception du monde d'une extrême simplicité : il y a d'un côté les détenteurs du savoir, de l'autre ceux qui ont la chance inestimable de se le voir transmettre. Les rôles sont hiérarchisés et clairement identifiés²⁹⁰. Le droit à la parole est réservé donc aux détenteurs du pouvoir et qui appartiennent à la sphère politique, artistique ou intellectuelle.

Les responsables de la paléo-télévision sont des transfuges de l'enseignement, encore sanglés dans leurs habits de hussard de la république, qui voient une nouvelle terre de mission s'offrir à eux. Avec le petit écran qui s'installe progressivement dans tous les foyers, la « classe »

²⁸⁶ Vincent Martin, journalisme radio, La pratique au quotidien, CFPJ éditions, p78.

²⁸⁷ Francesco Casetti, Roger Odin, de la paléo-à la néo-télévision, Communications, 1990, p9-26.

²⁸⁸ Dominique Mehel, La télévision de l'intimité, le temps des médias, Cairn. Info, 2008, pp265-279. ²⁸⁹François Jost, Introduction à l'analyse de télévision, Ellips Editions Marketing S.A, 2007, p10 ²⁹⁰ Jean Louis Missika, la fin de la télévision, éditions du seuil, mars, 2006, p13.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

s'élargit et se compose désormais de milliers de citoyens-élèves.²⁹¹ Dès lors, plus de doute : la culture pour tous passera par la télévision.

La paléo- télévision respecte et renforce un monopole de la parole légitime : la voix de l'État y est d'ailleurs particulièrement bien représentée. Elle parlait d'inaugurations présidées par des ministres et s'assurait que le public n'apprenait que des choses innocentes, quitte à dire des mensonges.²⁹²

Les années quatre-vingts (80) sont marquées par l'introduction de la néo télévision qui se distinguerait de la paléo-télévision²⁹³, notamment sur deux points :

L'effacement du médium télévision dans la paléo-télévision, « *en tant que sujet de l'énonciation* », en particulier par la quasi-absence du regard à la caméra, par l'oblitération des artifices comme la perche, la caméra et, plus généralement, tous les procédés qui auraient empêché le téléspectateur d'accéder directement à la réalité ;

La séparation nette entre la réalité et la fiction dans la paléo-télévision et la mélange des genres dans la néo-télévision.

Cette opposition a pris aujourd'hui une valeur plus massive : d'un côté la paléo- télévision venue d'en haut, télévision des pionniers du monopole et du modèle pédagogique, asservie au pouvoir politique, de l'autre une néo-télévision qui pose, elle, de façon cruciale, la question du rapport entre le média et la société civile. Cette néo- télévision que Mehel préfère appeler la télévision de l'intimité, car les frontières se sont effacées. Aucune question privée ne demeure à l'abri de l'indiscrétion publique.²⁹⁴

La télévision commence alors à « parler d'elle-même et du contact qu'elle est en train d'établir avec son public ». Elle assume ses marques d'énonciation, se donne à voir (ses coulisses, sa salle de régie, son équipe technique au travail comme une réalité en soi). Tablant sur l'hybridation des genres, la néo-télévision assure alors une visibilité aux publics sur les plateaux, multiplie les regards adressés, devient finalement un « miroir » tendu à ses téléspectateurs.

²⁹¹ *Idem*, p12.

²⁹² Patrick Tudoret, *La paléo-télévision, une nouvelle fenêtre sur le monde*, Persée, 2007, P94.

²⁹³ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, 3ème édition, Editions Marketing S.A, 2007, p 10.

²⁹⁴ Dominique Mehel, *La télévision de l'intimité*, Cairn.Info, 2008, p266.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Casetti et Odin²⁹⁵ ont adopté la même notion d'Eco notamment au regard de leur périodisation télévisuelle (la paléo-télévision vs la néo-télévision). Ces deux auteurs émettent l'hypothèse qu'une modification des dispositifs télévisuels a induit des changements dans le processus de positionnement du téléspectateur.

Cette réflexion a été soutenue par Jean-Louis Missika²⁹⁶, dans son ouvrage « La fin de la télévision ». Il revient sur les différents âges de la télé, en expliquant que c'est la nature de l'attachement qui lie le téléspectateur à ses programmes qui est au cœur de la révolution qui affecte la télévision. « Il y a un changement de relation entre celui qui émet et celui qui regarde ».

Cette importante transformation de la télévision, selon Eric Macé est « liée à la fin du monopole du service public et à la domination de la télévision commerciale »²⁹⁷.

En plus, de la paléo-télévision et la néo-télévision Missika,²⁹⁸ a évoqué le troisième âge de la télévision qui est la post- télévision.

La post- télévision va proposer des programmes à cet individu soucieux d'assumer et de revendiquer sa singularité. Si la norme sociale devient l'épanouissement, la post- télévision s'en fera l'écho et le vecteur.

Avec ce nouveau modèle de la télévision, l'individu n'attend plus de la télévision qu'elle le console ; il exige, au contraire, qu'elle soit le soutien inconditionnel de sa volonté d'affirmation de soi, qu'elle l'aide en lui accordant, sans limite, le droit à la parole.

La post –télévision dépasse la néo-télévision,²⁹⁹ en approfondissant simplement le processus d'identification sur lequel celle-ci était déjà fondée et la conséquence est que si la néo-télévision réparait le lien social, la post-télévision le détruit.

En résumant ces trois âges de la télévision, Missika conclut que :

« La télé qui était messagère avec la paléo-télévision, missionnaire dans la néo-télévision, devient « Pygmalion » dans la post-télévision ».³⁰⁰

En ce qui nous concerne, nous pensons que ces notions de paléo- néo- ne correspondent pas à des périodes de l'histoire de la télévision, mais plutôt à des manières de faire et de concevoir

²⁹⁵Francesco Casetti, Roger Odin, De la paléo-à la néo-télévision, communications, 1990, pp9-26

²⁹⁶Jean Louis Missika, La fin de la télévision, *op.cit.* p11.

²⁹⁷Éric Macé, De l'acte d'énonciation et l'expérience de réception du la télévision du pauvre, Sociologie du « public participant » : une relation « enchantée » à la télévision, Hermès, pp11-12, 1992.

²⁹⁸ Jean Louis Missika, La fin de la télévision, *op.cit.* p13.

²⁹⁹*Idem*,p31.

³⁰⁰*Idem*, p30.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

la télévision qui peuvent coexister dans une même période, car la Télévision algérienne tente d'appréhender simultanément ces deux manières de faire de la télévision, de ne pas exclure l'une ou l'autre, mais plutôt de les concevoir comme différentes et complémentaires. C'est pourquoi même si l'information a évolué depuis sa création, accentuant ainsi sa logique de séduction comme l'a fait la télévision en général, informer reste important dans le JT notamment à travers sa logique de sérieux.

Nous tenons à préciser dans ce contexte, que la notion d'Umberto Eco liée aux âges de la télévision, ne concerne que ce média, mais nous pouvons introduire le média radio dans la même logique, bien que ce média soit inventé avant la télévision. Toutefois, nous avons constaté une certaine conformité dans l'évolution de ces deux médias dans le temps.

Confrontées à l'indigence des écrits sur la radio et la manière de sa mutation, nous comptons sur notre expérience en tant que journaliste au sein de la radio nationale pour construire cette vision basée sur l'observation et la participation comme acteur dans quelques étapes de l'évolution du média radio en Algérie.

4-1. La présentation entre la notion de la Paléo et la Néo

Le choix du présentateur est une opération capitale étant donné que c'est lui qui a le devoir d'incarner les valeurs de la chaîne. Le fait est patent pour certaines chaînes poussant à l'extrême la logique de la séduction en promouvant systématiquement à l'antenne de jeunes femmes ou de jeunes hommes répondant aux canons de beauté en vigueur dans leurs contextes socio-culturels.³⁰¹Cette politique n'est pas adoptée par toutes les chaînes, bien au contraire, la plupart misent sur la fidélité des personnages emblématiques qui grandissent en même temps que le téléspectateur.

Le présentateur assume plusieurs missions ; Paul-Stéphane Manier³⁰² les résume en deux mots : convaincre et séduire. Ces deux missions sont compatibles, mais ne s'harmonisent pas facilement. L'autorité apparente du présentateur est destinée à emporter la conviction du téléspectateur. Cette autorité est en contradiction avec la douceur qu'il doit afficher pour être rassurant.

³⁰¹Guy Lochard, L'information télévisuée, Vuibert, 2005, p38.

³⁰²Paul-Stéphane Manier, Le journalisme audiovisuel, INA éditions, 2011, pp143-144.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Dans son discours d'information, le présentateur a la mission de convaincre,³⁰³ d'une façon à « vivre » l'actualité en modulant le ton de la voix et en l'adaptant à la situation de la manière la plus sincère.

La deuxième mission est de séduire, se comporter sobrement et avec modestie, sourire en accueillant le téléspectateur.

Le présentateur à la radio adopte les mêmes principes, car il a une influence considérable : son écriture, sa voix et son ton donneront une force particulière au travail des reporters. Il fait « briller la vitrine, »³⁰⁴ il met une information en valeur par une intonation, il la souligne par un sourire dans sa voix.

Pour Jost,³⁰⁵ les promesses du présentateur sont celles d'un homme qui se présente comme le maître du champ en s'évoluant comme responsable de l'ordre des reportages ou des sujets.

Le passage à l'antenne fait l'objet de mises en scène visant à mettre en valeur le présentateur et les intervenants. Dans ce nouveau contexte, il est manifestement apparu impossible de ne pas céder à la pression que la néo-télévision fait peser sur l'ensemble des programmes où les frontières sont effacées.³⁰⁶

À Canal Algérie, les présentateurs se trouvent contraints de lire une liste d'informations officielles qui s'inscrit dans le registre du sérieux ;³⁰⁷ cette caractéristique de la paléo-télévision respecte et renforce un monopole de la parole légitime.

Au niveau de la Chaîne 3, cette contrainte apparemment est visiblement allégée. Pour Narimane Nouali,*présentatrice au sein de cette chaîne : « c'est possible de trouver un ton interactif, de manière à ne pas lire l'intégralité des communiqués officiels, en optant pour des phrases simples et explicatives, sans dénaturer bien sûr le message originel. Dans la présentation, il faudrait peut-être trouver la juste mesure entre l'ancienne école, où la rigueur permet la justesse et la nouvelle école, en phase avec la société en interaction ».

L'interaction dans la présentation du journal, selon Mercier se situe à deux niveaux,³⁰⁸ elle peut être directe, les journalistes en appelant ouvertement à leur public, ou plus dissimulée, le

³⁰³Vincent Martin, *Journalisme radio. Op.cit.*, 80.

³⁰⁴ Laurent Gauriat, Joel Cuoq, *Journalisme radio, Op.cit.*, p99.

³⁰⁵ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision, Op.cit.*, 2007, p79.

³⁰⁶Arnault Mercier, *Le journal télévisé. Op.cit.*, p171.

³⁰⁷ Nadia Madaci, *Présentatrice Canal Algérie. Op.cit.*

*Narimane Nouali, *Présentatrice à la chaîne 3, 16 ans d'expérience, interview par questionnaire janvier 2018*

³⁰⁸Arnault Mercier, *Le journal télévisé. Op.cit.*, p 190.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

lien étant simulé et suggéré par une position d'égalité entre le journaliste et le public. Il se dessine un jeu subtil de répartition des rôles entre le « nous » qui signifie la rédaction ou plus généralement les journalistes, le « vous » qui désigne les téléspectateurs, et un « nous » qui englobe journalistes et public.

On observe cette interactivité, à travers certaines éditions de la Chaîne 3 ; dans l'édition du 4 avril, à propos du sujet lié à la santé, le présentateur s'inscrit dans ce registre en disant « Santé : si vous avez besoin de médicaments d'urgence, un jour férié ou un jour de congé, il vous suffira d'un simple clic, etc. ».

Cette tendance vers la néo- radio est constatée à travers cette édition du 17 janvier où les journalistes de l'édition de 19 heures ont exprimé les adieux à leur collègue partante en retraite :

L'animateur, (Maamar Djebour du service sport) annonce : « Il est dix-neuf heures, ça sera le dernier journal pour vous, Nadja Fouzaj, je vous dis merci pour toutes les années où vous m'avez accompagné, vous étiez bien avant moi sur Alger Chaîne 3. Et vous m'avez encadré également, puisque je suis passé par la rédaction, notamment le matin, c'était des moments de bonheur, merci encore une fois, le réveil -matin, toute l'équipe, les petits croissants, je vous dis merci, je vous souhaite pleines de bonnes choses pour la suite ».

Au milieu du journal, en annonçant le chapeau du dossier sur la situation en Syrie pour le journaliste « Tarek Draoui », celui-ci, en direct rend un vibrant hommage à sa collègue partante en retraite : « Je voudrais ce soir te rendre hommage, je suis profondément attristé, je vous remercie pour toutes ces années que nous avons passées avec vous ».

Et à la fin du journal, d'autres journalistes sont rentrés au studio, pour souhaiter une bonne retraite à leur collègue, avec la chanson d'Édith Piaf, « rien de rien ».

Cette scène, qui s'inscrit dans cette néo-radio s'il est permis de la nommer ainsi- est une scène sans doute, qui touche le pathos de l'auditoire, vu la relation intime qui se tisse au fil des années entre ces présentateurs et le public.

Mise à part la langue, plusieurs facteurs peuvent renforcer le discours de la présentation surtout au niveau de la télévision. Le physique, le charisme et les attributs vestimentaires jouent aussi un rôle prépondérant dans le choix de présentateur. Au lieu de jouer la star, le

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

présentateur joue un rôle à multiples facettes. Il doit se faire l'interface entre l'information et le public. Il doit être l'hôte du JT.³⁰⁹

Pour Eliséo Veron,³¹⁰ la présentation, c'est de proposer un certain agencement des trois ordres fondamentaux de la signification qui, transposés au support audiovisuel, interviennent dans la construction du journal télévisé.

Ces trois ordres sont très exactement ceux définis dans la sémiotique de Charles Sanders Peirce : la parole, c'est-à-dire le langage (le symbole, dans la terminologie de Peirce), l'image, (l'icône), et le contact, c'est-à-dire, la confiance (l'indice).

Dans ce contexte, nous allons étudier quelques indices dans la présentation au niveau de Canal Algérie :

4-2. Le look

Avant de tendre l'oreille aux informations lues par les différents présentateurs de la télévision, le téléspectateur aperçoit en premier lieu l'état vestimentaire du présentateur et d'une manière générale son look. La manière de s'habiller sans doute, exprime la personnalité du présentateur, mais dans ce contexte, il doit prendre en considération deux facteurs majeurs :

Le premier, l'élégance dans le choix des tenues, d'une manière à paraître naturel, et pas trop attirant. Car l'attention du public doit se pencher vers les informations et ne pas vers le look.

Le deuxième facteur consiste dans le respect de la doxa de la société algérienne, de manière à ne pas irriter les sensibilités culturelles et religieuses, où des tenues descentes sont exigées.



Photo n°1 : prise de l'édition du 11 avril 2016.



Photo n°2 : prise de l'édition du 22 janvier 2016

³⁰⁹Jean-Jaques Jaspers, Journalisme de télévision, De Boeck, p136.

³¹⁰³¹⁰Eliséo Veron, Il est là, il me regarde, il me parle, revue communication, énonciation et cinéma, p98-120, https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1983_num_38_1_1570.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Conscients de ces exigences, les présentateurs de cette chaîne apparaissent avec des tenues classiques, pour les hommes (costume et cravate) et des hauts penchants vers le classique pour les femmes. Dans ce contexte Fella Abraz,³¹¹ présentatrice au sein de Canal Algérie explique que la tenue vestimentaire doit répondre aux exigences de la société algérienne en évitant, par exemple le décolleté et les paillettes.

4-3. Le regard

Le regard du présentateur est un indice essentiel du type de discours qui se tient dans le JT. Si le présentateur regarde le spectateur dans les yeux, c'est qu'il lui raconte une histoire en rapport à la réalité.³¹²



Photo n°3 : Prise de l'édition du 1 Avril 2016.

Le journaliste regarde l'œil vide de la caméra, ce qui fait que le téléspectateur, se sent regardé : « il est là, je le vois, il me parle ».³¹³ Le journal télévisé a finalement choisi de se constituer autour de cette opération fondamentale, qui est ainsi devenue l'une des marques du genre, en tant qu'indice du régime de réel qui est le sien : les yeux dans les yeux. Appelons cette opération axe Y-Y, ce qui nous autorise à considérer que l'axe Y-Y est une sorte de caution de référencement. Devenu une marque d'identification du discours de l'information l'axe Y-Y serait dans sa forme actuelle, une marque complexe : opération énonciative, il serait en même temps méta-opération d'identification d'un type de discours par le poids de son mouvement de « défictionnalisation » : une sorte de « preuve » de l'ancrage du discours dans le réel de l'actualité.

La manière de lire des présentateurs, sans doute, a subi une révolution avec l'utilisation du

³¹¹Fella Abraz, Fella Abraz, Présentatrice à Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

³¹² Paul Stéphane Manier, Le journalisme audiovisuel, Ina éditions, 2011, p149.

³¹³ Eliseo Veron, Il est là, il me regarde, il me parle, revue communication, énonciation et cinéma, p98-120, *Op.cit.*

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

téléprompteur. Cet appareil permet au présentateur de lire son texte tout en regardant l'objectif de la caméra. Le texte est tapé sur un programme proche du Word classique. Il est ensuite projeté sur un miroir sans tain dont la largeur de la zone d'écriture est plus étroite que sur des pages de texte ordinaire, de façon à ce que les yeux du présentateur bougent le moins possible pendant la lecture. Cette manière de faire, nous l'avons constaté dans la lecture des informations de tous les présentateurs de Canal Algérie. Quelques exceptions à signaler où le présentateur lit ses papiers quand une information tombe à la dernière minute et le temps ne suffit pas pour l'introduire dans le système du téléprompteur, ou quand l'appareil tombe en panne.

4-4. Les mains

Nous avons remarqué à maintes reprises que plusieurs présentateurs trouvent des difficultés à manier la parole et les gestes de leurs mains en lisant les informations. Les mains doivent venir renforcer le discours d'information. Pour les présentateurs de Canal Algérie, la majorité des présentateurs de l'édition de dix-neuf heures, tentent à chaque fois d'appuyer leurs paroles avec une certaine gestualité des mains comme le montre cette image.



Photo n°4 : prise de l'édition du 24 janvier 2016.

Pour la présentatrice, Fella Abraz, l'adoption de ce ton n'est pas anodine, elle est le fruit d'un stage effectué à l'étranger. Par contre sa collègue Nadia Madaci,³¹⁴ favorise l'ancienne école en adoptant selon elle cette logique de sérieux.

³¹⁴ Nadia Madaci, Présentatrice à Canal Algérie, entretien le 22 février, 2018.

4-5. Le sourire

Le sourire est une arme extraordinaire selon Manier,³¹⁵ mais il doit s'adapter au contexte. Les présentateurs de cette chaîne accueillent généralement les téléspectateurs avec le sourire.



Photo n° 6 : Prise de l'édition du 7 janvier 2016.

Et les présentateurs, généralement, sourient en prenant congé des téléspectateurs. Le sourire a une grande vertu de désamorcer la tension. Même à la radio, nous apercevons le sourire même dans le ton de la lecture des informations de quelques présentateurs, surtout en état d'interactivité avec d'autres journalistes.

À travers ces modèles, nous inscrivons ces deux médias dans une logique charnière entre le modèle de la paléo et de la néo. Les pratiques de la paléo, sont toujours incarnées, là où le présentateur est contraint de lire une liste d'informations officielles. Le présentateur doit adopter cette logique du sérieux. Par contre dans la présentation des autres sujets, le présentateur essaie de se colorer avec l'information. Pour la présentatrice de Canal Algérie Fella Abraz,³¹⁶ la meilleure façon de transmettre l'information au public est d'être naturelle et de se colorer sur le registre émotionnel avec l'information.

³¹⁵Paul-Stéphane Manier, *Le journalisme audiovisuel, op.cit, p149.*

³¹⁶Fella Abraz, Présentatrice à Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

Conclusion

Ci-après, nous récapitulons les principaux résultats de l'analyse concernant ce chapitre VI lié à l'organisation de la rédaction et la conception de l'édition.

L'idée générale qui ressort de l'analyse de ce chapitre est que les sujets officiels prennent la primauté dans les couvertures et puis dans la hiérarchisation et la présentation des éditions.

Grille d'analyse n°1 : l'organisation de la rédaction et conception de l'édition.

Critères de l'analyse	Les résultats de l'analyse	Comparaison entre la Chaîne 3 et Canal Algérie
1-La conférence de la rédaction	1-Les sujets d'ordre protocolaire sont favorisés dans la sélection des sujets à couvrir. 2-la conférence avec le directeur général a le dernier mot quant aux sujets à retenir dans les éditions.	1-La feuille de route des sujets à couvrir est conçue par l'encadrement et les journalistes de la Chaîne 3. 2-Au niveau de Canal Algérie la feuille de route est centralisée.
2-La hiérarchisation des sujets	-la plupart des éditions donnent la primauté dans l'agencement des sujets à l'information protocolaire	1-Au niveau de Canal Algérie vingt-six (26) éditions sur vingt-huit(28) ont ouvert avec l'information officielle 2-Au niveau de la Chaîne 3, vingt(20) éditions ont ouvert avec l'information protocolaire.
3-Les titres	-Les titres des informations officielles dominant au niveau des deux médias	-Les titres protocolaires sont plus dominants au niveau de Canal Algérie qu'à la Chaîne 3.
4-La présentation	-Les deux médias se situent dans la période charnière entre la paléo et la néo.	-La présentation au niveau de la Chaîne 3 est plus interactive.

Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition

À travers ce chapitre, nous avons tracé le processus de fabrication de l'information, depuis la conférence de la rédaction en passant par la sélection des sujets et leur hiérarchisation.

Les sujets protocolaires sont favorisés lors de la sélection des sujets à couvrir pendant le débat de la conférence de la rédaction. Ces mêmes sujets sont mis en exergue dans les titres des éditions. Néanmoins, cette pratique est plus récurrente au niveau de Canal Algérie.

Le choix de l'information au sein de ces deux chaînes nous semble orienté et dirigé selon l'agenda ce en ignorant les critères professionnels de la sélection et de la hiérarchisation des nouvelles. Quant à la présentation, bien que les deux médias se situent dans une période charnière entre la paléo et la néo, elle nous a permis de constater cette tendance davantage interactive au niveau de la Chaîne 3.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Dans le premier volet du présent chapitre, nous discuterons des rubriques abordées dans les éditions des deux médias ainsi que leur emplacement. Dans le deuxième volet, nous traiterons des sources des nouvelles présentées au sein de ces deux médias.

1-L'agencement des rubriques dans les éditions

Nous allons analyser ici les thématiques ou bien les rubriques de l'actualité des éditions de ces deux médias. Nous tenons à préciser que l'opération de rubriquage est importante, car elle constitue la base de la configuration thématique de l'espace public qui est construit par les médias.³¹⁹

Le rubriquage dans ces médias n'est pas figé, ces derniers ouvrent avec « L'événement » sans souci de la rubrique à laquelle il se rattache, car à la radio et à la télévision, la nouvelle se répartit dans le temps ; et de ce fait elle sera à la fois cumulée et hiérarchisée à l'intérieur d'une certaine unité temporelle.

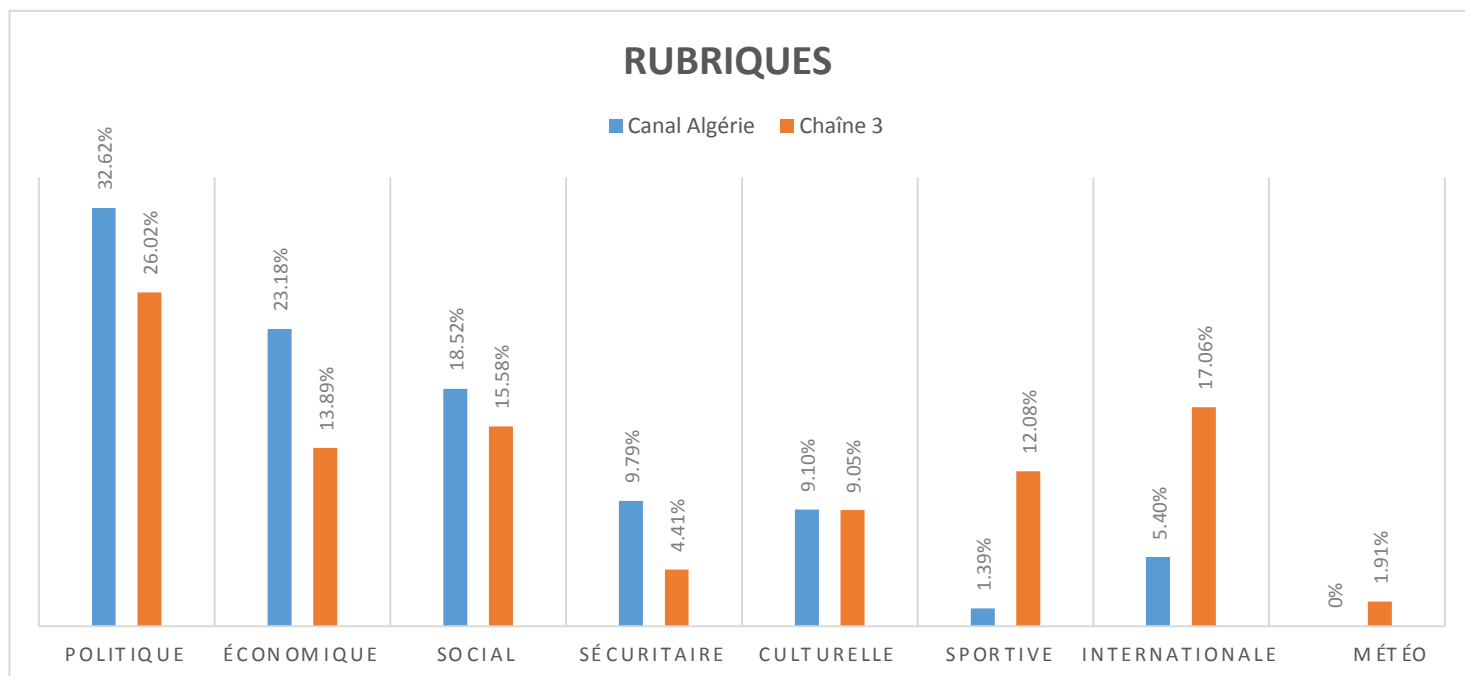
Dans ce chapitre, nous allons analyser l'information politique, en général, comme espace des hommes politiques (les autorités officielles et partis politiques) ; l'information économique (activité officielle et développement local) ; l'information sociale (sujets liés aux citoyens et événements sociaux comme programme du gouvernement) ; l'information sécuritaire comme espace consacré surtout à la lutte anti-terrorisme et aux activités du vice-ministre de la Défense nationale ; la culture comme espace des artistes et les festivals et le sport, comme espace des activités sportives. Nous avons analysé aussi l'information régionale et internationale.

Ce rubriquage est un témoignage de la manière dont chaque chaîne construit son espace public.

Nous tenons ici à travers ce graphique à présenter les résultats de l'analyse quantitative du discours, concernant les thématiques abordées dans l'édition de 19 heures de ces deux médias. Ce sont les résultats de quatre mois sélectionnés par notre recherche **(les détails des rubriques, voir l'annexe n°10)**.

³¹⁹ Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social, *Op.cit.*, pp160-161.

Graphique n°1 : Rubriques des éditions de 19 heures de Canal Algérie et la Chaîne 3 des mois du janvier, avril septembre et décembre, 2016.



1-1. L'information politique

À travers ce graphique, nous constatons que l'information politique est dominante sur les thématiques des deux chaînes à raison de 32,62 % concernant Canal Algérie contre 26,02 % pour la Chaîne 3.

Dans les éditions de ces deux médias, nous apercevons que presque la moitié de la durée de chaque édition et -des fois plus-, est consacrée à l'évènement politique. Nous prenons pour illustration cette édition du 21 avril de Canal Algérie, sur la durée de l'édition qui est de vingt-neuf (29) minutes, vingt (20) minutes sont consacrées au politique. Le constat est le même pour la Chaîne 3. Dans l'édition du 7 avril, la politique a pris la moitié de l'édition avec 6 minutes sur la durée totale du journal qui était de 12 minutes.

Le taux de l'information politique est plus important à Canal Algérie par rapport à la Chaîne 3, ceci est expliqué par l'obligation de cette chaîne de reprendre presque tous les événements politiques de la journée dans l'édition de 19 heures.³²⁰

³²⁰ Adel Boukhames, Rédacteur en chef de Canal Algérie, *Op.cit.*

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Par contre la Chaîne 3 se démarque avec une marge de liberté³²¹ qui est de faire le tri des sujets à reprendre. Des fois, c'est l'actualité qui impose ces sujets politiques comme cela est expliqué par le directeur de l'information de cette station.

La dominance de la politique sur les contenus des journaux télévisés ou parlés n'est pas une spécificité des médias algériens ; ceci est expliqué par l'importance des supports audiovisuels qui sont devenus aujourd'hui les principaux canaux utilisés par la communication politique.³²² Depuis un certain débat télévisé entre Richard Nixon et John F.Kennedy en 1960, les hommes politiques de tous les pays ont appris à reconnaître cette importance.

Les hommes politiques ont en réalité compris que le fait même de se produire à la télévision indépendamment du discours qu'ils pouvaient y tenir, a une importance vis-à-vis du public.

Le seul fait de savoir que tel ou tel homme politique est passé à la télévision a en effet une valeur symbolique favorable, et donc un effet politique positif. Philippe J.Maarek³²³ explique ceci par deux raisons :

L'homme politique se voit conférer un statut institutionnel ;

Le statut technique de sa communication s'améliore.

La simple tenue du discours à la télévision en soi aura donc produit un effet positif, et confère un statut : celui de l'homme politique « légitimé ».

Car tout pouvoir est astreint à la légitimité, si ce n'est auprès de l'ensemble des gouvernés, ce sera tout au moins auprès des groupes sociaux qui lui assurent sa pérennité. Sachant que le pouvoir politique est une structure institutionnelle qui se matérialise à travers des rôles d'autorité spécialisés (chef, ministre, juge, etc.) concentrant et monopolisant les moyens de la domination légitime, au sens où aucun groupe ni individu extérieur à cette structure institutionnelle ou non autorisé par elle ne peut prétendre exercer légitimement une quelconque fonction d'autorité sur la société.³²⁴

Si on rentre dans les sous- thèmes de cette information politique, nous observons que

³²¹Hassane Meftahi, Directeur de l'information de la chaîne 3, interview le 30 septembre 2018.

³²² Philippe J. Maarek, Le message télévisé a-t-il besoin du discours politique ? Mots. Les langages du politique 1989, pp23-41.

³²³*Ibid.*

³²⁴Kaid L.L.,Holtz- Bacha C.(dir), Encyclopedia of political communication, thousand Oaks, sage, 2007, p39.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

l'information officielle ou protocolaire³²⁵ occupe plus de 94 % de l'information politique au sein des deux médias, par contre l'information liée aux partis politiques occupe moins de 6%*.

Cette hégémonie de l'information officielle sur les deux chaînes est expliquée par l'impératif de ces médias de couvrir les activités protocolaires, comme il est mentionné dans leur cahier des charges³²⁶ : l'article 12 du cahier des charges de l'entreprise l'EPTV et l'article 17 du cahier des charges de la Radio Nationale qui sont identiques et qui stipulent que :

« En matière d'information, l'établissement doit assurer l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion, la réalisation et la programmation, à tout moment, des déclarations et des communications du gouvernement sans limitation de durée et ce à titre gratuit ».

Par contre l'activité des partis politiques, comme les montrent ces statistiques, est minimisée.

Saad El Kenz*explique que : « toujours, depuis 1962 à nos jours(2019), les médias lourds nationaux ont pratiqué une véritable « excommunication » médiatique à l'encontre des élites (politiques, universitaires, syndicales, artistiques et autres),affiliées à des ancrages actifs ou sympathisants de partis d'opposition ».

Le professeur Mostefaoui*corroboire cet avis : « le recours des médias publics aux discours des partis politiques dans la fabrication des journaux se fait généralement lors des rendez-vous électoraux».

Ces visions que nous jugeons logiques du moment où la plupart des interventions des responsables des partis politiques dans les journaux de ces médias sont enregistrées au mois de janvier lors des consultations sur l'avant-projet de la nouvelle Constitution. Dans les journaux de Canal Algérie, une rubrique spéciale est consacrée pour cet événement juste au début du journal.

Prenons par exemple l'édition du 9 janvier de la Chaîne 3 :

³²⁵ Cette information liée à l'activité du président, membres du gouvernement, parlement et instituts d'Etat, nous avons adopté cette appellation avec le consentement des journalistes et experts sondés.

* Ici, nous avons recensé tous les sujets politiques des éditions de notre échantillonnage, et nous sommes arrivés à ce résultat, consultez annexes n°14 et 15.

³²⁶ Cahier des charges, décret exécutif n°91-101du 20avril1991portant concession à l'établissement public de télévision, des bien domaniaux des prérogatives et des activités inhérentes au service public de la télévision, art.12.

*Saad El Kenz, Directeur d'étude à la présidence de la République, (46) ans d'expérience, interview par questionnaire, mars 2019.

*Belkacem Mostefaoui, Professeur des universités,(30ans) d'expérience, entretien par questionnaire réalisé en juin 2018.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

-« Dans notre page politique, le projet de révision Constitutionnelle, première sortie médiatique de TAJ après la présentation de l'avant-projet de loi sur la révision de la Constitution. TAJ se voit satisfait du contenu de l'avant-projet de loi ».

« Le rassemblement national démocratique (RND) a exprimé également ce samedi sa grande satisfaction du contenu de l'avant-projet de révision de la proposée par le président de la République Abdelaziz Bouteflika, affirmant soutenir pleinement cette initiative ».

-« Le secrétaire général de l'ANR, Belkacem Sahli a exprimé ce matin devant les membres de son parti, devant la presse sa satisfaction à l'égard de l'avant-projet de révision de la constitution ».

In fine, la présence des partis politiques dans les éditions vient pour afficher une réaction par rapport à un événement initié par l'Etat en renforçant le discours du pouvoir, mais pas en tant qu'activité ou bien discours propre aux partis.

Nous observons ici, que toutes les réactions recueillies affichent une satisfaction quant au contenu de l'avant-projet de la révision de la Constitution. Les visions opposées au projet et leurs réserves sur quelques points, à l'instar du FFS et NAHDA sont occultées.

Au sein de Canal Algérie, l'activité des partis politiques est presque inexistante ; nous mentionnons quelques réactions des partis toujours sur la révision de la Constitution ; l'édition du 9 janvier rapporte la satisfaction du Rassemblement National Démocratique (RND) quant à l'article 4 bis lié aux libertés.

Ceci nous démontre que la représentation du fait politique officiel dans ces médias prend d'abord, ainsi, la forme des institutions, où le pouvoir et les acteurs politiques marquent l'ensemble des faits et des événements. Par conséquent, ces médias deviennent sans doute, une autre scène de l'activité protocolaire des autorités officielles.

Ali Boukhlef*, journaliste au quotidien El Watan affirme que : « l'opposition est pratiquement exclue des débats politiques, notamment de la Télévision publique. En dehors des périodes électorales et de certains débats économiques, les partis de l'opposition sont quasiment interdits de ces médias ». Il avance comme exemple, l'émission matinale de la Chaîne 3 « l'invité de la rédaction » où des personnalités pro-pouvoir passent plusieurs fois par mois en excluant celles de l'opposition.

* Ali Boukhlef Ali, Journaliste au quotidien El Watan, (16 ans d'expérience), interview par questionnaire, mars, 2018.

1- 2. L'information économique

Les chiffres du même graphique nous démontrent l'importance de l'événement économique occupée sur les deux chaînes, car l'économie s'est imposée en tant que rubrique dans les médias généralistes, ou alors en tant que sujet qui occupe une place de plus en plus importante dans les contenus des journaux télévisés et journaux radiophoniques.

Au niveau de Canal Algérie, le chiffre est prépondérant : plus de 23 % de l'actualité du journal est consacrée à l'économie, contre 13 % au niveau de la Chaîne 3 sachant que plusieurs événements phares se sont déroulés en Algérie pendant l'année 2016, à l'instar du colloque international sur l'énergie et le Forum économique africain.

Si nous approfondissons dans les sous- thèmes de cette rubrique économique, nous constatons deux genres de sujets : les événements économiques officiels à l'instar des Forums, et colloques nationaux et internationaux et les sujets économiques liés surtout au développement local.

Dans les éditions de Canal Algérie, les sujets liés au développement local occupent une place considérable avec un taux de 21,97 %. Tandis qu'à la radio, ce genre de sujets n'occupe que 10,77 %.³²⁷ Concernant ce point, le directeur de l'information de Canal Algérie explique que cette chaîne reprend généralement les reportages diffusés au préalable par la chaîne terrestre, et de temps en temps les journalistes de cette chaîne réalisent, eux même, quelques sujets. Par contre, sur les ondes de la Chaîne 3, les sujets liés au développement local sont indigents, ceci est expliqué par le directeur de l'information de cette chaîne par traitement dans d'autres rendez-vous de l'information, à savoir les sujets liés au développement local qui sont largement traités surtout dans le journal régional diffusé sur les ondes de cette chaîne quotidiennement à 17 h 00.

L'événement économique le plus important pendant cette année est le Forum international de l'énergie qui s'est déroulé entre le 27 et le 29 septembre, un forum aux enjeux multiples. Ces deux chaînes ont consacré presque l'édition complète à cet événement ; nous observons dans cette édition de la Chaîne 3 que trois titres sont consacrés à cet événement :

-« L'évènement phare de ce mardi, le forum international de l'énergie qu'abrite Alger, un espace de dialogue et de concertation, dans un contexte marqué par la chute des prix du brut, après un quart de

³²⁷ Ici, nous avons recensé les sujets économiques et puis nous sommes rentrés dans les sous-thèmes : économie officielle et développement local. Voir annexes n°14 et 15.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

siècle d'existence. Il convient de réfléchir au sein de ce Forum sur les moyens de faire avancer ce dialogue, souligne à l'ouverture des travaux, le Premier ministre Abdelmalek Sellal ».

2- « Abdelmalek Sellal, qui a eu une série d'entretiens bilatéraux, cet après-midi avec plusieurs ministres, appelle ainsi à des solutions visant la stabilité du marché pétrolier ».

3- Le secrétaire général de l'OPEP se veut justement optimiste ; les consultations entre les principaux acteurs du domaine vont dans le bon sens, affirme-t-il- en marge du Forum ».

Canal Algérie pour sa part a consacré deux titres à cet événement :

1 -« La tenue à Alger de la 15eme réunion du forum international de l'énergie en présence du Premier Ministre Abdelmalek Sellal et de plusieurs délégations, venus débattre des perspectives et des défis énergétiques mondiaux ».

2-« L'Algérie a un souci constant d'instaurer un véritable dialogue et la concertation entre les différents acteurs de la scène énergétique régionale et mondiale selon les déclarations du Premier ministre à l'ouverture de ce forum ».

Nous remarquons que l'importance est donnée à l'évènement en lui consacrant plusieurs titres ; ces derniers sont visiblement des reprises de l'intervention du Premier ministre Abdelmalek Sellal, qui met l'accent sur l'importance de cet évènement que l'Algérie abrite.

Un autre événement économique phare s'est déroulé pendant cette année 2016 ; c'est celui du Forum d'affaires pour l'investissement en Afrique, entre le 3 et 5 décembre 2016. Le 5 décembre, c'était la clôture de ce Forum, la Chaîne 3 a traité largement cet événement avec un titre à la une :

« Forum d'affaires pour l'investissement en Afrique couronné par la signature d'une centaine de contrats et protocoles d'accords entre les entreprises algériennes et leurs homologues africaines ». En suite le sujet était largement développé à l'ouverture de l'édition ponctuant un compte- rendu de presque deux minutes avec différents intervenants.

Par contre, Canal Algérie a minimisé l'évènement en lui consacrant une brève de 35 secondes. Si nous essayons de comprendre les causes réelles derrière cette légèreté dans la couverture de cet évènement, nous nous référons à la presse nationale qui a expliqué l'incident protocolaire qui s'est déroulé le jour de l'ouverture de l'évènement, quand le président du Forum des Chefs d'Entreprises (FCE), Ali Haddad a pris la parole après le Premier ministre Abdelmalek Sellal,

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

mais avant le ministre des Affaires étrangères Ramtane Lamamra, rompant l'ordre protocolaire. Les membres du gouvernement ont quitté alors la salle sous les yeux de l'assistance.

Le patron du FCE Ali Haddad, n'a pas manqué de revenir sur «l'incident» qui a eu lieu lors de l'ouverture : « Quand on commet des erreurs, il faut le dire et apprendre. Il faut les corriger et les assumer. Il n'y a que Dieu qui ne fait pas d'erreurs»,³²⁸ affirme-t-il.

M. Haddad a expliqué le retrait de l'auditorium, le jour de l'ouverture, des membres du gouvernement, le Premier Ministre Abdelmalek Sellal en tête, par le fait que l'animatrice, désignée par le ministère des Affaires étrangères, a omis d'annoncer le départ du Premier ministre.

En évitant toute polémique à propos de ce sujet, Canal Algérie s'est contentée d'une simple dépêche de l'APS, lue par le présentateur.

Concernant les sujets économiques liés au développement local, Canal Algérie, diversifie les sujets dans ce domaine où on assiste à une mosaïque de thématiques émanant de plusieurs wilayas. Presque toutes les éditions de cette chaîne traitent une thématique économique de ce genre.

Paul De Maesneer³²⁹ classe les sujets du développement parmi les valeurs de base de la sélection de la nouvelle : « ce genre d'informations doit être un sujet de première importance et d'intérêt général pour les populations des pays en développement ».

Si on s'étale sur l'édition du 24 janvier, Canal Algérie aborde le sujet de l'agriculture à Biskra : « L'agriculture saharienne est en plein essor à la faveur des nombreux programmes mis en place par le gouvernement pour son développement, etc. ».

L'édition du 2 janvier traite d'un sujet sur l'investissement à Mascara : « un fort potentiel industriel et agricole et une importante assiette foncière destinée à l'investissement, les autorités locales ont mis le paquet dans cette perspective, des mesures de facilitation à l'investissement ont été initiées, etc ».

³²⁸ Le journal le temps, le 6 décembre 2016. <https://www.letempsdz.com/index.php/186895>.

³²⁹ Paul De Maeseneer, A vous l'antenne ! précisions de journalisme radio, Nouveaux Horizons, P30.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Nous constatons à travers ces exemples que les sujets ciblés sont sélectionnés et traités sous un seul angle qui illustre le côté positif du sujet tout en exerçant un mutisme sur les problèmes économiques dans lesquels ces régions se débattent.

Le constat est fait par Mabrouk Ait Athmane,^{330*} journaliste à la radio Soummam : « Plusieurs sujets sont traités d'un seul point de vue. Les parties opposantes, sont dans la plupart des cas, écartées et ne se font pas entendre. Si parfois le micro leur est tendu, ce n'est pas de la même manière surtout en matière de minutage ».

Paul De Maesneer³³¹ explique que l'actualité ayant trait au développement n'est ni nécessairement, ni uniquement une bonne nouvelle. Elle ne doit pas toujours parler d'exploits ou de faits réconfortants. Ceci implique aussi l'émergence d'un nouvel ordre économique et social avec ses retombées sur la société.

1-3. L'information sociale

En tentant toujours d'analyser les chiffres de ce graphique, nous apercevons que ces deux chaînes attachent une importance majeure à l'évènement social. Ce genre d'information est décliné sur l'espace du journal de Canal Algérie d'environ 18 %, contre 15 % au niveau de la Chaîne 3.

Néanmoins, nous distinguons deux points dans le traitement de ce genre d'information au sein des deux chaînes :

La qualité des sujets ;

La hiérarchisation de l'évènement social.

Concernant la qualité des sujets, à Canal Algérie l'évènement social constitue rarement une actualité autonome ; il est généralement un fait déclaré par les pouvoirs publics.

Si on tient compte de ce constat, nous relevons qu'une grande majorité des sujets touchant directement les citoyens sont annoncés par les pouvoirs publics.

Nous observons dans l'édition du 16 avril de Canal Algérie « une grande opération de relogement a été lancée ce matin à Constantine ; Abdelmalek Sellal a remis symboliquement les clés à 27 bénéficiaires dans le cadre de 8 000 unités d'habitations toutes formes confondues ».

^{*330} Mabrouk Ait Athmane, Journaliste à la radio Soummam, Bejaia, 15 ans d'expérience interview par questionnaire, mars 2018.

³³¹ Paul De Maeseneer, A vous l'antenne ! précis de journalisme radio, nouveaux horizons, p31.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Le sujet social ne constitue pas l'objet ni l'objectif, mais il n'est qu'une occasion pour parler des initiateurs des programmes d'intervention. Ces acteurs, notamment officiels, sont les noyaux des sujets et la question dominante demeure : qui a organisé l'événement ?

Bien que la Chaîne 3, s'inscrive dans la même logique du traitement, elle se distingue de temps en temps par des sujets sociaux autonomes des pouvoirs publics, quand l'actualité l'impose.

Nous observons dans le journal du 9 septembre, le premier titre :

« La localité d'Ain El Fekroune à Oum El Bouaghi est sous le choc ; le petit Nacereddine disparu hier a été retrouvé mort, assassiné par sa tente selon le procureur de la République ».

Cette information a été développée à la une avec un compte-rendu du correspondant sur place d'environ une minute. Ce sujet n'était pas abordé par Canal Algérie.

L'autre point dont nous allons discuter ici, est la hiérarchisation de ce genre de sujets :

Le sujet social n'occupe guère l'ouverture des éditions à Canal Algérie ; par contre la Chaîne 3 se particularise avec quelques ouvertures.

Nous allons nous arrêter sur cet exemple du journal du 2 avril. Ce jour-là, un accident mortel a eu lieu à Béchar, provoquant 11 morts et 6 blessés.

La Chaîne 3 annonce cette information à la une avec un titre :

1-« L'hécatombe se poursuit sur nos routes ; à Béchar 11 morts et 6 blessés dans un accident entre Zoufane et Taghit, la grande faucheuse continue à sévir, 18 décès enregistrés ces dernières 48 heures à travers le territoire national ».

Cette information a pris la « Une » du journal. À Canal Algérie, l'information n'apparaissait pas dans les titres, on la trouve dans le développement, où elle est décalée en 5ème position, après l'information protocolaire.

Dans ce contexte Aissa Merah,³³² chercheur à l'université de Béjaia explique que le traitement et la médiatisation d'un sujet social, souvent en tant que problème, par les médias, signifie souvent qu'il n'a pas été pris en charge par les canaux et les dispositifs adéquats.

³³²Aissa Merah, *Social subjects in algerian media. For social media professionalism.* <http://journals.openedition.org/communiquer/322>.

1-4.L'information culturelle

Concernant les informations liées à la culture, l'importance attribuée à cette thématique par les deux médias est presque identique (9 %) chacune.

À travers notre analyse, nous avons constaté deux genres d'événements culturels dans les éditions :

-Des activités liées à l'actualité.

-Des reportages sur le patrimoine culturel algérien.

Abordant l'axe lié à l'actualité culturelle, la Chaîne 3 se spécialise par des liaisons en direct avec ses correspondants ou bien des envoyés spéciaux de la rédaction sur les lieux des événements. Nous citons comme exemple cette édition du 20 décembre où deux interventions en direct ont eu lieu : « Le coup d'envoi à l'opéra Boualem Bessaih de la 11ème édition du festival international de la musique Andalouse et de la musique ancienne, la journaliste Hayet Rahmani est sur place. Et « Le Festival du film amazigh, au troisième jour de compétition, de Tizi Ouzou, le correspondant Mohamed Haouchine ».

Concernant les reportages culturels, Canal Algérie se démarque avec le support de magnifique représentations en rapportant les belles images du patrimoine de notre pays. Dans le journal du 24 janvier, une virée à la fin de l'édition à Tamanrasset pour rapporter le spectacle de la fantaisie à Timimoun à la veille de la célébration de Mawlid Ennabaoui Echarif, avec des séquences sublimes de la fantasia. Le journal du 4 avril rapporte aussi des magnifiques images du ballet national qui a présenté un spectacle chorégraphique du Sahara.

Dans ce contexte, nous relevons que la Chaîne 3 favorise l'événement culturel factuel ; par contre Canal Algérie mise beaucoup plus sur les reportages liés au patrimoine culturel de notre pays.

La page culturelle placée à la fin du journal est considérée comme un délicieux dessert qui efface l'amertume des ingrédients de la politique, mais cet emplacement permet la tentation de l'occulter, de crainte de dépassement du temps du journal.³³³

³³³Bruno Cras, Formateur au centre CFPJ, France, stage en septembre 2012.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

1-5. L'information sécuritaire

En lisant toujours les chiffres de ce graphique, nous constatons que l'information sécuritaire est mieux considérée à Canal Algérie avec 9,79 % qu'à la Chaîne 3 où elle n'est représentée que de 4,41 %. Le directeur de l'information de Canal Algérie explique ceci par l'impératif de reprendre les comptes- rendus, concernant l'information sécuritaire, réalisés par la chaîne terrestre en intégralité, des comptes- rendus généralement longs dépassant les deux minutes et qui sont traduits en langue française et diffusés sur Canal Algérie.

L'information sécuritaire diffusée par ces deux médias est répartie en deux genres :

-L'activité du général de corps d'armée, vice-ministre de la Défense nationale, chef d'Etat-major de l'armée nationale populaire, Ahmed Gaid Salah.

-La lutte contre le terrorisme.

Concernant l'activité du général de corps d'armée, ces deux médias se focalisent généralement sur les déclarations du chef de l'armée lors de ses visites aux différentes régions militaires où il met en exergue la performance de l'armée nationale. L'édition du 4 avril de Canal Algérie illustre bien ce genre d'informations.

« Le général de corps d'armée, Ahmed Gaid Salah poursuit ce lundi sa visite de travail et d'inspection dans la deuxième région militaire à Oran ; le vice-ministre de la défense nationale a présidé une réunion avec le commandement de l'Etat-major de cette région. Il n'a pas manqué de rappeler les grands efforts consentis pour le développement et la modernisation de toutes les composantes de l'armée nationale ; le niveau de la disponibilité opérationnelle atteint ces dernières années par l'armée nationale populaire est le fruit d'une excellente formation de l'entraînement et de la qualité de préparation aux combats ».

L'édition du 21 avril de Canal Algérie, rapporte ceci :

« Le général de corps d'armée Ahmed Gaid Salah a inauguré et inspecté aujourd'hui la frégate « الرادع », 910, un navire de guerre qui dispose des technologies de haute précision, les plus modernes et qui vient ainsi renforcer la flotte navale nationale ».

Concernant les sujets liés à la lutte anti-terroriste, l'année 2016 a été marquée par l'organisation à Alger le 7 septembre, de l'atelier international sur le rôle de la démocratie dans la prévention et la lutte contre l'extrémisme violent et le terrorisme.

Ces deux chaînes se sont focalisées sur l'évènement, tout en illustrant le rôle de l'Algérie comme leader dans la lutte contre le terrorisme.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Canal Algérie s'est étalée sur l'événement en lui attribuant le premier titre :

« La démocratie dans la prévention et la lutte contre l'extrémisme violent et le terrorisme, l'évènement est organisé par l'Algérie ».

La Chaîne 3, de son côté, est revenue sur cet événement :

« Le rôle de la démocratie dans la prévention et la lutte contre l'extrémisme violent et le terrorisme au centre d'un atelier qu'abrite Alger ; le secrétaire d'Etat américain pour la démocratie et les droits de l'homme qualifie de forte la coopération algéro-américaine en matière de lutte contre le terrorisme ».

Cet intervenant déclare qu'« aucun pays ne pourra à lui seul combattre le fléau de terrorisme sans l'aide d'autres pays partenaires ».

Cette déclaration d'un responsable américain, est tout à l'honneur de l'Algérie, qui est sollicitée à chaque fois de transmettre son expérience dans la lutte anti-terroriste.

D'ailleurs, le ministre des Affaires étrangères Remtane Lamamra³³⁴a souligné à plusieurs occasions que l'Algérie est un pays exportateur de la paix : « L'Algérie assume pleinement son rôle de pays exportateur de paix et de stabilité ».

À travers notre modeste analyse, nous concluons que la visibilité de l'information sécuritaire au sein de ces deux médias est tout d'abord un impératif, surtout au niveau de Canal Algérie où des instructions sont données pour diffuser à outrance ce genre d'information. Le message latent de telles informations nous semble être celui d'illustrer cette cohésion au milieu militaire et mettre en exergue la force et la capacité de l'armée nationale populaire à défendre le pays et à éradiquer le terrorisme.

1-6. L'information internationale

Concernant la rubrique internationale, les chiffres de ce graphique nous démontrent que la Chaîne 3 donne une importance majeure à l'événement international (17,06 %), par rapport à Canal Algérie qui minimise ce genre d'évènements (5,40 %). La Chaîne 3 dispose de six correspondants permanents à l'étranger comme nous l'avons suscité (Bruxelles, Paris, New-York, Londres, Genève et Gaza). Par contre, Canal Algérie possède une seule correspondante à Paris.

³³⁴Déclaration de M. Lamamra dans une intervention à l'occasion de la célébration de la Journée de l'Afrique, APS le 26/5/2016.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Cette station a recours - quand c'est nécessaire - aux comptes- rendus envoyés par les correspondants de la Chaîne terrestre, où la matière est reprise et puis traduite en langue française.

L'indigence de l'information internationale dans le journal de dix-neuf heures de Canal Algérie est expliquée par le rédacteur en chef de cette station,³³⁵ qui l'impute au facteur temps : « le journal est tellement limité dans le temps que l'événement international ne trouve pas sa vraie place ».

Arnault Mercier³³⁶ explique « un fait étranger devient aussi un événement international quand il fait écho aux préoccupations nationales ».

Dans le traitement de l'information internationale au sein de ces deux médias, nous distinguons 3 genres d'informations :

1-L'actualité internationale, comme une réaction des autorités officielles sur des évènements.

2-L'actualité internationale dont l'Algérie défend la cause.

3-L'actualité qui surgit sur la scène internationale.

Concernant le premier point, ces deux médias rapportent la position de l'Algérie vis-à-vis de quelques évènements internationaux touchant directement l'Algérie ou bien par devoir de se positionner de la diplomatie algérienne.

Nous prenons comme exemple le journal du 4 avril de la Chaîne 3 : la première information met en exergue la position de l'Algérie concernant l'éventuel déploiement des forces militaires algériennes au Yémen.

1-« Tayeb Belaiz, transmet un message du président de République Abdel Aziz Bouteflika au souverain saoudien. Le président de la République souligne dans ce message la position de l'Algérie sur certaines questions brûlantes de l'heure, qui relève du principe de non-ingérence. L'Algérie privilégie toujours les solutions politiques, comme elle rejette la violence qui ne peut engendrer que la violence ».

Le journal du 5 avril a repris la même information avec des extraits du message du président de la République : « la position de l'Algérie émane de la Constitution, qui lui interdit, souligne le chef de l'Etat, le déploiement des forces armées algériennes hors des frontières du pays. Le chef de

³³⁵ Interview avec le rédacteur en chef de Canal Adel Boukhames, rédacteur en chef de Canal Algérie, *Op.cit.*

³³⁶ Arnault Mercier, le journal télévisé, presses des sciences PO, 1996, p 200.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

l'Etat estime que cela ne les empêchent pas de fournir des aides considérables dans d'autres domaines » .

L'information était présentée ainsi sans d'autres détails. L'auditeur ne peut deviner de quelle ingérence, s'agit-elle. La presse parue (le 5 avril), ainsi que l'Agence France Presse(AFP) ont apporté des éclairages concernant cette information où l'Algérie a décliné la demande de l'Arabie Saoudite de déployer des troupes au Yémen dans le cadre de la coalition arabe menée par l'Arabie Saoudite pour soutenir le président de ce pays qui fait face à une insurrection de rebelles soutenus par l'Iran. L'Algérie a également refusé de déclarer le Hezbollah libanais comme organisation «terroriste».³³⁷

Canal Algérie a traité cette information le même jour (4 avril) en citant le communiqué du ministère des Affaires étrangères sans la moindre explication sur le contexte de ce rappel de la position de la diplomatie algérienne.

Évoquant le deuxième point, concernant l'actualité internationale dont, l'Algérie défend les causes, nous constatons la prééminence de quelques dossiers à l'instar du dossier du Sahara Occidental et du dossier palestinien.

Si on prend comme exemple le dossier du Sahara Occidental, à Canal Algérie où l'événement international est minimisé, l'information liée à ce dossier occupe 34,56 %³³⁸ du temps réservé à l'actualité internationale. Ceci est expliqué par la feuille de route de ces deux médias, ceci pour illustrer la politique étrangère de l'Etat algérien vis-à-vis de quelques questions internationales épineuses ; au point où les journalistes veillent sur le dossier du Sahara Occidental en lui octroyant une importance majeure et certains le hiérarchisent même dans la rubrique nationale, constatons-nous.

La Chaîne 3 s'inscrit dans le même registre où l'information sur le Sahara occidental occupe 14,73 % de l'information internationale. Nous observons lors de l'édition du 21 avril que cette chaîne a assuré la couverture de la réunion du Parlement européen par son envoyé spécial à Bruxelles :

« Nous parlerons du Sahara Occidental, à Bruxelles avec la réunion de l'inter groupe du parlement européen pour le Sahara occidental. Les députés européens, préoccupés par la situation au Sahara

³³⁷AFP, 5 Avril 2016,21h26.

*³³⁸ Ici nous avons recensé tous les sujets liés au Sahara occidental au niveau des deux médias et nous sommes arrivés à ce résultat.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

occidental interpellent l'ONU et l'Union Européenne : écoutons le ministre sahraoui des affaires étrangères, Salem Ouled Salek au micro du correspondant permanent Habib Ben Safi ».

Concernant la question palestinienne, ce dossier revient à chaque fois, même avec des petites brèves, vu le lien historique entre les deux pays où l'Algérie réitère à chaque fois son soutien à la cause palestinienne.

Nous observons dans l'édition du 2 janvier de Canal Algérie :

« Le président de la République félicite le président de l'Etat de Palestine Mahmoud Abbas à l'occasion du 51^{ème} anniversaire du déclenchement de la Révolution du 1^{er} janvier. Dans ce message, le chef de l'Etat réaffirme le soutien indéfectible de l'Algérie à la lutte juste du peuple palestinien ».

Le journal du 10 janvier de la Chaîne 3 rapporte les déclarations du secrétaire général de l'exécutif et chef du département des négociations de l'OLP et de l'Etat de Palestine Saib Oureikat, en visite de travail de quatre jours en Algérie :

« Comme vous le savez, nos deux pays traversent une période difficile, il y a une guerre déclarée contre notre peuple palestinien, ces dernières 48 heures. Le nombre de martyrs s'élève à neuf, etc. ».

Nous observons ici l'expression (nos deux pays) ; tellement l'Algérie adopte la cause palestinienne qui aux yeux des responsables palestiniens, elle est concernée directement par la guerre contre Israël.

En abordant le point lié à l'actualité internationale marquante, la Chaîne 3 se démarque en faisant son maillon fort avec divers sujets où des fois cette actualité internationale prend la primauté à l'ouverture des journaux. Nous observons cette édition du 21 avril où la chaîne 3 a ouvert le 19 heures avec un événement international :

« Près de 500 personnes auraient perdu la vie dans le naufrage d'un bateau de réfugiés en mer Méditerranée entre l'Italie et la Libye. Pour le haut-commissariat aux réfugiés, il s'agirait de l'une des pires tragédies des migrants au cours des 12 derniers mois ».

Dans les développements de cette édition, cette chaîne a pris l'initiative de contacter le Porte-parole du commissariat aux réfugiés pour la région Europe, « William Slinguer » pour un éclairage.

Par contre Canal Algérie ce jour du 21 avril n'a abordé aucun sujet international.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Nous concluons que l'information internationale au sein de ces deux chaînes est considérée comme une représentation de la politique étrangère de l'Etat, où ces médias illustrent à chaque fois la position de l'Algérie vis-à-vis des dossiers épineux qui surgissent sur la scène internationale. Néanmoins, la Chaîne 3 se démarque par une actualité internationale consistante en rapportant les évènements marquants sur la scène internationale.

1-7. L'actualité sportive

Concernant le sport, nous observons que la Chaîne 3 accorde une importance majeure à l'information sportive, avec un volume horaire de 12,08 % du temps des éditions contre 1,39% pour Canal Algérie. Dans les éditions de la Chaîne 3, une page sportive est presque toujours présente à la fin de chaque édition. Un journaliste du service sport participe généralement en direct dans le journal. Et quand l'actualité l'impose, l'événement sportif prend la « Une » du journal. Nous observons cette édition du 31 décembre où l'information sportive est classée en tête dans la hiérarchisation avant même d'autres actualités, avec cette information concernant l'équipe nationale de foot ball : « Le sélectionneur national dévoile la liste de vingt-trois sans Medjani et Feghouli ».

Cette information a pris la primauté sur une autre aussi importante, releguée en deuxième position où nous trouvons une nouvelle liée à un accident dans la wilaya d'El Bayadh, provoquant dix-sept blessés, celle-ci est décalée en deuxième position.

Quant à Canal Algérie, l'actualité sportive est visiblement minimisée, une page sportive fait son apparition de temps en temps les week-ends pour donner les résultats des championnats nationaux de la première et la deuxième division.

Le directeur de l'information de Canal Algérie explique cette carence par la durée que l'information officielle occupe dans chaque édition aux dépens du reste de l'actualité.

Nous ne disposons pas ici des chiffres concernant la réception de l'information sportive par les auditeurs et téléspectateurs en Algérie ; mais la chose probante est qu'une grande partie du public, préfère ce genre d'information, surtout les jeunes. D'ailleurs, Paul De Maseneer³³⁹ estime que l'intérêt du public pour le sport est important ; pour cela, il faut en prendre compte lors de la sélection des nouvelles.

³³⁹ Paul De Maesneer, A vous l'antenne ! Nouveaux Horizons, *Op.cit*, p33.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

1-8. La météo

Concernant la météo, la Chaîne 3 se distingue par une page de prévision météorologique, une constante au début de l'édition de 19 heures. Une page de quelques secondes d'ailleurs qui représente 1,91 % du temps des éditions avec un flash qui annonce le temps pour la nuit et le lendemain en invitant les auditeurs à plus de détails à la fin de l'édition.

Les présentateurs sont parfois des spécialistes qualifiés en météorologie, comme c'est le cas à Canal Algérie, mais souvent, c'est des animateurs, comme à la Chaîne 3, cependant quelques-uns ont reçu des formations au centre national de la météorologie de Dar El Beida (Alger).

La présence d'une page météo, au début du journal n'est pas une spécificité radiophonique, ou télévisuelle, elle est beaucoup plus un choix éditorial.

À Canal Algérie, la page météo est autonome du journal, elle passe juste après le générique de fin de l'édition.

1-9.L'information régionale dans les éditions

Nous ne pouvons pas illustrer l'information régionale dans le même graphique, car celle-ci fait partie des thématiques mentionnées ci-dessus où l'information régionale est présente dans une grande partie des thématiques analysées à l'instar de l'information politique, l'économie, la culture et le social. Compte tenu de ce chevauchement, nous étions dans l'obligation de dégager l'information régionale dans un tableau autonome * :

Tableau n°5 : L'information régionale au sein de Canal Algérie et la Chaîne 3

	Canal Algérie	Chaîne 3
L'information nationale	85.41 %	92.87 %
L'information régionale	14.59 %	7.13 %

Concernant l'information régionale, à la première lecture de ces chiffres, nous comprenons que l'information régionale est plus importante sur Canal Algérie en comparaison à la Chaîne 3. Le directeur de l'information de cette dernière explique que l'information régionale est reprise dans le journal de 19 heures quand elle surgit sur l'actualité et devient nationale.

* Ici nous avons dégagé l'information régionale de l'ensemble de l'information nationale.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Dans ce sens, Yves Agnés³⁴⁰ explique qu'il arrive plus fréquemment qu'un fait local devienne une information nationale par l'organisation du réseau de journalistes.

Canal Algérie développe plus l'information régionale avec des sujets du développement local où presque toutes les régions du pays sont représentées avec des reportages : le sud, l'est, l'ouest et le nord.

Ces médias publics -ici Canal Algérie et la Radio Chaîne 3- tentent effectivement de traiter des informations concernant toutes les régions du pays.

Pour Hamou Baali*, rédacteur en chef au sein de la chaîne A3, cet équilibre dans le traitement de l'information régionale existe.

Le journaliste Mourad Ait Oufla* partage cette vision : « l'équilibre est largement assuré, mais il est aussi complété par les chaînes locales et les différentes stations régionales de la Télévision publique ».

Cette richesse de la représentation des régions dans les contenus des journaux télévisés est expliquée par la présence des stations régionales qui produisent des reportages au quotidien. À travers notre analyse de l'information régionale au sein de ces deux médias, nous avons constaté que la Chaîne 3, diffuse l'information régionale quand elle s'impose dans l'actualité. Nous observons dans l'édition du 17 décembre, le premier titre : « Salon international de la datte, les participants tablent sur l'exportation de ce produit et ses dérivés, une exportation qui répond à des conditions, notre envoyé spécial à Biskra dans notre édition ».

L'édition du 16 Avril : « Tomber de rideau, Constantine capitale de la culture arabe ».

Le journal du 17 décembre : « Oran, abrite le 4ème séminaire de haut niveau sur la paix et la sécurité, pendant 3 jours et les participants vont passer en revue les conflits et les crises qui secouent le continent ».

Le journal du 11 décembre « le ministre des Affaires religieuses à Annaba, où il a pris part à un séminaire sur l'approche religieuse en Algérie ».

Dans ces exemples, l'intérêt du journaliste est dans l'événement lui-même et pas dans la région où les faits se sont déroulés.

Le même constat pour Canal Algérie où nous observons quelques exemples :

³⁴⁰ Yves Agnés, Manuel de journalisme, la découverte, Paris, 2008, p61.

*Hamou Baali, Rédacteur en chef à A3 (EPTV), 26 ans d'expérience, interview par questionnaire, mars 2018.

* Mourad Ait Oufla, Journaliste freelance, ex-conseiller au sein d'un cabinet ministériel, 25 ans d'expérience interview par questionnaire, juin 2018.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Dans le journal du 24 janvier en titre : « l'agriculture ; nous partirons à Biskra pour voir les investissements sur place dans le domaine des cultures sous serres et les cultures maraîchères de plus en plus nombreuses et attractives ».

Le journal du 7 septembre annonce :

« Une bonne nouvelle pour les habitants d'El Oued ; l'hôpital de la ville vient d'accueillir trente-cinq médecins spécialistes, venus combler le manque que vit cette région en matière de spécialités médicales ».

L'édition du 17 décembre : « Et pour concrétiser des projets et booster l'économie nationale, même locale, certaines wilayas ont vu l'extension de leurs zones d'activités aux zones industrielles. C'est le cas à Ain Defla : Al Attaf par exemple plus de 277 hectares ont été réservés pour accueillir les projets d'investissement ».

De prime abord, nous constatons que les sujets choisis par cette chaîne sont traités sous un seul angle, celui d'illustrer les édifices de l'Etat à travers les différentes régions du pays. De ce fait, les sujets sont construits dans un seul sens, en ne mettant en exergue que le côté positif de l'événement. En se référant à la théorie des « cadres ou les frames », nous constatons que le « cadre » le plus probant dans cette actualité régionale est celui des autorités en négligeant celui des citoyens.

En suivant cette actualité régionale, les téléspectateurs de ces régions, avec toutes leurs contraintes, leurs difficultés au quotidien, sans doute ne se reconnaissent probablement pas, dans ces reportages construits de toute pièce.

Pour Djamel Maafa*, responsable de l'entreprise « synergie média », et ex- journaliste à la Télévision nationale : « l'objectivité est absente dans ce genre d'informations du moment où les vrais problèmes de la société ne sont pas traités ».

Dans le même sens, Hakim Hamzaoui*enseignant à l'Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et Sciences de l'Information explique que chaque chaîne de radio confectionne ses programmes selon les régions dans lesquelles elle est reçue. La chaîne 2 s'intéresse davantage à la Kabylie et la chaîne 1 à des régions bien particulières dans le pays. Cette

*Djamel Maafa, Directeur général de l'entreprise, synergie média et ancien journaliste à l'EPTV,(27ans d'expérience), interview par questionnaire, juin 2018.

* Hakim Hamzaoui, Enseignant à l'ENSJSI, ex- producteur à la radio nationale, 17 ans d'expérience, interview par questionnaire, janvier 2019.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

régionalisation des programmes selon cet enseignant est constatée surtout dans les reportages et les thèmes qui sont traités dans les émissions et autres genres journalistiques.

Nous déduisons que la proximité géographique comme elle est appelée par Yves Agnés³⁴¹ est une valeur fondamentale dans la sélection des nouvelles, où évalue l'éventuel intérêt pour l'information en fonction de ce qui est proche pour le public. Dans le cas de Canal Algérie et la Chaîne 3 en tant que médias nationaux, cette proximité est déclinée dans un sens inverse, de nationale (Algérie) vers le quartier (local).

Néanmoins, nous tenons à signaler que la Chaîne 3 traite l'information régionale dans la majorité du temps, dans le contexte évènementiel. Par contre, Canal Algérie fait généralement promouvoir le potentiel régional.

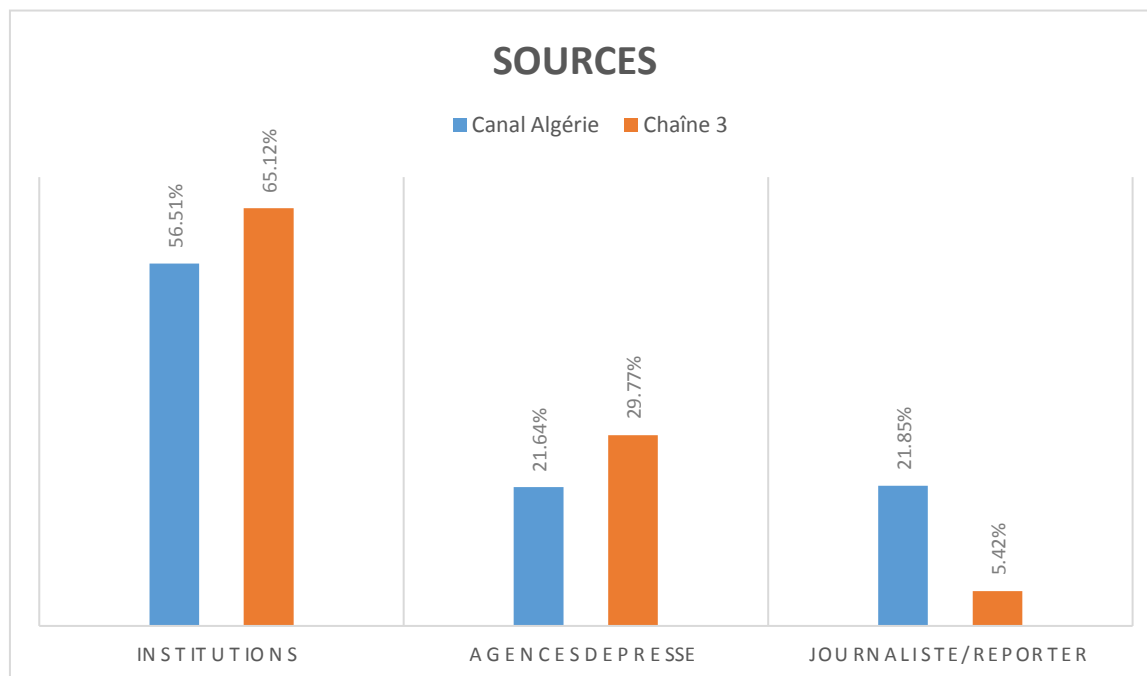
À travers cette analyse, concernant les rubriques qui dominent les éditions de Canal Algérie et la Chaîne 3, nous observons l'hégémonie de l'information officielle dans tous les domaines, surtout politique, économique et social. Une domination qui veut une illustration de toutes les activités des autorités sur ces médias qui font une représentation de leurs discours.

³⁴¹Yves Agnés, Manuel du journalisme, écrire pour le journal, Editions la découverte, Paris, 2008, p13.

2- Les sources des informations présentées par Canal Algérie et la Chaîne 3

Concernant les sources d'informations de Canal Algérie et de la Chaîne 3, les résultats de notre recherche sont comme suit :

Graphique n°2 : Les sources de l'information de Canal Algérie et Chaîne 3



2-1. Les sources institutionnelles

Nous observons à travers ces chiffres, en premier lieu, que le grand pourcentage des informations diffusées par ces deux chaînes émane des institutions de l'Etat. En deuxième position, c'est les agences de presse telles que l'APS et l'AFP qui approvisionnent ces médias en différentes nouvelles. En dernier, nous trouvons les sources des journalistes qui proviennent généralement du terrain. **(les détails de ces résultats dans l'annexe n°11)**

Pour Jean Charron,³⁴² « la prédominance des sources dites officielles est un fait que la recherche a clairement établi depuis longtemps ».

Ces sources sur lesquelles s'appuient les journalistes sont principalement des informateurs officiels, et le discours de ces deux médias colle au discours officiel qui fournit un cadre interprétatif de l'information fondée sur l'activité des institutions de l'Etat et du gouvernement, en négligeant d'autres sources, telles que les associations ou les sociologues

³⁴²Jean Charron, Les médias et les sources, les limites du modèle de l'agenda-setting Jean Charron C.N.R.S. Editions | « Hermès, La Revue » 1995/3 n° 17-18 | pages 73 à 92. https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1995-3-page-73.htm?try_download=1

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

susceptibles d'apporter des éléments alternatifs, voire contradictoires ; les journalistes reproduisent le discours des officiels. Ici, on parle du primat de l'agenda politique sur l'agenda médiatique.

Si nous prenons comme exemple cette édition du 17 décembre de la Chaîne 3 :

Le présentateur : « On commence par ce communiqué du ministère des Affaires étrangères, l'opération de rapatriement vers leurs pays des ressortissants africains en situation irrégulière s'est déroulée dans le respect de droit humain et conformément aux engagements internationaux de l'Algérie ».

Toujours dans la même édition du 17 décembre :

« Le quatrième séminaire de haut niveau sur la paix et la sécurité en Afrique s'est ouvert ce samedi à Oran, les travaux présidés par le ministre des Affaires étrangères (...), le chef de la diplomatie algérienne a souligné dans son allocution de l'ouverture, etc. ».

Nous observons que les faits sont authentifiés directement à leurs origines qui sont des responsables d'Etat et du gouvernement. Le même constat concerne Canal Algérie où nous observons toujours cette prééminence de la source officielle. Nous prenons comme exemple cette édition du 4 janvier :

« L'opération de rapatriement des personnes en situation irrégulière de différentes nationalités qui s'est déroulée la première semaine de ce mois avec le consentement des pays concernés, a suscité une campagne tendancieuse ; je vous propose d'écouter la déclaration de Remtane Lamamra, une déclaration exclusive pour la Télévision nationale ».

Roselene Ringoot³⁴³ explique que l'insertion du discours de sources participe à la légitimation de ce que dit le journaliste. C'est pour cela qu'on parle aujourd'hui selon Ringoot de co-construction de l'information plutôt que de construction de l'information. Depuis que des études ont mis en évidence le rôle des sources dans la production de l'information, celles -ci, dès lors, ne peuvent s'expliquer et se comprendre que si l'on se cantonne uniquement au rôle du journaliste. La question des sources s'impose d'emblée, car la plupart des papiers mettent en scène des sources et intègrent du discours rapporté.

2-2. Agences de presse

En deuxième lieu, nous observons dans le tableau ci-dessus que ces deux médias glanent leurs informations des agences de presse. Car les agences de presse sont considérées comme les

³⁴³Roselyne Ringoot, Analyser le discours de presse, *Op.cit.*, p149.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

grands collecteurs et distributeurs de l'information.³⁴⁴Elles collectent des informations, grâce à un réseau de journalistes et de correspondants nationaux et étrangers. Les informations sont ensuite traitées et mises en forme par les journalistes de « desk », qui travaillent dans les bureaux de ces agences. Les nouvelles sont ensuite distribuées par le biais d'un abonnement, aux médias écrits et audiovisuels, mais aussi, aux institutions officielles (Gouvernements, institutions ministérielles, partis politiques, etc., et ce, sous forme de dépêches. La dépêche est réécrite par le journaliste de ces médias. Il veille à restituer l'information dans son contexte, en faisant ressortir les implications dans le présent et en lui donnant un prolongement. La réécriture de la dépêche d'agence doit être concise, directe et accessible.³⁴⁵

L'Algérie dispose d'une seule agence de presse (Algérie Presse Service, APS) à laquelle sont abonnées les rédactions de la Télévision algérienne et de la Radio. Sa première qualité est de donner des informations vérifiées. Ses dépêches sont pour la plupart du temps une narration de faits bruts. Cette agence est donc considérée à juste titre comme fiable.

La deuxième agence qui diffuse ses informations pour la Télévision et la Radio algérienne est l'AFP (Agence France Presse). La Télévision nationale est abonnée aussi-en plus des deux agences suscitées-à l'agence égyptienne MENA, (Middle East News Agency).Par contre la Radio est abonnée aussi à l'agence de presse marocaine, MAP (Maghreb Arab Press).

Ces deux médias ont recours aux agences étrangères afin d'exploiter les dépêches liées à l'actualité internationale.

À l'opposition de la presse écrite qui a le devoir de citer la source de l'information agencière, dans l'information audio et audiovisuelle, la citation « des agences de presse » comme source est rare. Néanmoins, nous relevons quelques exceptions. Nous observons dans l'édition du 19 avril de la Chaîne 3 :

« Le ministre des Finances, Abderhmane Ben Khalfa a déclaré ce samedi à Washington que Sonatrach a étudié la possibilité de mobiliser des financements référentiels à l'international pour mener ses projets d'investissements (...) a déclaré Ben Khalfa à l'APS, en marge des travaux du FMI ».

Ce genre d'expressions, nous les rencontrons rarement dans le discours de ces médias, excepté quand les communiqués sont transmis directement pour l'APS ou bien les déclarations sont faites exclusivement pour cette agence.

Le recours de ces deux chaînes aux différentes sources s'inscrit dans cette volonté de sillonner l'actualité nationale et internationale. Du moment que les entreprises médiatiques ne peuvent,

³⁴⁴Yves Agnés, Manuel de journalisme, la découverte, 2008, p73.

³⁴⁵*Ibid.*

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

évidemment inventer les nouvelles, elles doivent utiliser des sources dont une partie est extérieure à l'organe d'information, que Patrick Charaudeau³⁴⁶ préfère appeler (hors médias), une autre partie interne (in média). Les sources hors médias concernent les Institutions de l'Etat et du Gouvernement, les administrations, les organes sociaux, les hommes politiques et les représentants sociaux.). Par contre, les sources hors institutionnelles ne sont autres que les témoins, les experts et les représentants des corps professionnels.

Les sources in média concernent les Correspondants, les agences et les industries de services, les envoyés spéciaux et autres médias et archives propres.

Pour accéder aux sources, tantôt, ce sont les informations qui viennent aux organes d'information (on parle de sources passives), tantôt, ce sont les acteurs des médias qui vont les chercher (on parle de sources actives).³⁴⁷

Pour pouvoir transmettre les événements qui se déroulent sur la scène nationale, la Chaîne 3 a tissé un réseau de correspondants dans plusieurs wilayas du pays comme sources de proximité. Par contre Canal Algérie se contente de la rediffusion des envois des correspondants régionaux exploités déjà par la chaîne terrestre, doublés en langue française.

Toujours dans le but, de rapporter l'information depuis sa source, la Chaîne 3 compte sur ses correspondants à l'étranger.

Concernant les interventions de ces correspondants sur les ondes précisons qu'elles sont indigentes excepté en cas d'évènements phares.

Pour mieux comprendre la conception des sources dans le produit informationnel audio et audiovisuel, Patrick Charaudeau³⁴⁸ et Roslyne Ringoot³⁴⁹ ont bien expliqué le processus.

Dans le discours rapporté, on distingue tout d'abord deux actes d'énonciation : la situation d'origine où la source formule un dit recueilli par le journaliste. Dans la seconde phase, le journaliste formule un dit rapporté au public. Le discours rapporté se construit au terme d'une double opération de reconstruction/déconstruction. Reconstruction puisqu'il s'agit d'emprunter un dit pour le réintégrer dans un nouvel acte d'énonciation, ce « dit » passant par la dépendance du locuteur- rapporteur. À ce titre, tout discours rapporté opère une transformation énonciative du « déjà dit » qui témoigne de la position d'appropriation ou de rejet qu'adopte le locuteur- rapporteur vis-à-vis de ce dernier. Déconstruction puisqu'il affiche

³⁴⁶Patrick Charaudeau, Les médias et l'information, l'impossible de transparence du discours, De Boeck, 2005, p119

³⁴⁷*Ibid.*

³⁴⁸*Ibid.*

³⁴⁹Roselyne Ringoot, Analyser le discours de presse. *Op.cit.*, p161.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

en même temps qu'il s'agit bien d'un dit emprunté à un autre acte d'énonciation, le dit rapporté se démarquant du dit d'origine.

Dans ce contexte, les entreprises médiatiques ont une double responsabilité pour fournir l'origine des sources, mais aussi de fournir les moyens d'identifier les signataires d'après leur nom, leur statut, leur fonction et leur appartenance ou pas à l'organe d'information considéré. Il y a également la manière de nommer la source qui témoignera du rapport que l'instance médiatique veut signifier vis-à-vis de sa source.³⁵⁰

Pour identifier les sources au niveau de ces deux médias, les journalistes y procèdent de plusieurs façons :

1-Le mode de dénomination peut consister à identifier la source par le nom d'une personne ou d'une institution, comme c'est le cas dans cet exemple de l'édition du 20 décembre de Canal Algérie :

« Le président de la République Abdelaziz Bouteflika condamne avec la grande énergie l'assassinat hier de l'ambassadeur russe en Turquie, dans un message de condoléances à son homologue Vladimir Poutine. Le chef de l'Etat qualifie cet assassinat de lâche ».

Les journalistes ont le recours aussi à :

2-La modalité d'énonciation exprimée par des verbes :(dit, déclare, indique, énonce, prétend, etc.) comme dans les exemples suivants :

Dans l'édition du 19 avril de la Chaîne 3 :

« Les voyageurs qui veulent se rendre dans l'espace Schengen vont désormais être obligés de faire le premier voyage au pays de délivrance du visa Schengen, un rappel des ambassades de Belgique et de France, mais aussi de la direction de l'aviation civile, déclare le PDG d' Air Algérie, Mohamed Abdou Boudarbala, en marge de la convention signée entre la compagnie aérienne Air Algérie et le constructeur britannique ».

Dans la même édition : « Le monde du travail, la tripartite gouvernement, patronat et UGTA se tiendra la fin du mois de mai et début de mois de juin. L'ordre du jour sera fixé par le Premier ministre et les partenaires sociaux, annonce le ministre du Travail Mohamed El Ghazi ».

Cette identification des sources, nous la retrouvons avec des locutions (selon, d'après, etc.), très utilisées par les présentateurs et journalistes. Nous observons cette édition du 11 décembre de la Chaîne 3 : « Un journalisme à zéro défaut, c'est le thème d'une conférence au cours laquelle le ministre de la Communication Hamid Grine a mis l'accent sur l'importance de la source

³⁵⁰Patrick Charaudeau, Discours d'information médiatique, *Op.cit.*, p148.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

dans les travaux journalistiques ; selon lui, le journaliste doit prendre du temps avant de diffuser et de publier ».

Pour Jean-Luc-Lagardette,³⁵¹ les sources de l'information peuvent être scindées en deux catégories principales :

Les informations apportées(IA) spontanément au média par l'extérieur et les informations recherchées(IR).

1-Les informations apportées : Ce sont des informations qui proviennent des acteurs de la vie publique ou privée, tels que les ministères, les administrations, les collectivités territoriales, les institutions, les entreprises, les communiqués et les dossiers de presse, qui organisent pour lui des conférences, des déjeuners et des voyages de presse. C'est par ces moyens qu'ils annoncent leurs nouveautés, leurs projets, leurs réactions aux faits de l'actualité.³⁵²

2-Les informations recherchées(IR) par le journaliste.³⁵³

Les informations recherchées sont celles que le journaliste va chercher lui-même, soit pour vérifier une information apportée, soit parce qu'il se pose des questions, qu'il a besoin de se faire sa propre idée sur tel ou tel fait.

Les IR sont généralement plus rares, par ce qu'elles demandent plus de temps, d'énergie, de curiosité et d'argent que les IA. Enquêtes, reportages, recherches, documentaires et interviews sont les outils qui permettent de les établir. Les IR donnent une démarque, une originalité, une plus-value au média. Elles lui permettent de développer sa sensibilité, de mieux affirmer sa personnalité.

2-3. Le terrain

C'est ce genre de source qu'est le maillon faible de ces deux chaînes avec 21 % pour Canal Algérie et 5 % uniquement pour la Chaîne 3. Ce décalage entre les deux chaînes concernant l'information recherchée, comme nous l'avons illustré dans le chapitre précédent, est expliqué par le grand nombre de reportages diffusés par Canal Algérie. Dans les reportages sur le terrain, la première source est le journaliste, et puis il fait appel aux « dits » des intervenants pour authentifier son reportage.

Nous observons que cette manière de faire d'une source tirée du terrain, l'exemple est dans l'édition du 9 septembre de la Chaîne 3 :

³⁵¹Jean-Luc Martin- Lagardette, *Le guide de l'écriture journalistique*, la Découverte, 7eme édition, 2009,157.

³⁵²*Idem*, p157.

³⁵³*Idem*, p163.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Présentatrice : « Un autre spectacle récurrent, ces files d'attente au niveau des stations-services dès ce matin et les queues d'attente sont visibles, malgré les assurances sur la disponibilité des carburants. Les automobilistes préfèrent prendre le devant. Reportage Narimane Cherikhi » :

Le journaliste/reporter : « Effectivement comme à l'approche de chaque fête, des jours fériés, les gens veulent faire le plein. On fait le plein du pain et de lait, et bien sûr des carburants, la tradition est respectée et les automobilistes font bien la queue devant la pompe à essence, etc. ».

1^{er} intervenant (citoyen) : « Ils ont peur de ne pas trouver l'essence, etc. ».

2^{eme} intervenant (chef de pompe) : « le carburant est disponible, le problème n'est pas la disponibilité, mais c'est une culture ».

Chute* : « Chaque année, des programmes de permanence sont établies par l'entreprise Naftal, ou encore par le ministère du Commerce pour que tous les produits de première nécessité y compris les carburants puissent être disponibles les jours de l'Aid ».

À travers ce reportage réalisé par la journaliste, nous comprenons qu'il n'y a pas de problème dans l'approvisionnement de l'essence. Pour appuyer ce constat, la parole est donnée au responsable de la pompe à essence.

Pour Canal Algérie, nous observons cette édition du 24 janvier, afin d'illustrer les problèmes de la région de Tirhinent à Tamanrasset ;

Le présentateur :

« Toujours au sud, dans une zone enclavée de la wilaya de Tamanrasset, les habitants sont confrontés à des difficultés qui freinent leurs ambitions, Reportage : Malika Billal »

La journaliste : « Nous sommes à Tirhinent, petite localité située à 70 km du chef-lieu de la wilaya de Tamenrasset. Ici les moyens de subsistance sont rudimentaires ».

Intervenant n°1(citoyen) : « la route qui mène vers Tamanrasset est complètement accidentée. Il nous faut trois ou quatre heures pour arriver à la ville. Dés fois pour des cas urgents, nous sommes obligés de louer des véhicules solides ».

Intervenant n°2, (citoyen) : « Les services de la commune sont venus ici, ils ont vu l'état des habitations après la pluie, qui étaient dans un état catastrophique, et depuis ils ne sont plus revenus ».

La journaliste : « Un réseau de distribution de l'énergie électrique est en cours » :

Intervenant n°3, (citoyen) : « Ce projet est en cours de réalisation depuis cinq mois, cependant nous avons un problème de main d'œuvre, même les conditions du travail sont difficiles ».

La journaliste : « Ici dans cette localité, les habitants sont pour la plupart des agriculteurs, le manque d'eau est très souvent obstacle de taille ».

Intervenant n°4, (agriculteur) : « La terre ici, convient à toutes les cultures».

* Chute, veut dire conclusion journalistique, nous y reviendrons dans le chapitre suivant VIII

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

La journaliste, Chute : « pour sortir de l'enclavement, les habitants de « Tirhinent » espèrent à plus de considération de la part des autorités locales ».

Ici, nous remarquons que les doléances sont exprimées directement par des citoyens, et le rôle du journaliste, est de transmettre ces doléances aux responsables aux noms de ces citoyens.

Le déficit dans l'information recherchée au sein de ces deux chaînes est expliqué en premier lieu par le manque de moyens, surtout au niveau de Canal Algérie, où un simple sujet de reportage demande la mobilisation de toute une équipe de tournage pendant des jours, ce qui représente une contrainte pour le fonctionnement du service reportage qui mise sur ces équipes pour couvrir les sujets d'actualité, surtout tout en ce qui concerne les sujets officiels. Devant cette contrainte, la majorité des reportages diffusés par cette chaîne, sont repris de la chaîne terrestre. Ces reportages sont retravaillés et doublés en langue française. En fin, c'est le journaliste qui fait cette reproduction qui signe le produit final et non pas celui qui l'a réalisé. Nous tenons à signaler aussi que dans la plupart des reportages émanent des stations régionales, en langue arabe, les sujets, une fois doublés en langue française, le nom du journaliste qui a effectué le travail est effacé et remplacé par celui qui a fait la reproduction.

C'est à notre sens, une violation des règles de l'éthique et la déontologie du journalisme.

En deuxième lieu, les journalistes rencontrent des problèmes quant aux propositions des sujets à réaliser sur le terrain. Plusieurs sujets ne peuvent être accomplis au sein de ces deux médias, surtout ceux qui révèlent les problèmes des citoyens et les anomalies dans la gestion des différents secteurs. Ceci est expliqué particulièrement par la censure et l'autocensure exercée par les responsables de l'information de ces médias sur le produit informationnel. Évoquer des anomalies dans la gestion de quelques secteurs, veut dire, que les dirigeants de ces secteurs ont failli à leurs responsabilités.

Cette pression de la part des pouvoirs publics sur les gestionnaires de l'information de ces médias, selon nous, est très visible dans la sélection et le traitement des sources.

Charaudeau³⁵⁴ explique que la relation entre les sources et l'instance médiatique est complexe ; d'un côté, il existe une pression de la part des instances de pouvoir (État et Gouvernement) et puis des représentations citoyennes (syndicats et associations) ; d'un autre côté une pression des médias auprès de certaines instances (officielles ou non) pour obtenir des renseignements. Concernant la crédibilité des sources, Patrick Charaudeau,³⁵⁵ mentionne qu'il y a « effet de vérité et de sérieux professionnel si la source est identifiée avec précision ».

³⁵⁴Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, *Op.cit.*, p147.

³⁵⁵*Ibid.*, p 148.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Etant donné que ces deux médias glanent la majorité de leurs informations des institutions officielles, ces sources apparaissent crédibles. Pour le journaliste Dahmoune Chaib*, journaliste à l'EPTV : « l'information au niveau de la télévision algérienne s'appuie sur des sources sûres, donc sans doute crédibles ». Par contre Djamel Maafa*ex- journaliste de la télévision nationale explique que la faille dans les sources de ces médias réside dans cette lassitude de puiser l'information depuis d'autres sources en dehors des institutions de l'Etat.

*Dahmoune Chaib, Journaliste au sein d'EPTV, (20) ans d'expérience, interview par questionnaire, mars 2018

* Djamel Maafa, Directeur général de l'entreprise, synergie média et ancien journaliste à l'EPTV, interview par questionnaire, juin 2018.

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

Conclusion

Ci-après, nous récapitulons les principaux résultats de l'analyse du chapitre VII lié aux rubriques et aux sources de l'information des deux médias.

L'idée générale qui résulte de l'analyse de ce chapitre est que la rubrique politique domine les éditions avec un taux élevé consacré à l'information officielle.

Grille d'analyse n° 2 : Rubriques et sources de l'information au niveau de la Chaîne 3 et Canal Algérie.

1-les rubriques des éditions

Critères d'analyse	Les résultats de l'analyse	Comparaison entre Canal Algérie et Chaîne 3.
1-L'information politique	1-L'information politique domine le contenu des éditions des deux médias -Plus de 94 % de l'information politique est consacrée à l'information officielle ou bien protocolaire. 2-L'information liée aux partis politiques occupe moins de 6 % de l'information politique.	1-L'information politique domine les éditions de Canal Algérie avec 32,62 % plus que la Chaîne 3 (26,02). 2-L'information concernant les partis politiques est moins visible au niveau de Canal Algérie.
2-L'information économique	1-L'évènement économique occupe 23,18 % au niveau de Canal Algérie Contre 13,89 % au niveau de la Chaîne 3. 2-L'évènement économique est divisé en deux genres : l'évènement économique lié à l'actualité et l'évènement économique lié au développement local.	1-Canal Algérie devance la Chaîne 3 dans les sujets liés au développement local (21,97 %) contre (10,77) % au niveau de la Chaîne 3. 2-L'évènement économique illustre que le positif et au niveau de Canal Algérie. La Chaîne 3 mise sur le factuel.
3-L'information Sociale	-L'information sociale occupe 18,52% au niveau de Canal Algérie contre 15,58 % au niveau de la Chaîne 3.	1-Qualité des sujets : au sein de Canal Algérie, le sujet est généralement un fait déclaré par les pouvoirs publics. 2-La hiérarchisation : Au niveau de la Chaîne 3, quand l'actualité s'impose l'évènement social prend la Une des éditions.
4-L'information culturelle	1-L'information culturelle occupe un taux similaire au niveau des deux médias (9 %). 2-Deux genres d'évènements culturels : -Informations liées à l'actualité. 3-Des reportages sur le patrimoine culturel algérien	-La Chaîne 3 favorise l'information culturelle liée à l'actualité, par contre Canal Algérie mise sur les reportages sur le patrimoine.
	1-L'information sécuritaire occupe	-La reprise par Canal Algérie

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

5-L'information sécuritaire	<p>9,79 % au niveau des éditions de Canal Algérie contre 4,41 % au niveau de la Chaîne 3.</p> <p>2-L'information est scindée en deux genres :</p> <ul style="list-style-type: none"> -L'activité du général de corps d'armée, vice-ministre de la Défense nationale, chef d'Etat-major de l'armée populaire Ahmed Gaid Salah. -Lutte contre le terrorisme. 	<p>des comptes -rendus réalisés par la Chaîne terrestre en intégralité. Par contre la Chaîne 3 se contente des brèves.</p>
6-L'information internationale	<p>-L'information internationale occupe 17,06 % des éditions de la Chaîne 3 contre 5,40 % des éditions de Canal Algérie.</p> <p>-Le dossier du Sahara Occidental occupe au niveau de Canal Algérie 34,56% de l'information internationale contre 14,73 % au niveau de la Chaîne 3.</p>	<p>-La Chaîne 3 favorise l'actualité qui marque la scène internationale.</p> <p>-Canal Algérie mise beaucoup plus sur la réaction des autorités officielles et des pays dont l'Algérie défend la cause.</p>
7-L'actualité sportive	<p>-L'actualité sportive est représentée avec 12,08 % à la Chaîne 3 contre 1,39 % au niveau de Canal Algérie.</p>	<p>1-L'évènement sportif est marginalisé à Canal Algérie.</p> <p>2-La Chaîne 3 favorise l'actualité sportive en l'imposant à la tête des éditions quand l'évènement s'impose.</p>
8-L'information régionale	<p>-Elle représente 14,59 % à Canal Algérie contre 7,13 % au niveau de la Chaîne 3.</p>	<p>-La Chaîne 3 présente l'information régionale en évènement factuel.</p> <p>Canal Algérie fait dans la promotion du potentiel régional</p>
9-La météo	<p>-Elle représente 1,39% de la durée de l'édition au niveau de la Chaîne 3.</p>	<p>-La page météo passe à la fin de l'édition au niveau de Canal Algérie.</p> <p>Au niveau de la Chaîne 3, une petite page à l'ouverture de l'édition suivie de la page détaillée à la fin de l'édition.</p>

Chapitre VII: Les rubriques des éditions et les sources

2- Les sources des éditions des deux médias

Grille d'analyse	Résultats de la recherche	Comparaison entre Canal Algérie et Chaîne 3
Institutions de l'État	-Les sources officielles représentent plus de la moitié des sources de ces médias avec 56,51% (Canal Algérie et 65,12%) pour la Chaîne 3	-Reproduction du discours des sources au niveau des deux médias.
Agences de presse	-21,64% Canal Algérie et 29.77% pour la Chaîne 3).	-La reprise de l'information agencière est plus à la Chaîne 3 qui fournit l'information internationale
Journalistes/ Reporters	-21,85 % Canal et 5.42 % (Chaîne 3).	-Les sources qui proviennent du terrain sont minimisées dans l'édition de 19h00 de la Chaîne 3.

Nous concluons que l'information officielle ou protocolaire est dominante au niveau des éditions des deux médias. Ce genre d'information est encore plus présent au niveau de Canal Algérie. D'autres rubriques d'informations telles l'économie ou situation sociale traitent souvent des réalisations de l'exécutif en ignorant les vrais problèmes des citoyens. Dans un contexte similaire, Brahim Brahimi³⁵⁶ écrivait qu'en décembre 1981, une édition du journal télévisé de radiotélévision algérienne a consacré 15 minutes à une cérémonie de présentation de lettres de créances au président de la République, les téléspectateurs ont vu évoluer sur leur petit écran une dizaine d'ambassadeurs accrédités à Alger, avant de prendre connaissance des nouvelles du jour.

Le traitement de l'information au sein de ces deux médias est vraisemblablement identique à celui des années quatre-vingt surtout au niveau de la télévision. Malgré l'arsenal juridique mis en place telles que les lois de l'information (1990 et 2012) et la loi de l'audiovisuel de 2014, les médias lourds sont restés dans le giron de l'Etat. Les cahiers des charges des entreprises EPTV et EPRS qui datent de 1991 et servent à identifier la ligne éditoriale de ces entreprises sont restés obsolètes et donc appelés à être revus.

Concernant les sources, ces médias puisent leur matière informationnelle des institutions de l'Etat, c'est ce qui fait que ces médias reproduisent le discours des sources. Les relations des journalistes avec leurs sources dépendent dans une large mesure des relations du système lui-même avec son environnement.³⁵⁷ Ceci s'explique par l'orientation générale adoptée par l'entreprise est exprimée dans la ligne éditoriale.

³⁵⁶ Brahim Brahmi, le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie, *Op.cit.*, p102.

³⁵⁷ Daniel Cornu, Journalisme et vérité, *Op.cit.*, p278.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Dans ce chapitre, nous allons tout d'abord introduire les modes discursifs utilisés dans les éditions des deux chaînes. Une illustration d'ordre quantitatif est réalisée au préalable.

1-Les modes discursifs ou le discours du genre

Cette problématique des genres a été très tôt abordée par les professionnels des médias. La cause première de cette réflexion est liée à une certaine élaboration empirique à des fins de formation. Dès les années 1890, des manuels de journalisme tentent de formaliser les techniques de production de l'information, mais la conception du journalisme comme expression d'un talent individuel d'écriture reste dominante. À partir des années 1950 se développe l'exigence d'élévation de la qualification des journalistes ce qui provoque la multiplication des manuels pratiques proposant chacun des catégorisations des produits journalistiques en genres.³⁵⁶ Autrement dit, le genre détermine en amont le processus de production et en aval le type d'écriture.

Mais il est difficile de comprendre la logique des classements proposés par les manuels de journalisme. Les définitions varient et les catégories se chevauchent. Jean Michel Adams³⁵⁷ explique cette complexité et les différences, par les croisements de critères qui vont des choix stylistiques, micro-linguistiques aux intentions communicatives, en passant par la position énonciative du locuteur et le contenu des articles.

Ce constat est formulé par Jean-Michel Adam à partir de l'étude de quatre manuels dans lesquels il recense vingt-quatre genres identifiés. Tout en conservant le clivage information-commentaire, le linguiste propose une approche énonciative selon deux positions polaires : le pôle distance-information et le pôle implication-commentaire.³⁵⁸ La distance opposée à l'implication concerne à la fois la position du journaliste et le type de traitement de l'information.

L'autre catégorisation des genres en « genres assis » et « genres debout » est issue de la sociologie du journalisme. Ce classement a donné par extension, l'opposition entre genres liés au terrain et genres liés au travail de bureau.

³⁵⁶Roselyne Ringoot et Jean Michel Utard (dir), Les genres journalistiques, savoir et savoir-faire, L'Harmattan, Paris, 2009, p14.

³⁵⁷J.M Adam, Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite, pratique, n°94, juin 1997.http://pratiques-cresef.fr/p094_ad1.pdf, 10aout 2018.

³⁵⁸Sous la direction de Roselyne Ringoot et Jean Michel Utard, les genres journalistiques, savoir et savoir-faire, *op.cit.*, p77.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

L'éditorial, le commentaire, le billet, la chronique, présupposent un travail sédentaire, un référent documentaire. Le reportage, mais aussi l'interview, le portrait, l'enquête, le compte-rendu présupposent un terrain et des contacts physiques, un référent situationnel de l'information.

Ces genres dits nobles ne se réalisent pas depuis le terrain, mais par la profonde réflexion des responsables de la profession. Ce genre est réservé à des rédacteurs renommés qui représentent le média et ils induisent une proximité par l'individualisation de la relation journaliste-lecteur.³⁵⁹

Patrick Charaudeau³⁶⁰ propose une autre catégorisation qui est différente dans la forme mais, semblable dans le contenu. Pour lui, l'évènement médiatique est subdivisé en trois catégories:

- l'évènement rapporté qui comprend des faits et du dit. Des faits, parce que ce qui se produit dans l'espace public relève pour une part du comportement des individus, lesquels à travers les actions, produisent des « états de fait ». Du dit, concernent leurs déclarations.

Charaudeau explique que la fonction de ce genre est informative (faire savoir), il inclut la dépêche et le communiqué. Elle vise à informer le plus précisément et le plus rapidement possible, de façon simple et concise, sur un fait nouveau, sur un évènement.

- l'évènement commenté, celui-ci propose l'actualité par une vision d'ordre explicatif. Il ne se contente pas de montrer ou d'imaginer ce qui a été produit, mais il cherche à mettre en exergue ce qui est latent et constitue le moteur (causes, motifs et intentions) de l'évènementialisation *du monde*.³⁶¹

Charaudeau inclut l'analyse, le commentaire et l'éditorial dans cette catégorie, ce genre tente d'expliquer, problématiser, interpréter et évaluer. Il a une fonction de captation et séduction.

- l'évènement provoqué par les médias eux-mêmes, car ceux-ci ne se contentent pas de rapporter les paroles qui circulent dans l'espace public, mais ils provoquent des débats par la confrontation entre de diverses paroles. Ces paroles exhibées deviennent en elles-mêmes un évènement saillant.

Guy Lochard partage presque la même vision avec Patrick Charaudeau quant à la catégorisation des évènements selon leur visée :

³⁵⁹ Roselyne Ringoot, Yves Rochard, Proximité in Mots, les langages politiques, ENS éditions, 2005, p 77.

³⁶⁰ Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, *Op.cit.*, 1997, p169.

³⁶¹ *Idem*, p189.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Visée informative : dans ce créneau il inclut la dépêche et le reportage.

Visée persuasive : l'analyse, le commentaire et l'éditorial. Ces trois formes reposent sur la mobilisation du mode d'organisation argumentatif.

La visée séductrice : ce projet d'influence sous-tendant, l'éditorial est également présent, mais sur un mode qui est tout à fait explicite. Dans une « visée séductrice ». Jouant sur l'émotionnalité plutôt que sur la rationalité.

Pour ce qui nous concerne, nous allons opter pour les modes discursifs suivants selon le contenu des éditions de notre étude.

Concernant l'évènement rapporté, ce genre d'évènement nous partageons la catégorisation des théoriciens de l'information qui incluent le compte rendu, la brève et l'interview dans l'évènement rapporté, mis à part des réserves quant au reportage.

Notre vision est conçue après avoir décortiqué les reportages des éditions de Canal Algérie et la Chaîne 3, une vision corroborée aussi par notre pratique journalistique au sein de la Radio Nationale. Concernant le reportage, nous avons constaté la présence de quelques uns liés à l'actualité ; ce genre peut s'aligner sous la coupe de l'évènement rapporté. Par contre le reportage conçu à base des propositions du rédacteur en chef ou bien des journalistes peut intégrer l'évènement provoqué. Compte tenu de cet éclairage, nous avons scindé les modes discursifs ainsi :

L'évènement rapporté, où nous incluons la brève, le compte- rendu, l'interview, le reportage (lié à l'actualité).

L'évènement commenté : l'analyse

L'évènement provoqué : reportage (genre magazine) et les invités dans les éditions

Les résultats de notre analyse sont illustrés par le tableau suivant (**les détails, voir l'annexe n°12**).

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Tableau n°6 : modes discursifs, Canal Algérie et la Chaîne 3

Genres	Canal Algérie	Chaîne 3	Type d'évènements	Canal	Chaîne 3
Total	100,00 %	100,00 %	/		
Compte- rendu	54,27 % (direct, 1.47 %)	42,85 % (direct, 7.44 %)	Evènement rapporté	83,44 %	88,62 %
Brèves	22,39 %	20,55 %	Evènement rapporté		
Interview	7,44 %	26,61 %	Evènement rapporté		
Reportage	15,00 %	4,16 %	Evènement rapporté/provoqué	15,61 %	5,48 %
Analyse	0,89 %	5,84 %	Evènement commenté	0,95 %	5,9 %

1-1.Les comptes- rendus : Nous observons tout d'abord que l'évènement rapporté, est le plus dominant sur le contenu de ces deux médias. Plus de 88% pour la Chaîne 3 et plus de 83% pour la Canal Algérie. Dans cet évènement rapporté, le compte- rendu est en tête au sein des deux chaînes avec 54,27 % au sein de Canal Algérie et 42,87 % au niveau de la Chaîne 3. Ensuite nous observons cet écart qui différencie les deux chaînes par rapport au taux de ce type d'évènement.

Ces comptes- rendus représentent généralement des couvertures des sujets en réponse aux faxes envoyés à la direction de ces deux chaînes. Ces faxes émanent généralement des autorités publiques afin de couvrir les réunions, les rencontres, les séminaires, les congrès et les cérémonies. Cette façon de faire réduit la pratique journalistique aux activités qui se déroulent dans des salles fermées avec des intervenants qui se relayent sur le podium et un public silencieux qui écoute attentivement les discours des orateurs qui animent ces activités.³⁶²

Le directeur de l'information de la Chaîne 3 explique qu'au sein de sa direction, il existe une certaine liberté de choisir la couverture d'un tel évènement ou d'un autre, mais généralement, c'est l'actualité qui impose une telle sélection. Néanmoins, les responsables de l'information de cette chaîne interviennent dans la façon de traiter des informations recueillies dans ce genre de couvertures.

³⁶²Djamel Maafa, La perception des journalistes de l'EPTV pour le service public, thèse master, 2013, p76.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Afin d'introduire ces activités officielles sans occuper un espace temporel important dans les éditions, les responsables de l'information de cette chaîne ont recours à un autre genre journalistique qu'est l'interview. Une introduction concise de la part du présentateur qui laisse la parole aux intervenants. Cette manière de concevoir les couvertures des événements explique le taux moins élevé des comptes- rendus tant au niveau de la Chaîne 3 qu'au niveau de Canal Algérie.

Ce genre est conçu dans les médias électroniques, avec la technique dite « l'unité dramatique »³⁶³, avec en premier lieu le « Lead » ou le « chapeau » qui couronne l'introduction du sujet, qui est généralement lu par le présentateur. Ensuite, « la cause » enchaîne et développe l'événement, et en dernier lieu nous trouvons « l'effet » ou bien « la chute », qui est considérée comme une conclusion du sujet.

C'est généralement dans cette chute qu'on peut déceler la tendance du journaliste par rapport à l'événement.

Yves Agnés³⁶⁴ explique que ce type de presse d'information générale se propose de rendre compte de la vie sociale dans sa diversité.

Prenant compte de cette explication, nous observons que la vie sociale avec sa complexité est presque absente dans les comptes- rendus de Canal Algérie. Ces derniers sont résumés autour des sujets concernant l'activité officielle. L'image donnée dans chaque journal télévisé est stéréotypée : une salle fermée avec un tribun citant un discours devant une assistance assidue.

Nous prenons comme exemple cette édition du 6 septembre de Canal Algérie.

Le présentateur annonce le chapeau comme suit :

« La ministre de l'Education nationale Nouria Benghebrit a eu une semaine chargée, il faut le dire, depuis dimanche avec la rentrée scolaire, elle a été déjà à Naama ; aujourd'hui, elle est déjà à Alger pour inaugurer et inspecter plusieurs projets, notamment des structures scolaires relevant de son secteur ».

Nous remarquons ici que l'information consiste dans les déplacements de la ministre et non dans sa déclaration qui viendra après.

Dans le développement du sujet la parole est ensuite donnée à la ministre qui déclare :

³⁶³ Dominique Payette avec la collaboration de d'Anne-Marie Brunelle, *Le journalisme radiophonique*, les presses de l'université de Montréal, p44.

³⁶⁴ Yves Agnés, *Manuel de journalisme*, *op.cit.*, p240.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

« C'est pour cela que nous demandons une interaction entre le directeur de l'établissement, le personnel et les parents d'élèves, de cette manière, il nous sera possible de résoudre les problèmes et ne pas de les énumérer, etc. ».

La chute : « Des efforts qui auront un impact positif sur le rendement scolaire et qui permettront de garantir une bonne scolarité des élèves ».

Si nous nous arrêtons sur cette chute : « Des efforts qui auront un impact positif ». Nous remarquons le ton affirmatif du journaliste qui s'aligne sur les réformes entreprises par la ministre de l'éducation ».

Nous prenons un autre exemple, l'édition du 27 décembre de Canal Algérie.

Le présentateur : « Près d'un millier de jeunes issus de différentes wilayas de pays prennent part à la seconde édition de la manifestation nationale, l'Algérie hôte de son désert qui a débuté à Djanet sous l'égide du ministère de la jeunesse et des sports ».

Le développement du sujet :

« Les communes de Djanet et Bordj El Houes ont bénéficié de plusieurs projets en faveur des jeunes et des activités sportives et des acquis substantiels aux développements de la Jeunesse et des sports dans la région du sud ».

Intervenant n° 1 : le ministre de Jeunesse et des sports :

« La couverture de la wilaya déléguée avec d'importantes infrastructures sportives montre bien l'intérêt que porte le président de la République aux jeunes qui pourront exploiter au mieux ces équipements et par la même développer le secteur de la jeunesse et des sports ».

Intervenant n° 2 : des jeunes « Nous sommes heureux de découvrir les autres ».

Nous observons ici que le présentateur a mis les lumières sur l'activité des jeunes, mais la parole est donnée en premier lieu au ministre de la Jeunesse et des sports, comme organisateur de cet événement, avant qu'elle ne soit donnée aux Jeunes qui sont le cœur du l'événement.

Dans les comptes- rendus élaborés dans les éditions de la Chaîne 3, nous relevons plusieurs traitant de thématiques touchant directement le citoyen tels que, la société, la culture, le sport et l'information internationale.

Nous prenons comme illustration cette édition du 9 septembre :

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Le premier titre de l'édition : « la localité d'Ain El Fekroun à Oum El Bouaghi est sous le choc : le petit Necereddine disparue hier a été retrouvé mort assassiné par sa tante, selon le procureur de la république ».

Le présentateur :

« Tout d'abord ce fait divers qui défraie la chronique. À Oum El Bouaghi, la localité d'Ain El Fekroun est sous le choc après les révélations sur l'affaire du petit Necereddine, disparu hier, le corps sans vie est découvert ce vendredi, les détails avec notre correspondant Nacer Benissam » :

Le correspondant : « Oui, en effet, le jeune Necereddine âgé de 5 ans habitant le quartier (Hireche) dans la commune de Ain El Fekroun est disparu hier matin et il n'a donné aucun signe de vie. Les recherches, etc. ».

Bien que la Chaîne 3, se distingue par plusieurs comptes- rendus concernant directement les citoyens, mais elle est concernée par les sujets officiels, dans le sens où les concepteurs des événements sont surtout les membres du gouvernement.

Nous observons cet exemple tiré de l'édition du 11 décembre :

Le présentateur :

« Le ministre des affaires Religieuses et des wakfs Mohamed Aissa est à Annaba où il a pris part à un séminaire sur l'approche religieuse en Algérie, l'occasion pour Mohamed Aissa de mettre en garde contre toute intrusion des mouvements religieux à travers les réseaux sociaux inconnus à notre société. D'Annaba, Abdel Baki Djebballi » :

Le développement :

« Dans son discours inaugural, le ministre s'est largement attardé sur les dangers qui guettent l'Algérie et l'intrusion à travers les réseaux sociaux en débat, etc. ».

Dans la conception des comptes- rendus, Yves Agnés³⁶⁵ insiste sur l'angle d'attaque et le message essentiel. Agnès explique que la capacité du journaliste consiste à rapporter fidèlement, à distinguer l'essentiel de l'accessoire, à rendre le sujet intéressant pour le public. Ce sont les facteurs essentiels de la réussite du papier. La règle générale du choix de l'angle est celle de se méfier du général et réduire le champ pour être à la fois plus original, plus pertinent, plus complet, mais aussi plus concret et plus adapté à son public.

³⁶⁵ Yves Agnés, Manuel de journalisme, *op.cit.*, p 107.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Dans le même sens, Vincent Martin³⁶⁶ considère l'angle parmi les fondamentaux du journalisme car, l'angle d'un papier démontre la direction qu'il prend.

L'importance d'angler les papiers, en s'appuyant sur la théorie des « cadres », relève de ce professionnalisme des journalistes en ciblant l'information. Yves Agnès explique que le compte rendu est un genre difficile ; le journaliste doit être à la page afin de pouvoir dégager le message essentiel de l'évènement. Pour atteindre ce niveau, la spécialisation des journalistes s'impose.

Prenant en compte l'importance de l'angle dans la conception des comptes rendus, nous avons constaté que l'angle est resserré généralement, surtout au sein de Canal Algérie, autour des activités officielles ou protocolaires.

Le problème crucial qui se pose dans la couverture des sujets est le manque de la spécialisation chez les journalistes surtout ceux de la Télévision, car le journaliste couvre aujourd'hui une activité sur l'énergie, le lendemain sur l'agriculture et le surlendemain un séminaire sur les droits de l'enfant, etc. Tous les journalistes sont versés dans une brigade de reportage multidisciplinaire.

La problématique de la spécialisation des journalistes au sein de Canal Algérie n'est même pas évoquée à l'heure actuelle(2018),³⁶⁷ vu le problème du manque terrible d'effectifs auquel est confrontée cette chaîne. Par contre la Chaîne 3 a déjà entrepris une initiative de spécialisation de quelques journalistes dans certains domaines telles que la politique, l'économie et la culture.

Dans cette édition du 5 décembre comme exemple, le présentateur de l'édition annonce ce qui suit :

« Après trois jours de travaux axés essentiellement sur la promotion du partenariat et l'investissement dans le continent, le forum africain de l'investissement et d'affaires a pris fin sur une série de contrats et protocoles d'accords signés entre les entreprises algériennes et leurs homologues africaines ; les participants parlent de réussite de ce rendez-vous qui a permis d'examiner des projets ambitieux de partenariat. Compte rendu Zohir Bouzid, du service économique ».

Néanmoins, cette initiative rencontre une contrainte majeure liée également au manque de journalistes. Le problème de recrutement des journalistes est crucial surtout au niveau de la

³⁶⁶ Vincent Martin, *Journalisme radio, la pratique au quotidien*, *Op.cit.*, p 54.

³⁶⁷ Interview avec le directeur de l'information de Canal Algérie, 22 février 2018.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

radio où des dizaines de journalistes partent en retraite chaque année, sans être remplacés faute de budget.³⁶⁸

1-1-1. Les comptes rendus en direct

Le taux de la transmission des comptes rendus en direct par Canal Algérie est très faible, il ne représente que (1,47 %) sur la totalité des reportages diffusés dans l'édition de 19 heures. À la Chaîne 3, un peu plus, il est de (7,44 %). Nous avons mentionné une seule intervention en direct sur Canal Algérie et ceci à l'occasion du colloque international sur l'énergie. Pourtant, le direct est un des marqueurs identitaires de la télévision. Il apporte la preuve tangible de l'utilité et de la spécificité de l'outil télévisuel, car le direct donne une force supplémentaire à cet outil de communication et marque profondément son identité.³⁶⁹

Le direct est considéré comme l'essence même de la télévision, c'est lui qui révèle la vérité d'une situation. Par l'image et le direct, la télévision permet d'accéder à la réalité d'un événement qui a construit sa légitimité auprès des médias grâce à l'imaginaire qu'il générerait.³⁷⁰

Jérôme Bourdon va plus loin en écrivant que la télévision serait, « par la grâce du direct, un pur miroir du monde tel qu'il est ».³⁷¹

La vision des théoriciens sur l'importance du direct est partagée par les professionnels des médias ; Jean d'Arcy* directeur des programmes de la télévision française dans les années cinquante, assistant aux premiers directs de la télévision en France, relève la véracité des faits par le biais du direct : « le direct, c'est la continuité d'événements retransmis grâce à plusieurs caméras, ce qui rend très difficile le trucage et donne une grande impression d'authenticité. Retransmettre en direct, c'est pouvoir regarder autour de soi la vie telle qu'elle est ».³⁷² De ce fait, la diffusion des événements en direct est liée étroitement à la réalité et l'authenticité et opposée aux pré-enregistrements assimilés à la fabrication et à la simulation de l'information.

Cela explique que le direct, réservé dans la télévision d'aujourd'hui à l'information, aux événements-spectacles, aux grandes cérémonies publiques, mais moins présent à la variété.

³⁶⁸Hacene Meftahi, Directeur de l'information de la Chaîne 3, *op.cit.*

³⁶⁹ Arnault Mercier, *Le journal télévisé*, presses des sciences PO, p 234. ³⁷⁰*Ibid.*

³⁷¹Jérôme Bourdon, *Le direct : une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccompli in réseaux* n°81, CENT, 1997, pp 61-78

* Jean d'Arcy (1913-1983), fut directeur des programmes de la télévision française (1952-1959), puis directeur des moyens audiovisuels de l'ONU (1961-1971).

³⁷² Sébastien Fleuriet (éd), *100 Pais-Roubaix, Patrimoine d'un siècle*, Septentrion, Presses universitaires, 2002, p193-194.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

C'est que le direct est plus qu'une simple technique ; il entre dans un dispositif global par lequel la télévision vise à agir sur les conditions du spectacle télévisuel. Le direct n'est pas une spécificité audiovisuelle, mais il est incarné dans la pratique radiophonique.

Les comptes rendus, en direct sur les ondes d'une radio donne vie à un sujet à partir des Interviews et des ambiances des sonores ; cependant il est considéré comme un exercice périlleux, notamment sur la durée, qui exige du journaliste un rythme et une grande force d'évocation pour faire voir aux auditeurs l'évènement en cours.

Consciente de la performance du direct, la Chaîne 3 travaille à renforcer la diffusion des directs, mais nous tenons à préciser que la plupart des sujets en direct réalisés par cette chaîne concernent généralement, la culture et le sport, mais rarement la politique.

Nous observons cette édition du 20 décembre :

Le présentateur : « Et puis, il y a le coup d'envoi ce soir à l'opéra Boualem Bessaih, coup d'envoi qui doit être donné, de la 11eme édition du Festival international de la musique andalouse et musique ancienne, et en direct avec nous Hayet Rahmani, Hayet Bonsoir ».

L'édition de 21 septembre : « On passe à ce dernier rendez-vous, culture, le prix Emir Abdelkader sera attribué ce soir à Mostaganem, à trois personnalités internationales, qui encouragent le principe de vivre ensemble, alors, il y a l'Algérien Lakhdar Brahimi, l'Espagnol Federico Mayor et le Canadien Raymond Chretien, nous retrouvons avec nous en direct à partir de Mostaganem, Djamel Sanhadri, Bonsoir Djamel ».

L'envoyé sur place : « Bonsoir Nesrine Dahmoune, etc. ».

Cette interactivité dans le traitement des sujets en direct, est une manière de faire vivre avec l'auditeur l'évènement et de donner une certaine véracité aux informations.

Le directeur de l'information de cette chaîne ne cache pas sa disponibilité à renforcer davantage la présence du direct dans les éditions de cette chaîne.

La transmission des événements en direct répond sans doute à une stratégie de valorisation de la profession. La mobilisation des moyens techniques est présentée comme le signe de l'application avec laquelle les journalistes se mettent au service de leur public, pour vivre une information réellement nouvelle. Plus l'information était couverte en direct, au plus près de l'évènement, plus on y consacrait de temps ou de place et plus l'information devenait forte, crédible et authentique.³⁷³

L'évitement de Canal Algérie pour la diffusion des comptes rendus en direct rentre dans la politique globale de la gestion de l'entreprise de L'EPTV. L'évitement des directs s'inscrit

³⁷³ Arnault Mercier, *Le journal télévisé, op.cit. Sciences PO*, p, 235.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

dans cette politique de vigilance entreprise par les dirigeants de cette entreprise afin de contrôler et de surveiller tout programme avant sa diffusion.

Même si le journaliste sur le terrain suit la ligne éditoriale de son entreprise, il est extrêmement difficile de contrôler les paroles des invités. Pour éviter tout problème, le direct est occulté.

Bien que cette pratique soit mieux ré pondue à la Chaîne 3, mais avec prudence où les invités sont briefés au préalable par le reporter afin de leur donner une idée sur les propos à avancer avant de prendre l'antenne. C'est pour cela que ce type de comptes- rendus reste une matière préconstruite par le journaliste sur le terrain.

La transmission en direct des faits reste une spécificité de la néo- télévision³⁷⁴ qui repose sur la fonction phatique. Mais dans notre recherche, c'est la radio qui l'emporte. Par le biais de la transmission des comptes- rendus en direct, une partie de la vision de réalisme en journalisme se confirme et pas toute la vision, car le direct dans les éditions concerne uniquement l'intervention du journaliste et non pas la transmission de l'événement.

Nous concluons que le compte- rendu a pris une signification unique dans l'esprit des journalistes qui l'attachent, désormais, à l'information portant sur l'activité des officiels. Cette conception ne couvre cependant qu'une partie des larges possibilités ouvertes devant le compte- rendu, si tant est qu'on le considère comme un genre qui enregistre la réalité à partir du terrain. Dans ce contexte Brahim Brahimi³⁷⁵ écrit que les reporters rencontrent de nombreux obstacles à chaque déplacement, notamment le responsable qui refuse de recevoir un journaliste parce qu'il n'a pas amené avec lui la caméra. Aussi l'organisme qui annule une réunion importante tout simplement parce que la Télévision n'est pas sur place. En fait, « Il est même arrivé que des ministres annulent une activité en raison de l'absence de l'équipe de la Télévision ». ³⁷⁶

Ce constat est fait pendant les années quatre-vingts, visiblement les choses n'ont pas bougé depuis.

1-2. Les brèves

En lisant toujours les chiffres du tableau ci- dessus, nous constatons que l'espace temporel consacré aux brèves est relativement considérable avec 22 % pour Canal Algérie et 20 % pour la Chaîne 3.

³⁷⁴Jérôme Bourdon, *Le direct : une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccompli in réseaux* n°81, CENT, 1997.

³⁷⁵ Brahim Brahimi, *Le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie*, éditions l'Harmattan, 1989, p 102

³⁷⁶*Ibid.*

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Ces brèves qui sont généralement lues par les présentateurs des éditions, sont conçues à travers les dépêches envoyées par les agences de presse, comme l' (APS) et (AFP) ainsi que les communiqués émanant des institutions de l'Etat.

Le recours à ce genre d'informations est expliqué, tout d'abord, par le besoin de ces deux médias d'alimenter les journaux avec des nouvelles fraîchement produites sur la scène médiatique pour éviter les ratages et puis pallier la lacune liée au manque de reporters pour se déplacer sur le terrain.

Initialement, la brève est conçue, selon Yves Agnés³⁷⁷ pour qu'un lecteur pressé, mais désirent être bien informé puisse savoir rapidement de quoi il est question. Les faits sont exposés par ordre d'importance décroissant, c'est-à-dire en allant du plus important au moins important.

Elle est composée de l'attaque ou l'accroche et c'est la phrase la plus importante de la brève. C'est l'élément essentiel qui accroche l'attention du public et l'incite à suivre. Si l'auditeur ou téléspectateur doit retenir une seule phrase dans la brève, c'est l'accroche, car c'est la phrase où l'information essentielle est concentrée. En effet, l'attention du public retombe très vite, dès les premières secondes ou minutes, avant de remonter à l'annonce de la fin. Dans ce sens, le public écoute et retient souvent le mot de la fin d'un discours, donc il faut soigner la chute.³⁷⁸

Au sein de Canal Algérie, nous avons noté deux genres de brèves : Des brèves avec des images où le présentateur lit l'information en illustrant des images liées à l'événement et des brèves sans image.

Concernant le contenu de ces brèves, il est consacré exclusivement pour annoncer des informations officielles. Prenant comme exemple cette édition du 4 avril de Canal Algérie, cette édition contient cinq brèves, la totalité concerne l'information officielle :

1- « Le président du conseil de la nation Abdelkader Ben Salah a reçu le président de l'assemblée des représentants du peuple tunisien » ;

2- « Un peu plus tôt, le président du conseil tunisien s'est recueilli ce matin au sanctuaire des martyres où il a déposé une gerbe de fleurs » ;

³⁷⁷ Yves Agnés, Manuel de journalisme, *op.cit.* p225.

³⁷⁸ Martin Vincent (2014). Journalisme radio, la pratique au quotidien, *op.cit.*41.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

3 –« Le serviteur des deux lieux saints de l’islam, le roi Selmane Ben Abdelaziz Al Saoud ; a reçu ce lundi à Riad Tayeb Belaiz, ministre d’Etat, conseiller spécial auprès du président de la République, il lui a transmis un message du président Abdelaziz Bouteflika » ;

4- « On apprend ce soir que quatre terroristes ont été abattus à El Oued » ;

5-« le ministre de l’Intérieur et des collectivités locales Nouredine Bedoui a reçu aujourd’hui le maire de la ville de Milan ».

Quant au traitement de ces brèves au sein de ces deux chaînes, nous constatons deux problèmes. Le premier problème consiste dans la reprise des dépêches des agences de presse avec le style agencier sans le réadapter au style audio et audiovisuel.

Le deuxième problème consiste dans la reprise des communiqués avec un style rigide sans qu’ils soient retravaillés.

Si nous prenons l’édition du même jour de la Chaîne 3, nous constatons l’ouverture du journal avec ce message :

1-« Retour sur ce message transmis par le conseiller spécial auprès du président de la République au serviteur des lieux saints de l’islam, le roi Selmane Ben Abdelaziz Al Saoud, dans ce message le chef de l’Etat déclare que la position de l’Algérie sur certaines questions brûlantes de l’heure relève du principe de non-ingérence, contrairement à ceux qui considèrent que cette position serait en contradiction avec celle adaptée par ses partenaires arabes. L’Algérie se limite souligne le chef de l’Etat au principe de non-ingérence et privilégie toujours les solutions politiques pacifiques, comme elle rejette la violence qui ne peut engendrer que la violence ».

La lecture des communiqués par les présentateurs de la Radio et de la Télévision, même des fois des résumés ne peut être située dans un genre y compris les brèves, ce sont des papiers hors genres audio et audiovisuel.

Nous observons cette brève dans l’édition du 6 janvier de Canal Algérie :

« La grève des cheminots se poursuit, le trafic est quasiment paralysé depuis mercredi et a sérieusement pénalisé les usagers surtout en ces derniers jours de vacances scolaires, le service minimum est toutefois assuré en attendant les négociations de demain ».

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Cette brève nous l'avons reprise de l'édition du 6 janvier ; cette dernière est constituée de 14 sujets, le sujet lié à la grève des cheminots est décalée à la huitième place avec une brève de 18 secondes.

Nous nous demandons si un sujet pareil ne mériterait pas d'être développé en reportage sur le terrain. Donc ce genre est utilisé aussi pour minimiser l'ampleur des événements.

Même si les brèves sont conçues dans l'audiovisuel pour aérer les journaux, en donnant les informations fraîchement arrivées, surtout au niveau de la radio qui est un média d'immédiateté, le constat est que la plupart des brèves concernent l'information officielle et ce genre s'est avéré un atout propice pour minimiser les sujets concernant les citoyens.

1-3. L'interview

Tout d'abord, nous devons éclairer notre entreprise pour l'interview dans cette analyse. L'interview dans ce contexte concerne uniquement les fichiers sonores balancés par le présentateur de l'édition. Les interviews incluses dans les reportages et les comptes-rendus ne sont pas concernées, elles sont diluées dans ces derniers.

Dans ce contexte, la Chaîne 3 se place bien devant pour ce genre (26,61 %) contre (7,44 %) pour Canal Algérie.

Patrick Charaudeau³⁷⁹ explique que le média radio par excellence est celui de l'interview.

Selon Edgar Morin, ³⁸⁰l'interview « est une communication personnelle suscitée dans un but d'information ». Cette définition est commune à l'interview scientifique, pratiquée notamment en psychologie sociale, et à l'interview de presse, radio, cinéma et télévision.

L'interview consiste à recueillir, au cours d'un entretien, les propos d'un interlocuteur. Le journaliste s'efface devant cette personne ; son rôle est de lui faciliter la prise de parole.³⁸¹

L'interview donc est un outil de collecte de l'information essentielle et constitue un mode privilégié de transmission de l'information. Elle permet de diffuser les propos de la personne mise en situation par l'actualité, lui offrant l'occasion de raconter elle-même son histoire. On y mène une interview pour obtenir de l'information, bien sûr, mais d'abord et avant tout pour procurer à l'auditeur ou au téléspectateur une information de première source.

Il existe plusieurs types d'interview, en radio ou en télévision, selon Charaudeau,³⁸² il existe cinq types d'interview :

³⁷⁹ Patrick Charaudeau, Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours, *op.cit.*, pp 178,179.

³⁸⁰ Edgar Morin, L'interview dans les sciences sociales et à la radio –télévision, *communications*, n7, 1966, p59.

³⁸¹ Yves Agnés, Manuel de journalisme, *op.cit.*p276.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

1-L'interview politique se définit par le propos, qui concerne la vie citoyenne, et par l'identité de l'interviewé. Celui-ci, un acteur représentant de lui-même ou d'un groupe qui participe à la vie politique ou citoyenne, et qui a un certain pouvoir de décision ou de pression. Il s'agit du témoignage de la personne qui fait la nouvelle, de celle qui vit ou a vécu l'événement. C'est le type d'interview le plus courant dans les informations.

2-L'interview d'expertise : se définit par un propos technique concernant divers aspects de la vie sociale, économique et scientifique.

3-L'interview de témoignage se définit par son propos qui est soit un récit rapportant un événement jugé suffisamment intéressant pour accéder aux médias, soit une opinion brève émise en réaction aux faits de l'actualité.

4-L'interview culturelle se définit également par son propos qui porte, cette fois, sur la vie littéraire, cinématographique, artistique, cherchant à percer les mystères de la création.

5-L'interview vedettariat : son propos concerne la vie des personnalités du monde du spectacle.

Pour Yves Agnés³⁸³, il n'y a pas d'interview standard. En fonction de ce qu'on demande à la personne interrogée, on distingue plusieurs types d'interview :

L'interview expertise : explication d'une spécialité, un fait ou une situation

L'interview témoignage : un acteur qui témoigne d'un fait divers ou d'un événement.

L'interview information : un acteur de la vie sociale nous révèle ou nous en dit plus sur des projets, des décisions dans son domaine d'intervention.

L'interview opinion : la personne interrogée nous donne un avis, s'engage, commente un événement d'actualité.

Interview réaction : ou interview express ou interview minute, la personne nous livre sa réaction à chaud et brièvement à un événement ou à une situation.

Interview portrait : le but est de mieux découvrir un personnage, mais dans ce cas ce sont les réponses aux questions du journaliste qui le permettent.

L'approche de l'interview factuelle diffère selon qu'on sollicite la personne référence en tant que témoin qui a vécu personnellement ou observé de près un événement en tant qu'expert particulièrement compétent dans son domaine ou en tant que responsable exerçant une fonction et interrogé à propos de la manière dont il l'exerce.³⁸⁴

La primauté de la Chaîne 3 par rapport à ce genre s'explique par deux facteurs :

³⁸² Patrick Charaudeau, *Les médias et l'information*, de Boeck, p2005, pp180, 181.

³⁸³ Agnés, *Manuel de journalisme, la découverte*, 2008, p 279.

³⁸⁴ Paul-Stephane Manier, *Le journalisme audiovisuel*, *op.cit.*, p22.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Le premier facteur est lié à cette volonté des responsables de l'information de donner la parole à un maximum d'acteurs d'événements et ceci est une spécificité de la radio en tant que média d'instantanéité ;

Le deuxième facteur est lié à une contrainte temporelle qui est de respecter la durée du journal, de manière à ce que l'édition soit concise et en même temps exhaustive.

Par contre Canal Algérie, dans l'édition de 19 heures, la plupart des interviews sont emballées dans des comptes- rendus. L'insertion des interviews dans des comptes- rendus est expliquée par le recours de cette chaîne à reprendre les interviews réalisées par la chaîne terrestre et les retravailler à son niveau.

Pour mieux comprendre la confection de ce genre, nous devons donner un aperçu sur le travail des reporters sur le terrain.

Généralement, ces interviews sont faites par des intervenants sur un podium et la plupart du temps elles sont faites par les responsables des institutions. Lors de ces couvertures, les journalistes de la Radio et la Télévision rencontrent deux problèmes majeurs.

Le premier problème est temporel, dans le sens où le journaliste n'a pas assez du temps pour enregistrer la totalité des interventions des interlocuteurs et puis faire ressortir l'information essentielle. Le journaliste a des échéanciers bien précis à respecter, il doit ramasser la matière le plus vite possible afin de participer aux éditions.

Le deuxième problème est lié à la crainte de ratage. Généralement, les interventions des interlocuteurs sur le podium durent longtemps. Dans cette situation, le journaliste est contraint de retrouver l'information dans de longs discours. Pour éviter un éventuel ratage de l'information, le journaliste en accord avec l'intervenant se mettent s'entend sur une déclaration lors de la rencontre.

Ces déclarations sont reprises directement, sur les ondes comme le cas à la Chaîne 3 ou bien insérées dans des comptes- rendus, comme nous l'avons constaté au niveau de Canal Algérie. Le but de ces interviews factuelles est tout d'abord d'attester l'authenticité des faits rapportés en recourant à une personne qui dispose d'une crédibilité particulière par rapport au sujet. Et puis le journaliste dégage toute responsabilité pour la parole des interlocuteurs en s'effaçant devant eux. ³⁸⁵In fine le but est de faire dire par un autre ce que le journaliste ne peut pas prendre à son compte.

Prenant comme exemple cette édition du 7 septembre de la Chaîne 3.

Le présentateur : « On s'achemine vers une solution politique à la crise libyenne, deux membres de conseil présidentiel se sont retirés, il s'agit d'une demande formulée par le parlement du Tobrouk, lors

³⁸⁵*Idem*, p22.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

des discussions inter- libyens de Tunis, On écoute Martin Kobler qui l'annonce en exclusivité à Meriem Abdou ».

Déclaration :

« Pour la première fois, on avait les deux membres du conseil présidentiel qui ont été suspendus d'être membres au conseil présidentiel avec le président Saradj. Avec l'entretien sur le dialogue politique pour discuter de la question de la formation de gouvernement et autres choses, etc. ».

Concernant la qualité de ces déclarations, nous constatons que selon les sonores recueillis, la plupart du temps cela concerne les autorités, une manière de renforcer la parole de ces interlocuteurs dans ces médias.

Prenons exemple de cette édition de Canal Algérie

Le présentateur : « L'Algérie et la Tunisie sont unies quant à la nécessité de trouver une solution à la situation en Libye, le président de la chambre des représentants du peuple tunisien Mohamed Ennacer l'a souligné au sortir d'un entretien avec le ministre des Affaires étrangères Remtane Lamamra ; il avait été reçu auparavant par le Premier ministre Abdelmalek Sellal. Écoutons le Président de la chambre des représentants du peuple tunisien Mohamed Ennacer » :

M Mohamed Ennacer : « Les entretiens ont porté sur les relations bilatérales et les sujets d'intérêts communs, le terrorisme et notamment la situation dans la région, en Libye ; notre priorité est d'assurer une stabilité dans ce pays frère en soutenant le gouvernement d'union nationale pour trouver des solutions politiques ».

L'interview atteste que le récit journalistique reflète fidèlement le réel, puisque des personnes en références viennent en témoigner³⁸⁶ comme c'est le cas dans les reportages, car la crédibilité de l'information dépend donc pour une grande part de la confiance qu'accorde le public aux personnes de références répondant aux interviews ; le choix de la parole des interviewés fait partie du contrat de délégation conclu entre le public et le journaliste.³⁸⁷ Ce contrat impose au journaliste le respect de la véracité des informations contenues dans l'interview.

1-4. Le reportage

Canal Algérie dépasse largement la Chaîne 3 dans ce genre avec 15 % contre 4,16 %, de la totalité des genres journalistiques utilisés. Ceci est expliqué par la rediffusion par Canal Algérie de quelques reportages déjà diffusés sur la chaîne terrestre dans le journal de 13 heures, des reportages retravaillés et doublés en langue française.

³⁸⁶Jean-Jaques Jaspers, Journalisme de télévision, op.cit.de Boeck 2009, p109.

³⁸⁷*Idem.* p 111.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Le directeur de l'information de la Chaîne 3 explique que le reportage est prisé par le service de l'information de sa chaîne, sauf que les reportages passent dans un autre espace, celui de l'heure de l'information dont le journal n'est qu'une partie.

Notre recherche se limite uniquement au journal de dix-neuf heures et notre constat sur l'indigence des reportages concerne uniquement cette édition.

En analysant le contenu des reportages diffusés par les deux chaînes, nous avons observé deux types de reportage :

Le reportage d'actualité ou news et les reportages magazines.

Pour les reportages d'actualité, ce sont des reportages qui viennent illustrer des informations qui font l'actualité du jour. Ce genre de reportage d'actualité est souvent décidé le matin, lors de la conférence de la rédaction pour être diffusé le jour- même. Le sujet n'est pas le reportage. Il est son point de départ, ce qui le motive. Le sujet, c'est l'idée, l'histoire que racontera le reportage. Il sera approuvé ou non, avec son angle de traitement.

Par contre les reportages magazine se détachent de l'information brûlante (hot news) en choisissant une information dans l'air du temps. Dans les rédactions, on l'appelle aussi « le marbre », ou reportage « frigo » diffusable sans une date précise. Le journaliste part des faits, des événements, d'une histoire qu'il a lue ou qui lui est racontée ou bien d'une idée du rédacteur en chef ou d'un collègue. Dans ce genre de reportage, le journaliste doit chercher des sujets singuliers qui n'ont pas été déjà traités et qui apportent quelque chose de nouveau.³⁸⁸

À travers notre analyse, nous avons constaté que la plupart des reportages de la Chaîne 3 sont des reportages liés à l'actualité ; par contre ceux de Canal Algérie sont du genre magazine.

Prenons par exemple ce reportage de Canal Algérie pris dans l'édition du 4 avril :

Le présentateur : « Nous allons à Adrar, cette fois- ci pour l'apprentissage des langues étrangères ; une enseignante a ouvert une école au chef-lieu de la wilaya, le succès est remarquable, vous allez le voir, elle pense même ouvrir d'autres écoles dans les wilayas limitrophes ; reportage, Amel Issir Idir ».

Journaliste/ reporter : « Keltoum Ferdjani a enfin réalisé son rêve, elle a créé une école pour apprendre les langues étrangères à Adrar, une Wilaya parmi d'autres qui a un déficit en enseignants dans ce domaine : Intervenant n°1 :(Elève) : « Je voulais apprendre la langue française, je tiens à remercier madame Keltoum en particulier qui nous a donné cette chance ».

Intervenant n°2 : Madame Keltoum : « Les élèves sont plutôt satisfaits, ils arrivent à lire des journaux en français et même à communiquer entre eux. Notre première école est au niveau de la

³⁸⁸Stéphanet Brabant, Le reportage à la télévision, CFPJ, 2012, p20.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Wilaya d'Adrar, j'ai ensuite ouvert une autre dans la commune d'« Oulef » et nous avons un projet au niveau de « Reggane » et Bordj Badji Mokhtar ».

Intervenant n°3 :(Enseignant) : « On a vu que beaucoup d'élèves qui viennent chez nous dans cette école. C'est une bonne initiative d'améliorer leur niveau ».

Chute : « Le développement et l'amélioration des connaissances en langues étrangères devient plus qu'une nécessité dans un monde où la globalisation est de mise ».

Nous observons que ce reportage n'est pas collé directement à l'actualité ; il peut être diffusé dans un espace temporel indéfini.

Ce type de reportages que les experts en communication anglophone préfèrent appeler « success story »³⁸⁹ est bien évidemment à encourager dans les éditions, mais il ne faut pas oublier les vives contraintes des élèves et des étudiants du sud quant au manque d'enseignants des langues étrangères.

Par contre la Chaîne 3, se distingue par des reportages étroitement liés à l'actualité

Nous prenons cet exemple de l'édition du 15 septembre.

Présentateur : « Et pour répondre aux besoins du marché, les étudiants de la formation professionnelle lancent cette année une nouvelle spécialité notamment dans le domaine de la mécanique, reportage Leila Bouzar » :

Journaliste/ reporter : « La formation professionnelle élargit sa palette de spécialités, des formations en adéquation avec la réalité économique ; trois mois avant la rentrée officielle, les jeunes tous niveaux confondus n'ont que l'embarras du choix, Noura Allaf, directrice du centre de formation professionnelle d'El Achour».

Intervenant N°1 : « Nous offrons six spécialités pour le mode de formation résidentielle dont quatre pour le niveau de la quatrième année moyenne, une spécialité pour le niveau de la première année (AS) et une autre spécialité pour la deuxième année (AS). Nous avons la poterie, l'option décoration, nous avons la peinture sur verre et aussi la poterie option « Zelidj », c'est nouveau ».

Journaliste reporter : « Une rentrée avec à la clé cinq nouvelles spécialités, Marzouk Djouadi, sous-directeur des équivalences au ministère de la Formation professionnelle ».

Intervenant N°2 : « Il s'agit de l'électro motoriste à la pêche, l'électricité électronique maritime, installation et maintenance des houlis, fourreurs et nous avons le dernier, c'est mareyeur, c'est une spécialité qui s'adresse à des personnes qui sont dans la vente de gros du poisson ».

La journaliste/ reporter :« Parmi les nouveautés de cette année, la réouverture de la filière optique, Noura Allaf, directrice du centre de formation professionnelle d'El Achour ».

³⁸⁹ Davis « Buzz » Merritt, Public journalism and public life, routledge, p128.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Intervenant N°3 : « Une autre spécialité qu'on a rouvert, c'est le montage et la réparation de lunetterie, très prisée par nos jeunes et nous demandons à toute personne qui veut se spécialiser dans ce métier, de venir, le bureau d'accueil du centre de formation est ouvert de 8 heures à seize heures, tous les jours et compris les samedis, jusqu'au 17 septembre ».

La chute : « A ceux qui veulent opter pour une réelle vocation, la formation professionnelle offre cette chance. Les inscriptions de la formation professionnelle, c'est jusqu'au 17 septembre ».

Ce type de reportage lié à l'actualité, selon nous, est plus intéressant pour le citoyen, car il touche directement son vécu en apportant des informations qu'il ignore et en lui présentant des éclairages sur des questions ambiguës.

Le reportage doit être à hauteur d'homme, grâce aux personnages filmés dans leur vie quotidienne, le public se sent concerné, parce qu'il peut s'identifier.

Pour Patrick Charaudeau,³⁹⁰ le reportage porte sur l'état d'un phénomène social qu'il tente d'expliquer et une fois de plus, il faut que ce soit d'intérêt général.

Prenant compte de cette vision, nous remarquons que tous les reportages diffusés par ces medias traitent des sujets qui touchent directement les citoyens. Mais le problème majeur consiste dans le traitement de ces sujets qui ne reflètent guère la réalité.

Dans ce contexte, nous relevons que sur 36 reportages diffusés par Canal Algérie dans le journal de dix-neuf heures pendant la période de notre recherche, trois reportages seulement traitent des problèmes des citoyens. Nous prenons comme illustration ce reportage de l'édition de 21 septembre :

Le présentateur : « Le transport scolaire en milieu rural est une nécessité surtout avec l'éloignement des écoles ; malgré les efforts de l'Etat, certaines régions du pays affichent encore un manque dans ce domaine, un exemple dans ce journal, un village dans la wilaya de Tizi ouzou. Reportage Abdelmadjid Ben Kaci » :

Journaliste/Reporter : « Il est 7 heures du matin et en ce moment où le ramassage scolaire commence dans la commune Illoula Oumalou, plus d'un millier de collégiens et lycéens de dix-sept villages sont concernés par le transport scolaire, nous nous sommes rendus à Bouhbir pour accompagner en bus les élèves aux lycées et aux collèges » :

-1er intervenant, parent d'élève : « C'est la première fois qu'on voit un bus de la commune desservir la ligne de notre village, etc. ».

2eme intervenant : président du comité de village de Bouhbir :

³⁹⁰Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social, *Op.cit.*, p216.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

« Auparavant, le transport scolaire a été assumé par la collectivité, par l'APC ; évidemment, il y a une petite marge que le parent d'élève paye, mais cette année le transport scolaire est imposé à la totalité aux parents d'élèves, etc. ».

3ème intervenant : « Cette année, il y a l'austérité, la restriction du budget, on n'a pas de subvention, il y a un déficit dans le ramassage scolaire, etc. ».

Comme nous l'observons dans cet exemple, le journaliste a décortiqué le problème du transport scolaire dans ce village de la wilaya de Tizi Ouzou en choisissant des interlocuteurs qui confirment ce constat. Ce type de reportages qui lèvent le voile sur les problèmes des citoyens qui malheureusement, sont indigents au niveau de cette chaîne, constatons-nous.

Le reportage n'est pas de la fiction, car il ne peut y avoir ni « bidonnage », ni mise en scène et on ne dirige pas les personnages filmés. Ce ne sont pas des acteurs au service de son idée. C'est au reporter de s'adapter à la réalité du terrain.³⁹¹

Quel que soit l'évènement couvert, il doit montrer un aspect de la réalité qu'il découvre.³⁹²

Patrick Charaudeau explique que le journaliste reporter doit adopter un point de vue distancié et global (principe d'objectivation) et doit proposer en même temps un questionnement sur le phénomène traité (principe d'intelligibilité). Il fait appel à divers types de scénarisations (de dramatisation) destinés à toucher l'affect du spectateur. Il est attendu du journaliste qu'il fasse œuvre d'impartialité.

Nous remarquons que peu de reportages sont réalisés par les journalistes de la rédaction de Canal Algérie alors que presque la totalité des sujets sont réalisés par les stations régionales. Quelques reportages même sont repris de la chaîne terrestre, retravaillés de façon à les traduire en langue française. Ceci est justifié par les responsables de l'information de cette chaîne par le manque terrible d'effectif. En fait, l'origine du malaise au niveau du service reportage à l'EPTV selon la responsable de ce service au sein de Canal Algérie³⁹³ se trouve dans son fonctionnement bureaucratique et l'absence d'une réflexion pour améliorer son rendement. Le service fonctionne toujours avec un fax et il en reçoit des dizaines par jour pour couvrir des activités institutionnelles et celles de différentes organisations qui gravitent autour ; par conséquent il reste peu de place pour l'innovation et les véritables reportages répondant aux normes. Les journalistes affirment qu'ils font des propositions pour réaliser des reportages sur différents sujets, mais ils sont confrontés à plusieurs obstacles comme

³⁹¹Stéphanie Brabant, Le reportage à la télévision, de la conception à la diffusion, *op.cit.*, p17.

³⁹²*Idem*, p15.

³⁹³Nora Akak, responsable du service reportage à Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

le manque d'équipes de tournage qui sont toujours mobilisées pour les couvertures institutionnelles.

Cette situation a poussé les journalistes à être de simples fonctionnaires et à se limiter aux affectations des feuilles de route qui tracent en réalité le contenu final du journal télévisé au quotidien, un contenu décrié, car il s'éloigne du résultat attendu et des exigences du service public.

Pour la Télévision, la magie consiste dans les images prises à travers plusieurs régions féériques de l'Algérie. En visionnant les reportages de cette chaîne, on se laisse emporter par les beaux paysages des quatre coins de l'Algérie.

1-5.L'analyse

Nous remarquons que l'analyse est représentée avec un taux très faible au sein de Canal Algérie, même pas 1 %, par rapport à la Chaîne 3 qui dépasse les 5 %. Si nous admettons que l'analyse apporte à l'événement d'actualité la plus forte valeur ajoutée possible,³⁹⁴ nous apercevons que les deux medias minimisent ce genre hautement considéré.

Pour le rédacteur en chef de Canal Algérie, ce genre n'a pas de place devant l'actualité qui submerge au quotidien.³⁹⁵

Sans aller sur le terrain, l'analyse dépasse le fait de l'actualité pour expliquer, éclairer, analyser à l'aide d'autres faits-contexte historique notamment en lui donnant un sens, en le mettant en perspective. Le rédacteur dans cet exercice, puise dans la documentation et surtout dans ses acquis personnels. Il doit être capable de produire son analyse et de la rédiger dans un minimum de temps.³⁹⁶

Concernant l'analyse effectuée au sein de ces deux médias, nous avons constaté que l'analyse est faite par les experts et non par les journalistes ou les responsables de l'information.

À travers notre analyse, nous avons constaté que ce genre au sein de la Chaîne 3 concerne majoritairement l'événement international. La parole d'analyse est donnée aux experts.

Dans l'absence des papiers d'analyse au sein de ces deux chaînes, l'analyse effectuée par les experts relève donc de l'interview, et leurs paroles s'inscrivent dans «Les intervenants », que nous allons étudier dans le prochain chapitre.

³⁹⁴ Yves Agnes, Manuel de journalisme, *op.cit.*, p230.

³⁹⁵ Interview avec le rédacteur en chef de Canal Algérie, *Op.cit.*

³⁹⁶ Yves Agnes, Manuel de journalisme, *op.cit.*, p 230.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Concernant les sujets qui ont suscité une analyse, nous relevons un seul concernant la politique nationale et qui est partagé entre les deux chaînes, sujet lié à la révision de la Constitution.

Mise à part ce sujet, la Chaîne 3 consacre son analyse à l'évènement international.

Et pourtant, le public, selon la loi de proximité est intéressé par les événements qui le touchent directement, avant d'accorder de l'importance aux événements produits dans d'autres pays

Nous observons dans cette édition du 7 avril de la Chaîne 3 qui porte cette information liée à la politique.

Le titre : « L'atteinte aux institutions constitutionnelles et leurs symboles, une ligne rouge à ne pas franchir, l'appel de Noureddine Bedoui après les articles parus cette semaine dans le journal français le Monde ».

Le présentateur, (chapeau) : « l'atteinte aux institutions constitutionnelles et leurs symboles, une ligne rouge à ne pas franchir, le ministre de l'intérieur, Noureddine Bedoui l'a souligné ce matin en marge d'une séance plénière à l'assemblée nationale consacrée aux réponses aux questions orales ».

Intervenant : le ministre de l'intérieur Noureddine Bedoui : « Il y a des lignes rouges à ne pas dépasser, celles de nos institutions d'Etat, nous n'accepterons jamais que nos symboles constitutionnels soient visés ou même touchés, ce qu'a fait le ministère des Affaires étrangères exprime ce niveau de coopération et cette réponse officielle de l'Algérie ».

À notre sens, une information présentée ainsi aux auditeurs, sous cette forme, reste ambiguë, sans doute le public se demande où consiste le problème. Pour un éclairage de cet évènement, il nous semble nécessaire de préparer un papier d'analyse ou bien de faire appel à un spécialiste dans les relations internationales afin de décortiquer l'évènement.

Dans la même édition du 4 avril, nous observons ce qui suit :

Le présentateur : « Syrie, le prochain round des négociations a été repoussé au 13 avril, annonce le médiateur Onusien, Stiffan de Mistura, analyse de Subhi Thome, spécialiste en politique internationale, au micro de Sabira Ben Cheneb » :

L'intervenant : « Les prochaines négociations seront peut-être plus favorables aux solutions négociées, les parties semblent accepter, etc. ».

Cet exemple nous démontre cette liberté d'analyser l'évènement international, en évitant de creuser dans l'actualité nationale, bien que celle-ci, sans doute concerne directement le citoyen algérien.

Le recours de la Chaîne 3 à analyser l'évènement international et l'évitement de Canal Algérie pour ce genre est expliqué par la censure exercée sur les journalistes de ne pas creuser trop dans la politique, sachant que le choix des experts est primordial et ce n'est pas

Chapitre VIII : Les modes discursifs

évident de tomber sur des experts qui s'alignent sur la ligne éditoriale de ces médias qui pensent donner une image lisse du pouvoir sans la moindre critique.

Selon le directeur de l'information de la Chaîne 3, le manque de ce genre « l'analyse », est expliqué par le manque d'effectifs chevronnés avec le départ en retraite des anciens, étant donné que dans ce domaine il est exigé une certaine expérience et de la compétence.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

Conclusion

Ci-après, nous récapitulons les principaux résultats de l'analyse de ce chapitre lié aux modes discursifs utilisés dans les éditions des deux médias.

L'idée générale qui ressort de l'analyse de ce chapitre est que l'évènement rapporté domine les autres genres d'évènements au sein des éditions des deux médias.

Grille d'analyse n°3 : Modes discursifs

Critères d'analyse	Résultats de la recherche	Comparaison entre les deux médias
1-Compte rendu	1-II représente 54,27 % à Canal Algérie -II représente 42,85% à la Chaîne 3 2-Le compte rendu en direct représente 1,47 % à Canal Algérie et 7,44 % à la Chaîne 3. 3-Le grand pourcentage des reportages concernent les sujets officiels	1-les comptes rendus dominent les genres au sein des deux médias mais avec un taux moins élevé au niveau de la Chaîne 3 2-La Chaîne 3 favorise plus les comptes rendus en direct
2-Brèves	-Les brèves occupent 22,39 % à Canal Algérie contre 20,55 % à la Chaîne 3.	-Les deux médias misent sur les agences de presse surtout l'APS.
3-Interview	1-II représente 26,61 % des genres à la Chaîne 3 contre 7,44 % à Canal Algérie. 2-le grand pourcentage des interlocuteurs qui sont officiels	1-La Chaîne 3 devance largement Canal Algérie par rapport à ce genre. 2-Canal Algérie préfèrent emballer les interviews dans des comptes rendus.
4-Reportage	1-Ce genre représente 15 % au niveau de Canal Algérie contre 4,16 % au niveau de la Chaîne 3. 2-Deux genres de reportages, reportage d'actualité et reportage magazine	1-Le reportage à la Chaîne 3 passe dans l'espace de l'heure de l'information. 2-Canal Algérie favorise le reportage magazine par contre la Chaîne 3 opte pour le reportage d'actualité. 3-Tous les reportages ne traitent que du positif
5-Analyse	1-Ce genre est représenté avec un taux de 5,84 % au niveau de la Chaîne 3 contre 0,89 % au niveau de Canal Algérie. 2-L'analyse au niveau de la Chaîne 3 concerne surtout l'évènement international.	1-La Chaîne 3 devance Canal Algérie dans ce genre. 2-L'analyse concerne l'évènement international. 3-L'analyse du l'évènement national est négligé.
1-Evènement rapporté	-II représente 83,44 % à Canal Algérie et 88,62 % à la Chaîne 3	-La Chaîne 3 devance légèrement Canal Algérie.
2-Evènement provoqué	Il représente 15,61% Canal Algérie et 5,48 % à la Chaîne 3.	-Canal Algérie devance la Chaîne 3.

Chapitre VIII : Les modes discursifs

3-Evènement commenté	-Il représente 5,84% à la Chaîne 3 et 0,89 % à Canal Algérie.	-L'évènement commenté est minimisé au niveau des deux médias.
----------------------	---	---

Nous concluons ce chapitre par la ligne éditoriale de ces médias qui définit le genre journalistique que les informations vont épouser. La suprématie du compte rendu sur les autres genres est expliquée par la manière de gérer l'information au quotidien au sein de ces deux médias d'une façon à couvrir toutes les activités des officiels. La présence du reportage avec un grand pourcentage au sein de Canal Algérie est, selon nous, sans importance majeure, étant donné qu'il ne concerne pas directement l'actualité.

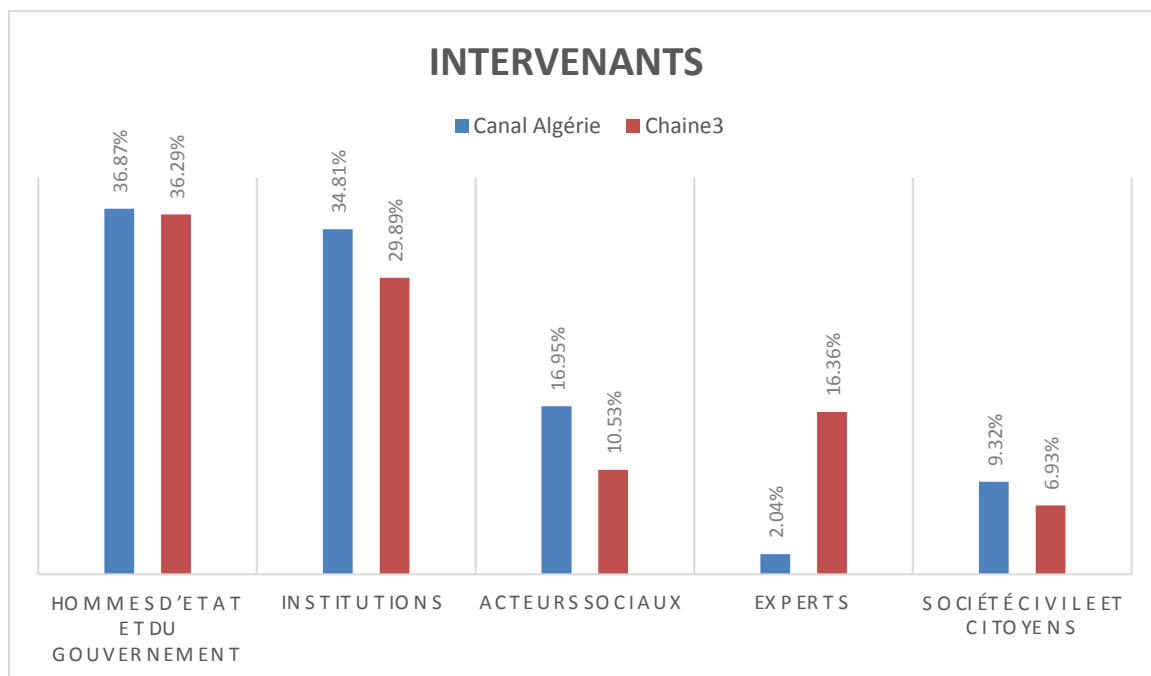
Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Dans ce chapitre, nous allons aborder les intervenants externes qui font l'actualité des éditions de Canal Algérie et de la Chaîne 3. L'étude de ces intervenants ne peut être dissociée de leurs discours ou paroles sélectionnés et diffusés par ces chaînes. Dans ce contexte Patrick Charaudeau, explique que « La parole médiatique est par définition une parole qui se déploie dans l'espace public, dans des dispositifs divers et tenue par divers types d'acteurs ».³⁹⁶

L'importance du discours des intervenants dans cette relation intrinsèque entre les médias et la parole sélectionnée, ne peut être que le reflet de la ligne éditoriale de ces médias. (**les détails de ces résultats, voir annexe n°13**)

Graphique n°3 : Intervenants dans les éditions de 19 heures de Canal Algérie et la Chaîne3.



1. Les Hommes d'Etat et du gouvernement

Nous observons que les Hommes d'Etat et du Gouvernement occupent la première place avec 36 % dans les deux médias ; ceci est expliqué par la tendance de la communication politique contemporaine où l'acteur politique joue un rôle central dans les médias où il doit présenter un éthos qui permet au public de s'identifier à lui ou de retrouver en lui une figure forte et rassurante. Le charisme et la maîtrise des médias deviennent désormais des facteurs déterminants de la sélection des Hommes aux plus hautes fonctions de l'Etat.

³⁹⁶Patrick Charaudeau, Que vaut la parole d'un chroniqueur à la télévision ? L'affaire Zemmour, comme symptôme d'une dérive de la parole médiatique, in Réseaux, Paris, 2011/6, pp.135-161, La Découverte, 2011. <http://www.patrick-charaudeau.com/Que-vaut-la-parole-d-un.html>

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Si les responsables politiques doivent utiliser toutes les voies de communication, traditionnelles et modernes, l'usage de la parole reste cependant le support privilégié, dans les contacts avec les citoyens, à la tribune du parlement, dans les interventions médiatiques. C'est par la parole que la politique va informer, persuader, convaincre, séduire, décider, influencer, manipuler peut-être.³⁹⁷

Autrefois, c'était dans le cadre d'une communication interpersonnelle, avec chaque citoyen ou devant des groupes rassemblés pour la circonstance ; aujourd'hui, cela passe aussi par des moyens de communication à distance, sans qu'il y ait une présence effective des deux interlocuteurs. Mais les outils technologiques n'ont pas supprimé le contact direct, qui reste essentiel.

Néanmoins, l'usage des médias modifie la prise de parole publique. Le politicien du XIXe siècle et de la première moitié du XXe siècle se faisait remarquer par ses qualités de tribun.³⁹⁸ Mais aujourd'hui, c'est sa capacité de rentrer dans les formats imposés par la machine audiovisuelle : phrases courtes, idées synthétisées en une phrase, privilégiant les exemples plutôt que l'argumentation charpentée et le sens de la répartie envers ses contradicteurs.

À notre sens, deux éléments ont essentiellement modifié la rhétorique politique dans les médias :

La dimension temporelle : l'Homme politique doit synthétiser ses idées au maximum, parce que dans l'espace du journal télévisuel ou bien radiophonique, le temps de son intervention est bien limité, d'où la nécessité d'être bref et concis.

Le dispositif journalistique : quand le discours est enregistré, c'est le journaliste qui décide des passages à reprendre dans les éditions selon la pertinence des déclarations qui supposent une certaine subjectivité.

La construction d'un personnage, aujourd'hui devient centrale en politique, à travers l'éthos qu'il doit donner à voir à toutes les personnes qu'il est amené à rencontrer. Aujourd'hui, la situation est très différente, dans la mesure où des citoyens qui rencontrent une personne politique l'ont déjà très souvent vue à l'œuvre dans les médias. Ils possèdent une représentation pré-discursive au moment de le voir réellement, laquelle est aussi construite par toute une série d'intervenants médiatiques.

³⁹⁷ Theodoros Koutroubas, MarcLits, *Communication politique et lobbying*, De Boeck, 2011, p53.

³⁹⁸ *Idem*, p56.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

L'interprétation du politique ne consiste pas seulement dans des paroles ou des écrits, elle est aussi exprimée par des gestes.

L'importance grandissante de l'information audiovisuelle donne aux gestes les plus insignifiants des Hommes politiques une visibilité considérable qui les articule à leur discours. La sémiotique politique selon Bernard Lamizet³⁹⁹ articule ainsi la signification du discours et de l'image à ce que l'on pourrait appeler une « sémiotisation du faire », (geste, mise en scène, pratiques et activités diverses).

Dans ce contexte, nous allons tenter d'identifier l'éthos de quelques intervenants de la scène politique algérienne dans ces deux médias, celui du président de la République Abdelaziz Bouteflika et celui du Premier ministre Abdelmalek Sellal et quelques ministres du gouvernement. Dans ce sens, nous allons nous appuyer sur la rhétorique d'Aristote reprise par Patrick Charaudeau.

Aristote, dans sa rhétorique, définit trois grandes parties dans la rhétorique : le logos ou la capacité de construire un discours rationnel et argumenté, le pathos ou la capacité d'utiliser le registre d'émotion pour toucher son public, mais aussi l'éthos ou l'image que l'orateur donne de lui à travers son discours.⁴⁰⁰ Pour Aristote, l'éthos constitue presque la plus importante des preuves. Ce qui signifie que les deux autres éléments (le logos et le pathos) viennent donc renforcer l'éthos, qui convergent, sous forme triangulaire, vers l'éthos, c'est-à-dire qu'ils y sont étroitement liés.

L'éthos explique Maingueneau⁴⁰¹ est attaché à l'exercice de la parole, au rôle qui correspond à son discours et non à l'individu réel, appréhendé indépendamment de sa prestation oratoire.

Charaudeau explique que l'éthos est une affaire de croisement de regards : regard de l'autre sur celui qui parle, regard de celui qui parle sur la façon dont il pense que l'autre voit.

Le sujet apparaît au regard de l'autre dans une identité psychologique et sociale qui lui est attribuée, et en même temps il se montre à travers l'identité discursive qu'il se construit. Le sens que véhiculent nos paroles dépend à la fois de ce que nous sommes et de ce que nous disons. L'éthos est le résultat de cette double identité, mais qui finit par se fondre en une seule.⁴⁰²

³⁹⁹Bernard Lamizet, *Le langage politique*, Ellipses, 2011, p 24.

⁴⁰⁰Theodoros Koutroubas, Marc Lits, *Communication politique et lobbying*, *Op.cit.* p55.

⁴⁰¹Dominique Maingueneau, in *Le discours politique, les masques du pouvoir*, Vuibert, 2005.

⁴⁰²*Ibid.*

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

L'éthos se construit à travers divers types de comportement du sujet (le ton de la voix, les gestes et les manières de parler, mais également à travers le contenu de ses propos).

Patrick Charaudeau⁴⁰³ a répertorié les différents types d'éthos qui permettent à l'Homme politique de construire son image auprès du public, qu'il répartit en deux grandes catégories, les éthos de crédibilité et les éthos d'identification.

Dans le discours politique, la crédibilité est fondamentale puisque l'enjeu consiste à tenter de persuader un certain public que l'on possède un certain pouvoir. Cependant, cette crédibilité est particulièrement complexe, car elle doit satisfaire à la fois trois conditions : condition de sincérité, condition de performance et condition d'efficacité.⁴⁰⁴

Pour construire un éthos de crédibilité, Charaudeau relève d'abord l'éthos de sérieux qui peut se manifester à la fois par « des indices et mimiques : une certaine raideur dans la tenue du corps, une expression rarement souriante du visage ». Ensuite l'éthos de vertu, qui doit allier sincérité, fidélité et honnêteté personnelle.

Le troisième éthos, celui de compétence, en s'imposant comme un Homme politique capable de gérer des dossiers à haute responsabilité.

Pour corroborer cette crédibilité, Charaudeau avance six éthos d'identification, à travers différents profils rassembleurs dans lesquels le public pourra se retrouver.

- 1-Éthos de puissance : il renvoie à la dimension corporelle et physique du politique.
- 2- Éthos de caractère : renvoie plutôt à sa force d'esprit, en abordant des sujets dits sensibles et délicats.
- 3-Éthos d'intelligence : porte moins sur les capacités intellectuelles réelles du personnage que sur sa capacité à montrer qu'il dispose à la fois d'un certain bagage intellectuel et culturel.
- 4-Éthos d'humanité : Cet éthos qui joue sur les sentiments est délicat à manier, car il doit être bien utilisé pour éviter d'apparaître comme un signe de faiblesse ou de la sensiblerie.
- 5-Éthos de solidarité : l'éthos de solidarité fait de l'Homme politique un être qui non seulement est attentif aux besoins des autres, mais les partage et s'en rend compte. La solidarité se caractérise par la volonté d'être ensemble.

⁴⁰³ Patrick Charaudeau, *Le discours politique, Les masques du pouvoir*, Vuibert, 2005, pp 91-128.

⁴⁰⁴ *Idem*, p92.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

6- Ethos de « chef » : Affirmation forte destinée à montrer son aptitude à diriger la nation. L'Homme politique doit manifester cela, dit Patrick Charaudeau,⁴⁰⁵ « à travers diverses figures, de guide, de souverain, de commandeur.

1-1.L'éthos du président Abdelaziz Bouteflika

L'éthos de « chef », est en effet un des procédés le plus fréquemment utilisé par les médias à l'égard du président de la république Abdelaziz Bouteflika, exploités par le présenter comme le sauveur de la nation, car à travers son parcours comme président de la république depuis 1999, il a incarné à notre sens cet éthos du chef grâce à ses précédents discours et son infatigable dynamisme. L'éthos peut parfois s'inscrire dans la continuité d'un ethos préexistant à la prise de parole par le locuteur, assemblé par des éléments linguistiques ou extralinguistiques qui précèdent cette prise de parole et qui sont à la disposition du destinataire. Mais affaibli par un accident vasculaire cérébral (AVC) en 2013 qui a affecté sa mobilité et son élocution, le président de la République Abdelaziz Bouteflika se déplace en fauteuil roulant et ne fait plus que de très rares apparitions publiques. Cette posture pourrait affecter son image du chef étant donné que l'éthos selon Charaudeau doit être reconstruit, rectifié, ou confirmé lors de chaque prise de parole. La réputation préalable ou la connaissance que l'auditoire a de l'orateur en dehors de son discours, résultat de son comportement et de son activité extra-linguistiques antérieurs qui ne peuvent en aucune manière remplacer la construction de l'éthos dans le discours. Chaque fois que l'orateur prend la parole, il continue ou recommence le travail d'élaboration de son ethos. Comme l'explique Ruth Amossy⁴⁰⁶ : « Toute prise de parole reprend et module un ethos préalable ».

Et les procédés expressifs et énonciatifs sont indissociables, car ce sont eux qui construisent les procédés discursifs qui contribuent à fabriquer l'éthos du chef.⁴⁰⁷ Car selon Dominique Maingueneau,⁴⁰⁸ l'éthos est une notion discursive, il se construit à travers le discours, ce n'est pas une « image » du locuteur extérieure à la parole ; - l'éthos est foncièrement lié à un processus interactif d'influence d'autrui ; - c'est une notion foncièrement hybride (socio/discursive), un comportement socialement évalué, qui ne peut être appréhendé hors d'une situation de communication précise, intégrée elle-même dans une conjoncture socio-historique déterminée.

⁴⁰⁵ *Ibid*, p64.

⁴⁰⁶ Ruth Amossy, L'éthos et ses doubles contemporains, perspectives disciplinaires, dans *Langage et société* 2014/3 (n° 149), pp 13-30. <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2014-3-page-13.htm>.

⁴⁰⁷ Patrick Charaudeau, *Le discours politique, les masques du pouvoir*, op.cit., p129.

⁴⁰⁸ Dominique Maingueneau, L'éthos, de la rhétorique à l'analyse du discours, "Problèmes d'éthos", *Pratiques*, n° 113-114, juin 2002.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Pour Patrick Charaudeau⁴⁰⁹ le discours politique, mais aussi tout type de discours n'ont pas de sens hors de l'action, et que dans l'action se joue, pour le sujet politique (mais aussi pour tout sujet), l'exercice d'un pouvoir. Dans la condition de l'Homme moderne, la philosophe Hanna Arendt⁴¹⁰ dit : « L'action muette ne serait plus action parce qu'il n'y aurait plus d'acteur, et l'acteur, le faiseur d'actes, n'est possible que s'il est en même temps diseur de paroles ».⁴¹¹

Dans ce contexte, nous relevons que tous les messages du président sont lus par les conseillers à la présidence ou bien par quelques ministres du gouvernement et ceci ne donne pas une crédibilité pour le message et collabore négativement dans la construction de l'éthos du chef. Dans ce sens, le discours du 16 avril à l'occasion de la Journée nationale du savoir est lu par le ministre de la communication Azeddine Mihoubi. Celui du 4 janvier, à l'occasion de la 17^{ème} semaine nationale du Saint coran, il est lu par le conseiller à la présidence Mohamed Ali Boughazi.

Ces discours, prononcés par ces conseillers ou par les ministres du gouvernement, ne peuvent à aucun moment véhiculer le message qu'il veut transmettre en dehors des mots. Séparer les idées de l'éthos est toujours un alibi qui empêche de voir qu'en politique, les idées ne valent que par le sujet qui le porte.⁴¹²

Pour Patrick Charaudeau,⁴¹³ le discours politique doit répondre à plusieurs conditions pour qu'il soit crédible.

La première condition est la simplicité, en s'adressant aux masses, c'est-à-dire à un ensemble d'individus hétérogène et disparate du point de vue de leur niveau d'instruction, de leur possibilité de s'informer, de leur capacité à raisonner et de leur expérience de la vie collective, ce qui implique que l'on mette en exergue des valeurs qui puissent être partagées et surtout comprises par le plus grand nombre, faute de quoi l'on se couperait du public.

La deuxième condition est la persuasion. Pour Charaudeau, il ne s'agit pas tant pour l'Homme politique de développer un raisonnement logique à visée explicative ou démonstrative que de montrer la force de la raison ; il ne s'agit pas tant de vérité que de véracité ; il s'agit de dire, non pas ce qui est vrai, mais ce que je crois vrai et que vous devez croire vrai.

⁴⁰⁹Patrick Charaudeau, Le discours politique ou le pouvoir du langage. www.franparleroif.org/images/stories/.../charaudeau_ciep_2007.

⁴¹⁰Arendt H., *Condition de l'homme moderne*, Calman-LÈvy, Paris, 1961 et 1983, coll. Agora, p.235

⁴¹¹Arendt H., *Condition de l'homme moderne*, Calman-LÈvy, Paris, 1961 et 1983, coll. Agora, p.235.

⁴¹²Charaudeau, *Le discours politique, les masques du pouvoir*, Vuibert, 2005, p91

⁴¹³*Idem*, pp91-92.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Une troisième caractéristique concerne le choix des valeurs que doit opérer l'Homme politique pour les faire partager par son public. On pourrait penser que ce choix ne lui pose pas de problèmes majeurs, car il suffirait qu'il choisisse celles qui correspondent à ses propres convictions et à celles de ses partisans. Pourtant, les choses ne sont pas si simples, car ces choix se heurtent à un certain nombre d'obstacles. Comme l'obstacle de la pluralité des valeurs.

Une quatrième caractéristique concerne ce qui est censé donner de la force à l'acte de persuasion : les arguments de preuve. On peut en repérer diverses sortes dont on n'évoquera que les plus récurrents. Tout d'abord, l'argument du présupposé d'évidence. Il consiste à rappeler à l'auditoire quelle est la force des valeurs que l'on partage, ce que l'on peut/doit accepter ou pas.

Nous ne pouvons pas évidemment, appliquer ces conditions sur les extraits du discours du chef de l'Etat, parce que les extraits de quelques secondes ne peuvent à aucun moment refléter l'intégralité du discours. Néanmoins, nous pouvons vérifier la première condition liée à la simplicité du discours. Nous observons cet extrait pris dans l'édition de 16 avril de Canal Algérie.

«Nous devons aujourd'hui passer les stades de la consommation dans les domaines du savoir et de la culture, à celui de l'innovation et de la production et contribuer ainsi au développement. Le droit du citoyen au savoir devrait nous permettre de s'acquitter de notre tâche primaire, etc. ».

Nous observons cet extrait de l'édition du 27 septembre, de Canal Algérie :

« Nous devons refuser la résignation et regarder vers l'avenir avec optimisme et détermination, ce forum est un message d'espoir qui contribuera certainement à cet élan positif de confiance, car il s'agit d'une rencontre d'intérêt, etc. ».

Nous remarquons ici le style est très relevé, une spécificité de tous les discours du président de la République. Étant donné que ces discours sont destinés pour le peuple, selon nous, ils doivent être plus accessibles. Dans ce contexte, nous tenons à éclairer un détail que nous jugeons important concernant les discours du président. Les discours sont généralement distribués à la presse en deux versions en arabe et en français, une manière de faciliter la tâche pour les journalistes afin de reprendre des extraits sans recourir à la traduction.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Mise à part les messages lus par les ministres et les conseillers, le président de la République est apparu dans quelques JT de Canal Algérie, comme celui du 11 décembre lors d'une visite à la cité Sidi Abdellah (Alger).

La construction de l'éthos est une combinaison entre le discours et l'image. Dans ce contexte, nous nous demandons si l'image du président montré par Canal Algérie participe vraiment à construire l'éthos du chef du président ou bien le contraire. Nous observons cette image prise du journal du 11 décembre :



Photo n°7 : prise de l'édition du 11 décembre 2016.

Nous observons le président de la République sur le fauteuil roulant, paraissant affaibli, les yeux hagards, des images qui selon nous, font dans la destruction de l'éthos du président préconstruit au préalable dans la mémoire des Algériens.

Par contre les images montrées lors des audiences sont très cadrées, elles cachent l'état réel de cet homme.

Nous observons cette image prise de l'édition du 6 avril :



Image n°8 : Prise de l'édition de 6 avril 2016.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

À travers cette analyse de l'éthos du président de la République, comme il était illustré dans les éditions de Canal Algérie et à travers ces discours lus par les ministres du gouvernement ou bien par ces conseillers, ou encore à travers ces images pendant ses rares sorties, nous apercevons que tout cela participe plus de la destruction de l'éthos du président préconstruit pendant la période précédente avant sa maladie(2009,2013).

1-2. L'éthos du Premier ministre Abdelmalek Sellal

Nous prenons un autre ethos qui est différent de celui du président de la République, celui du Premier ministre Abdel Malek Sellal. Celui-ci se présente comme une personne décontractée, proche du peuple, en faisant recours à l'humour.

Patrick Charaudeau⁴¹⁴ explique, que tout fait humoristique est un acte de discours qui s'inscrit dans une situation de communication.

Il explique que le destinataire mis en scène par l'acte humoristique peut être mis en lieu et place de complice ou de victime ; comme complice, il est appelé à entrer en connivence avec le locuteur, énonciateur de l'acte humoristique. Comme victime, il est à la fois destinataire et cible de l'acte humoristique, un destinataire-cible qui a toutes les raisons de se sentir agressé.

Dans ce contexte l'humour exagéré du Premier ministre a provoqué à maintes reprises des mécontentements et presque des incidents, ⁴¹⁵ jusqu'à devenir la cible privilégiée des parodies des animateurs des réseaux sociaux qui ont pris l'habitude de relayer, sans modération, « les sellalates ». Nous l'illustrons par quelques exemples.

Le 14 mars 2014, à la coupole du 5 Juillet où il a procédé à l'installation des directeurs locaux de la campagne électorale du président de la République, Abdelmalek Sellal a lancé à un convive : « Vous savez ce qu'on dit à Constantine ? Le Chaoui, hacha rezk rebi ». Ces propos que la chaîne, Ennahar, a diffusés ont vite enflammé la toile. Des insultes qui ont provoqué des manifestations le 16 mars 2014, dans plusieurs villes de cette région, à l'instar de Batna et Oum El Bouaghi, mais aussi indignations en raison de son caractère jugé offensant, raciste et régionaliste.

⁴¹⁴Patrick Charaudeau, Des catégories pour l'humour, questions de communications, 2006.

⁴¹⁵ Journal liberté, le 17-03-2014. <https://www.liberte-algerie.com/actualite/quand-les-blagues-de-sellal-provoquent-la-colere-des-algeriens-202789>.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Face à cette levée de boucliers, Monsieur Sellal a tenté de calmer les esprits en présentant, dans un point de presse improvisé le 18 mars 2014, ses excuses aux Chaouis :

« Je suis désolé que mes propos soient mal interprétés. Moi, je suis connu. J'aime les Algériens, j'aime plaisanter avec eux et j'ai de très bons amis aux Aurès et à l'est du pays. Je ne fais pas de différence entre les Algériens, au contraire, je suis très fier de la région des Aurès et n'oubliez pas que la première balle (de la guerre de Libération) a été tirée dans cette région». ⁴¹⁶

Jugeant la situation catastrophique, le Premier ministre par intérim, Youcef Yousfi a effectué une visite urgente à Batna afin d'apaiser les tensions.

Une autre expression prononcée par le Premier ministre Abdelmalek Sellal, qualifiée par plusieurs Algériens de légendaire "Fakakir", annoncé en novembre 2013 à Tamanrasset qui a été perçue comme une atteinte à la dignité des pauvres. Ce type d'humour le nomme Charaudeau de l'humour noir « lorsque la thématique touche à des valeurs qui sont jugées négatives par une certaine culture, comme la mort, la vieillesse, la maladie, la déchéance physique, le handicap, la pauvreté, etc. Il s'agit là des domaines jugés sérieux ». ⁴¹⁷

Selon son épouse Farida Sellal dans une interview accordée au journal électronique TSA ⁴¹⁸, a tenu à expliquer que le Premier Ministre parlait de « fougara » comme pluriel du mot « Foggara », qui est un système d'irrigation traditionnel dans les zones arides et non pas des pauvres. Elle a étayé ces propos par des exemples en prouvant l'utilisation du mot fakakir dans la région du sud algérien. Pour vérifier la véracité de ce mot nous avons approché monsieur Hamza Ben Amoud ⁴¹⁹, reporter et présentateur du journal targui à la radio Chaîne 2, il nous confirme que dans quelques régions de la Wilaya d'Illizi, ce mot existe pour désigner le pluriel de « fougara » mais en le prononçant « Fagagir) et non pas (فقاكير).

Une autre expression jugée de « bourde » par quelques journaux nationaux, ⁴²⁰ en janvier 2014, lors d'une visite officielle dans la wilaya d'El Tarf où il inspectait un chantier public de réalisation d'un hôpital par l'entreprise chinoise China State Construction Engineering Corporation (CSCEC), il plaisante avec la responsable chinoise du projet : « Salam Alikoum ya Batata » (bonjour patate !).

⁴¹⁶ La vidéo disponible sur le Youtube, <https://www.youtube.com/watch?v=qSWE6OtRkOg>.

⁴¹⁷ Patrick Charaudeau, Des catégories pour l'humour, questions de communications, 2006.

⁴¹⁸ Faycel Métaoui, Entretien avec Faïda Sellal, ne touchez pas à mon honneur, TSA, 27 décembre, 2017.

<https://www.tsa-algerie.com/entretien-avec-farida-sellal-ne-touchez-pas-a-mon-honneur/>

⁴¹⁹ Hamza Ben Amoud, journaliste, Chaîne 2, Interview le 15 janvier 2019.

⁴²⁰ Quand les blagues de Sellal provoquent la colère des algériens, liberté, le 17/03/2014. <https://www.liberte-algerie.com/actualite/quand-les-blagues-de-sellal-provoquent-la-colere-des-algeriens-202789>.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Évidemment, l'expression « Rouhnenek », qu'il a utilisée pour affirmer que le président Bouteflika n'a nullement l'intention de quitter le pouvoir, n'est pas passée inaperçue, mais sans provoquer le séisme induit par ce qu'il convient de considérer, à juste titre, comme la blague de trop.⁴²¹ Dans ce sens Charaudeau,⁴²² explique que l'humour noir risque de déclencher des foudres, de voir se retourner le monde contre sa propre personne et de faire l'objet d'une sanction.

Pour l'expert en sciences du langage, Abderezak Dourari⁴²³, le Premier ministre est presque « drôle malgré lui et par défaut ». « Souvent, les politiques ont recours à l'humour pour faire passer leurs messages. Dans le cas du président français, François Hollande, l'humour est mis au service d'un contenu. Chez Sellal, le contenu est sacrifié au profit de l'humour.»

Nous avons analysé ci-dessus deux éthos celui du président de la République Abdelaziz Bouteflika et celui du Premier ministre Abdelmalek Sellal et ce à travers leur apparition à Canal Algérie et leurs paroles à travers les ondes de la chaîne 3. Nous avons constaté comment ces deux hommes censés, représenter l'Algérie sur la scène locale et internationale apparaissaient, à notre sens, avec des éthos opposés à ceux que la communication politique vise initialement à transmettre.

Toujours au sujet des intervenants ; hommes de l'Etat et du gouvernement, nous allons observer maintenant la parole des ministres dans les éditions des deux médias.

1-3. Le discours des ministres

La présence de la parole des membres du gouvernement dans les journaux de Canal Algérie et la chaîne 3 est considérable, et ce à travers leurs déclarations.

Charaudeau explique que les déclarations sont rapportées selon leur état de valeur :

1-Effet de décision, lorsque la déclaration émane d'un locuteur qui a pouvoir de décider. On a affaire à ce qu'on appelle en pragmatique une parole performative : la déclaration accomplit en même temps une action.

2-Effet de savoir, lorsque la déclaration émane d'un locuteur qui a une position d'autorité du fait de son savoir, lorsque la déclaration rapportée vient étayer une explication sur le pourquoi et le comment d'un événement.

⁴²¹ *Ibid.*

⁴²² Patrick Charaudeau, Des catégories pour l'humour, Questions de communications, 2006.

⁴²³ Arendt H., *Condition de l'homme moderne*, Calman-LÉvy, Paris, 1961 et 1983, coll. Agora, p.235

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

3-Effet d'opinion, lorsque la déclaration émane d'un locuteur qui exprime un jugement ou une appréciation.

3-Effet de témoignage, lorsque la déclaration émane d'un locuteur qui se contente de décrire ce qu'il a vu ou entendu à propos d'un certain fait.

En abordant ces différentes valeurs, nous apercevrons, que la parole de décision est presque absente, même si elle existe, elle est noyée dans des expressions à large connotation.

Nous prenons cet exemple de la chaîne 3 de l'édition du 11 décembre, à l'occasion de l'inauguration de la nouvelle ville Sidi Abedallah par le président de la République.

Le ministre de l'habitat Abdelmadjid Tebboune : « Nous avons l'ambition d'inaugurer la ville avec au moins 10 000 nouveaux logements. Le plus important est pour nous cette première tranche, etc. ».

Ici, le ministre de l'habitat annonce l'objectif de son secteur dans cette ville avec des chiffres. Cette manière de faire ne facilite guère la compréhension des attentes des citoyens quant à la finalisation de leurs logements.

Nous prenons un autre exemple de l'intervention du chef de la diplomatie algérienne Remtane Lamamra le 16 avril 2016 à travers les ondes de la Chaîne 3 : « La mission de la diplomatie algérienne, c'est de veiller aux intérêts de la nation algérienne, le symbole et les institutions de la république, etc. ».

Ici nous constatons que cette intervention est une réaction à un autre événement qui a suscité une polémique celui de l'exploitation de la photo du président de la République par certains milieux français. Ici, l'interlocuteur est dans la position d'un détenteur d'un certain savoir sur une certaine question, qu'il essaye d'expliquer.

Nous avons remarqué que la plupart des déclarations s'inscrivent dans ce registre d'explication du « pourquoi » de l'événement. Nous observons cet exemple dans l'édition du 21 avril de Canal Algérie.

Le présentateur : « Le général de corps d'armée, Ahmed Gaid Salah, vice-ministre de la défense nationale, chef d'Etat-major de l'Armée Nationale Populaire a inauguré et inspecté aujourd'hui la frégate « الرادع »910, un navire de guerre qui dispose des technologies de hautes précisions, les plus modernes et qui vient ainsi renforcer la flotte navale nationale ».

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Le général de corps d'armée, Ahmed Gaid Salah : « Cette réalisation est un autre acquis de qualité exigée par la stratégie adoptée par le haut commandement de l'Armée Nationale Populaire(...) nous sommes persuadés au sein de l'armée nationale populaire digne héritière de l'armée de libération nationale qui maîtrisait les facteurs de force et de réussite impérativement un haut niveau, etc. ».

Nous observons ici que la plupart des informations données concernant ces ministres sont liées à leur agenda d'activité quotidienne, en exécutant un calendrier bien tracé au long de l'année.

Donc, le principe de la sélection de rapporter ces paroles n'est pas lié aux critères de « saillance » où l'évènement est surgi avec un caractère inattendu, comme il était expliqué par Patrick Charaudeau, ⁴²⁴c'est beaucoup plus des évènements programmés, du fait de l'existence d'un calendrier ponctuant l'organisation et le déroulement de la vie sociale.

Afin de casser cette routine événementielle, et chercher l'information, les journalistes posent généralement les questions liées aux événements nationaux en marge des travaux des rencontres auxquelles ils ont été conviés à couvrir.

Nous observons cette déclaration du ministre de l'Intérieur Noureddine Bedoui retiré du journal de Canal Algérie du 7 avril, elle est présentée ainsi :

Présentateur : « En marge de la séance plénière consacrée aux questions orales, des questions adressées au Premier ministre, en marge de cette séance. Noureddine Bedoui, le ministre de l'Intérieur, réitère la détermination de l'Etat à prendre en charge les préoccupations des agents de la garde communale ».

Le ministre de l'Intérieur : « Il est de notre devoir de prendre en charge les préoccupations de la garde communale d'une manière rapide, à même de nous promettre de satisfaire certaines revendications sociales. Il s'agit là d'un devoir national, etc. ».

Une première lecture de cette déclaration nous confirme la volonté de l'Etat de répondre aux revendications des agents de la garde communale, mais sans s'étaler sur les procédures concrètes afin de résoudre les problèmes de cette frange de la société.

Nous constatons que toutes les déclarations des ministres vont dans un seul sens, un sens positif, en donnant cette impression que tous les secteurs marchent à merveille sans le moindre souci.

⁴²⁴Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social, *Op.cit.*, p154.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Dans le champ politique, la crédibilité de ces acteurs est souvent mise à mal, soit par les faits qui contredisent les intentions déclarées, soit, on l'a dit, par les adversaires qui ne se privent pas de la mettre en doute.

En observant les discours de ces ministres, nous avons constaté plusieurs contradictions concernant quelques questions d'actualité, révélées par la presse nationale. Dans ce contexte, nous allons donner quelques exemples ; quelques-uns ne sont pas pris de notre échantillonnage, mais repris d'une manière aléatoire à partir des médias nationaux. L'événement le plus récent est celui lié à la polémique concernant l'octroi des licences d'importation de véhicules en 2018. Après la déclaration, sur les ondes de la chaîne 3 de la radio algérienne, du ministre des Finances, Abderrahmane Raouya, qui annonçait le retour de l'octroi des licences d'importation de véhicules en 2018, sous la condition de les soumettre aux enchères, cette déclaration est aussitôt infirmée par le ministère du Commerce : « Il n'y aura pas d'importation de véhicules au courant cette année 2018, et aucune licence ni autre quota ne sera accordé aux concessionnaires ». Déclaration de Saïd Djellab, directeur du commerce extérieur au ministère du Commerce à la même Radio Chaîne 3.⁴²⁵

Une autre contradiction constatée est liée à la question de la subvention de l'Etat.⁴²⁶ Le ministre des Finances, Abderrahmane Raouya, a indiqué que le Premier ministre avait auparavant pris soin de recadrer quant à la révision du système des subventions, persiste et signe. Il a confirmé, devant le Conseil de la Nation, que la commission installée à cet effet travaille à définir un modèle de ciblage des subventions qui devraient bénéficier exclusivement aux nécessiteux. Une confirmation qui sème la confusion autour d'un dossier assez délicat, et qui pose des questions.

Dans son discours annoncé à l'occasion de la commémoration du double anniversaire du 24 février 2018, le président de la République, Abdelaziz Bouteflika, a assuré que le système des subventions sera maintenu. Avant lui, le Premier Ministre, Ahmed Ouyahia, avait déclaré, depuis Biskra, à l'occasion du 21ème anniversaire de la création du RND, qu'une quelconque déclaration s'agissant d'une levée des subventions est infondée. Ces déclarations étaient destinées à apaiser le front social après le tollé provoqué par les déclarations du ministre des Finances, Abderrahmane Raouya, qui avait assuré, lors d'une rencontre organisée par le FMI, que les subventions seront supprimées à partir de 2019.

Un autre événement déroulé en 2016, concerne cette fois-ci le secteur de l'éducation où

⁴²⁵Réflexion, https://www.reflexiondz.net/IMPORTATION-DES-VEHICULES-Discours-contradictaires-des-ministres_a49879.html, Vendredi 5 Janvier 2018.

⁴²⁶Subventions de l'Etat, font-elles vraiment plus de bien que de mal, liberté, 9/03/2018, <https://www.liberte-algerie.com/espaceslibres/subventions-de-letat-font-elles-vraiment-plus-de-bien-que-de-mal-288413>.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

La ministre de l'Éducation nationale, Nouria Benghabrit, a procédé à la révision du calendrier scolaire ainsi, les vacances d'hiver, prévues initialement du 22 décembre 2016 au 2 janvier 2017. Subitement, ils étaient reprogrammés du mardi 20 décembre 2016 au 8 janvier 2017, passant ainsi de 10 jours à 19 jours de vacances. D'ailleurs, les écoliers sont rentrés chez eux le mardi à midi sans savoir qu'ils étaient officiellement en vacances. Les directeurs, tout comme les enseignants, méconnaissaient cette décision publiée la matinée.

Cette annonce subite est intervenue suite aux manifestations des élèves exprimant leur mécontentement d'avoir écourté la durée des vacances d'hiver à dix jours au lieu de 15 jours comme à l'accoutumée. Cette information d'ailleurs est donnée par Canal Algérie et la Chaîne 3 comme brève dans les éditions du 20 décembre.

Elle était présentée ainsi : « des changements en perspective, les vacances d'hivers débuteront aujourd'hui et s'étaleront jusqu'au 8 janvier, dans un communiqué, le ministère de l'éducation nationale souligne que les pouvoirs publics ont accordé un intérêt, une intention particulière à la demande exprimée par les élèves sur le besoin d'une coupure plus importante après le premier trimestre de l'année scolaire, etc. ».

Nous observons que l'information était donnée suite à un communiqué envoyé par le ministère de l'Éducation nationale aux rédactions de ces deux chaînes. La rédaction de cette information n'a subi aucun traitement, une lecture simple du communiqué sans aucun commentaire.

Nous concluons ce premier volet de ce chapitre par la constatation que la parole de l'instance politique est la plus dominante, car c'est elle qui fait l'actualité du jour avec les différentes déclarations des représentants de l'État et des membres du gouvernement. Ceux-ci tentent d'illustrer la performance dans tous les domaines. Mais la manière de faire et d'agir de quelques-uns affecte fortement, selon nous leur crédibilité.

2. Représentants des Institutions

Nous observons que la présence des institutions est considérable dans ces deux médias avec 34,81 % à Canal Algérie et 29,89 % à la chaîne 3. Ce grand pourcentage est expliqué par le fait que les représentants de ces institutions sont généralement les concepteurs de plusieurs événements, ces médias reçoivent des faxes au quotidien les invitant à couvrir leurs activités, leurs paroles sont généralement des déclarations explicatives, « le pourquoi de l'événement ».

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Dans ce contexte, Jean Jaques Jaspers⁴²⁷ évoque la télévision comme une agora où tous ceux qui exercent une responsabilité ou un mandat (politiciens, magistrats, fonctionnaires, chefs d'entreprises, dirigeants d'organisations sociales, etc.) sont appelés à répondre quant à l'exercice de leurs fonctions.

Dans les éditions de ces deux chaînes, la présence de ces institutions publiques ou bien privées est représentée de deux manières :

Concernant le premier point, ils se représentent comme des concepteurs des événements, les journalistes rapportent leurs dits dans le cadre de « l'événement rapporté », donc ils dégagent généralement une parole d'explication.

Au titre du deuxième point, ils sont sollicités dans des reportages qui s'inscrivent dans « l'événement provoqué », pour représenter la version officielle du reportage.

Nous observons cet exemple retiré de l'édition du 19 avril de Canal Algérie.

Présentateur : « Le secrétaire général de l'UGTA, Abdelmadjid Sidi Said a procédé à l'installation de monsieur Touahri Hamou dans ses fonctions du secrétaire général des travailleurs du pétrole ».

Abdelmadjid Sidi Said, secrétaire général de l'UGTA :

« Cette relation d'excellence entre les entreprises et les représentants des travailleurs à travers les gestionnaires, que prochainement nous allons passer à une autre étape, celle de signer un pacte de stabilité et de développement de l'entreprise, etc. ».

Nous observons aussi cette manière de faire dans cet exemple retiré du journal du 19 avril de la chaîne 3.

Présentateur : « Un Forum des exportateurs dans l'agroalimentaire, s'est tenu ce matin en marge du salon Djazagro, Mohand Amokranr Nouad, responsable de projet pour la création et le développement de l'exportation. »

Mohand Amokrane Nouad : « On n'a pas fermé la porte, on a laissé des promos exportatrices pour les gens qui s'inscrivent dans la logique de l'exportation, etc. ».

Nous observons ici que les intervenants sont les concepteurs de ces événements ou bien ils en font partie et donc leurs déclarations s'inscrivent dans le contexte de l'évènement organisé.

⁴²⁷Jean-Jaques Jaspers, Journalisme de télévision, *Op.cit.*, p115.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Sur le deuxième point, les représentants des institutions sont sollicités dans les reportages pour représenter la parole des « autorités officielles ». Dans ce contexte, Jespers⁴²⁸ explique que les chaînes généralistes « se sont en général engagées à respecter le pluralisme et l'équilibre dans l'information, elles se doivent dans ce cas de donner la parole à toutes les parties en présence ». Jespers insiste sur la présence des personnes exprimant une opinion différente.

Dans ce sens, nous avons remarqué que la plupart des reporters de ces deux médias, s'appuient sur la version officielle dans la construction de leurs reportages, en donnant la parole aux représentants des pouvoirs publics.

Nous observons cet exemple tiré de l'édition du 11 décembre de la chaîne 3

Le présentateur : « Et pour desservir cette zone de l'ouest d'Alger, il y a sept nouvelles lignes ferroviaires électrifiées, Alger-Zeralda via Birtouta également inauguré ce matin par le président de la République, reportage Chakib Ben Zaoui ».

Le reporter : « Six heures de matin, à la gare ferroviaire de Birtouta, une dizaine de curieux sont amassés sur la ligne Alger-Birtouta, etc. ».

Citoyens : « C'est une très bonne chose, etc. ».

Après nous assistons ici à la parole d'un responsable :

Mourad Tazdait, directeur de la sécurité à la SNTF : « La durée du parcours entre Alger et Zeralda est de 45 minutes, le tarif qu'on va appliquer est de 70 DA, et le premier train démarre de 5 heures du matin jusqu'à 19 heures, 17 circulations aller-retour, etc. ».

Nous avançons un autre exemple tiré de l'édition du 7 septembre de Canal Algérie.

Présentateur : « Une bonne nouvelle pour les habitants d'El Oued, l'hôpital de la ville vient d'accueillir 35 médecins spécialistes venus combler le manque que vit cette région en matière des médecins spécialistes : reportage ».

Reporter : « Un nouveau souffle pour l'établissement de santé d'El Oued etc. ».

Le premier intervenant : Bachir Semana, directeur par intérim de l'hôpital d'El- Oued :

« Avant, on envoyait nos malades à Constantine, à Batna et à Alger, aujourd'hui nous sommes capables de les prendre en charge, etc. ».

⁴²⁸Jean-Jacques Jespers, *Journalisme de télévision, op.cit.*, p117.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Ensuite, il y a d'autres intervenants, médecins et citoyens.

Nous remarquons que ces intervenants viennent pour répondre à un angle d'attaque bien déterminé lancé par le reporter sur le terrain.

3. Les acteurs sociaux

Nous avons intégré dans cette catégorie, les intervenants qui font l'actualité ou bien sont sollicités par les médias d'intervenir, comme les enseignants, les médecins, les agriculteurs, les agents, etc.

Ils sont présents sur Canal Algérie avec 16,95 % et avec 10,95 % sur les ondes de la chaîne 3.

Cette différence constatée entre les deux médias est expliquée par le recours de Canal Algérie aux paroles de ces acteurs dans la construction des différents reportages, surtout ceux qui sont réalisés par les stations régionales.

À travers notre analyse, nous avons constaté que ces acteurs sont sollicités dans des reportages pour fournir des explications sur des sujets en construction par les journalistes ou bien d'émettre un avis sur une thématique bien déterminée.

Nous observons cet exemple retiré de l'édition du 6 septembre de Canal Algérie.

Reporter : La wilaya de Tizi Ouzou, première en matière de résultats d'examens officiels à l'échelle nationale, vit aussi au rythme de cette rentrée scolaire caractérisée par la promotion de la langue tamazight consacrée langue nationale ».

-La parole est donnée tout d'abord au directeur de l'éducation de la Wilaya de Tizi Ouzou, après on assiste à l'intervention d'un enseignant de langue Amazigh, Slimane Takhroub: « Les choses se sont améliorées avec l'officialisation de la langue tamazight en tant que langue nationale et officielle, etc. ».

Nous remarquons, ici, que l'intervention de l'enseignant est reléguée au deuxième plan juste pour renforcer la parole du directeur de l'éducation.

Nous observons encore cet exemple que nous avons pris de l'édition du 7 septembre de Canal Algérie un reportage sur la santé dans la wilaya d'El Oued.

Après avoir donné la parole au directeur par intérim de l'hôpital d'El Oued, la parole est donnée ensuite à deux médecins.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Docteur n°1 : Brahim Amari, ophtalmologue : « Cet appareil dont on dispose ici, est d'une technologie avancée ; il est indispensable pour la chirurgie microscopique de l'œil ».

Docteur n°2 (sans mentionner le nom) : « Je rassure tous nos confrères, qui hésitent encore à venir au sud, que tous les moyens existent et le cadre est vraiment bien ».

Nous prenons un autre exemple tiré de l'édition du 20 décembre de la chaîne 3.

Présentateur : « Santé, le vaccin Pentavalent, il est en quarantaine, depuis quelques mois, il est officiellement retiré du marché, il sera remplacé officiellement par l'ancien vaccin Tétravalent, pour le vaccin des nourrissons, écoutons Faiza Saidi, médecin coordinatrice à la clinique des Annassers au micro de Chakib Ben Zaoui » :

Médecin : « Suite à l'instruction n°25 du 15 décembre 2016, relative à la mise en œuvre des recommandations du comité national expert de la vaccination concernant la reprise de la vaccination contre la diphtérie, le tétanos et la coqueluche, je vous annonce que le vaccin le Pentavalent a été retiré complètement de la vaccination des nourrissons et a été remplacé par le tétravalent, l'ancien vaccin ».

Dans cet exemple, l'intervenant vient de confirmer la décision du ministère de la Santé d'arrêter l'utilisation du vaccin « Pentavalent ». Une réaction suscitée par cette chaîne suite à un communiqué qui lui a été envoyé par le ministère de la Santé.

Nous constatons que l'intervention de cette importante frange de la société dans ces médias, est considérable, en question de chiffres, mais sa parole de revendication est noyée, voir occultée. Autrement dit, l'intervention de ces acteurs dans ces médias sert de décor pour porter un autre discours réducteur d'explication ou bien pour apporter juste un avis comme des citoyens lambda. Pourtant, cette année(2016) est une année qui a connu beaucoup d'effervescence sur le front social à l'instar des grèves récurrentes des enseignants, les grèves des médecins, les sit-in des agents de la garde communale, etc.

4. Les experts

Les experts se présentent comme une instance extérieure à l'instance médiatique dont la figure d'autorité de savoir lui est conférée par une position socio-professionnelle de spécialiste ou de savant.

Cette instance tient donc un rôle discursif d'analyste pouvant se réclamer des instruments de pensée et d'expertise de sa discipline. Cela lui permet de prendre de la distance vis-à-vis de

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

l'événement, de proposer des explications sur l'origine profonde de celui-ci, et éventuellement de proposer des « hypothèses prédictives ». ⁴²⁹

Les médias ont généralement recours à l'analyse des experts pour renforcer la confiance du téléspectateur dans l'information en la faisant accréditer par une personne qui connaît le domaine abordé, que ce soit par ses recherches ou par son expérience professionnelle. ⁴³⁰

Patrick Charaudeau ⁴³¹ attribue aux experts une parole démonstrative qui est, selon lui, édulcorée et modifiée selon la logique de la machine médiatique.

Et dans ces deux médias, nous en remarquons une présence considérable, au sein de la chaîne 3 avec 16,36 % contre 2,04 % à Canal Algérie.

En analysant la parole de ces experts, nous avons fait deux constats ;

1-Les experts intervenus au sein de Canal Algérie sont des experts algériens sollicités pour analyser des événements occasionnels.

1-La majorité des experts sollicités par la chaîne 3 sont des experts étrangers et leurs interventions se focalisent sur l'analyse de l'événement international.

Nous observons cet exemple tiré de l'édition du 24 janvier de Canal Algérie.

Le journaliste : « Nous poursuivons nos explications sur le projet de révision de la Constitution, aujourd'hui l'article 39 qui consacre le principe de la vie privée du citoyen inviolables selon la loi ».

La parole du l'expert,(M -S)* : « Selon les spécialistes, il s'agit des droits les plus importants (...)il a consacré le rôle de la justice dans la protection de ce droit ».

Nous constatons que la parole de cet expert pose deux problèmes :

Le premier concerne son statut lui-même ; « expert », prétendant être détenteur du savoir, mais nous observons ici qu'il colle sa parole à celle des « spécialistes ». Finalement, il ne fait juste que rapporter ce que disent les autres sur cette question.

⁴²⁹ Patrick Charaudeau, *La télévision peut-elle expliquer ?* in *Penser la télévision*, coll. Médias-Recherche, Nathan-Ina, Paris, 1998.

<http://www.patrick-charaudeau.com/La-television-peut-elle-expliquer,152.html>,

⁴³⁰ Jean-Jaques Jaspers, *Journalisme de télévision*, *op.cit.*, p114.

⁴³¹ Patrick Charaudeau, *La télévision peut-elle expliquer*, *op.cit.*

* Concernant les experts nationaux, nous tenons les présenter avec les initiales pour des considérations éthiques.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Le deuxième problème consiste dans l'orientation de son analyse qui ne porte que sur le côté positif de cette loi tout en ignorant les lacunes revendiquées par les partis d'opposition.

Nous restons dans le cadre de la parole orientée et nous avançons cet exemple de l'édition du 20 décembre de Canal Algérie.

Reporter : « Le secteur de l'industrie a connu en 2016 une dynamique jamais connue visant la relance des investissements et le développement industriel. Le but est de consolider les nouveaux modèles de croissance économiques basés sur la réalisation de l'équilibre budgétaire pour développer les capacités de l'entreprise à créer de la richesse ».

-M« R –B- H », expert économique : « Treize filières ont été identifiées dans la loi de Finances de 2015 et ces filières jouent un rôle très important dans le renforcement du secteur de l'industrie. Je cite par exemple, l'industrie pharmacologique, la sidérurgie, la mécanique, etc. ».

Nous nous demandons si vraiment l'industrie de notre pays est aussi propice en 2016, juste avec l'annonce de ces nouvelles filières. Et pourtant le rapport de l'office national, des statistiques (ONS)⁴³² sur l'économie en Algérie en 2016 a relevé un rétrécissement du secteur de l'industrie dans l'économie algérienne. En effet, en 2016, la part de ce secteur dans le PIB n'a été que de 5,6 %. En volume, la croissance industrielle a été de l'ordre de 3,8 % en 2016 contre 4,8 % en 2015.

Nous constatons que le secteur de l'industrie dans notre pays est très faible et ces chiffres sont illustratifs. Donc cet expert a été sans doute briefé par le journaliste pour l'orienter à illustrer un angle positif dans ce secteur de l'industrie.

Dans ce sens Charaudeau,⁴³³ explique que le problème dans les interventions des experts au sein des médias est que, soit ils sont liés au pouvoir, soit ils sont liés aux médias du fait que, sollicités par eux, ils savent qu'ils doivent parler d'une certaine façon et du même coup s'auto justifier comme de bons spécialistes.

Concernant les experts qui ont fait leur passage dans l'édition du 19 heures de la chaîne 3, la majorité fait partie des experts étrangers d'envergure internationale. Nous prenons trois exemples. Le premier est retiré de l'édition du 7 avril :

⁴³²Les chiffres de l'économie algérienne selon l'ONS, le Soir d'Algérie, 26 août 2017, <https://algeria-watch.org/?p=15473>.

⁴³³Patrick Charaudeau, Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours. *Op.cit*, p160.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Présentateur : « La crise libyenne, Faizes Saradj tente de mettre en place son gouvernement d'union nationale d'une façon effective et de rouler les principales institutions du pays, Martin Kobler s'apprête lui à présenter son rapport sur la Libye aujourd'hui au conseil de sécurité de l'ONU, explication avec Mencef Djaziri, spécialiste de la Libye au micro de Meriem Abdou » :

L'expert : « Il y a des divisions au sein du congrès national, etc. »

Le deuxième exemple est tiré de l'édition du 7 avril :

Présentateur : « La Syrie, le prochain round des négociations a été repoussé au 13 avril, annonce le médiateur onusien Stiffan De Mastura, analyse avec Sobhi Thuma, spécialiste en politique internationale » : l'expert : « Les prochaines négociations seront peut-être plus favorables à une solution négociée, etc. »

Le dernier exemple est tiré de l'édition du 20 décembre :

Présentateur : « Situation des relations entre la Russie et la Turquie : Un rapprochement entre Ankara et Moscow et l'assassinat de l'ambassadeur russe en Turquie, écoutons Vladimir Baditch, politologue russe au micro de Meriem Abdou ».

Le politologue : « Cet assassinat est contre l'Etat turc, les déclarations de Poutine sont faites de la même manière, c'est une tentative de perturber la Russie et la Turquie, etc. »

Afin de confirmer le statut d' « expert » attribué de ces intervenants, nous avons effectué une petite recherche sur « Google » dont voici les résultats :

Moncef Djaziri⁴³⁴ est Maître d'Enseignement et de Recherche (MER) à l'Institut d'études politiques et internationales de l'Université de Lausanne (Suisse) où il a dispensé plusieurs enseignements dont un séminaire sur la comparaison des transitions. L'auteur est spécialiste reconnu du système politique libyen auquel il a consacré une très grande partie de ses travaux.

Concernant Subhi Toma, Sociologue irakien exilé en France, c'est un opposant de la première heure au régime de Saddam Hussein. Après la chute du régime, il est retourné dans son pays pour le compte de l'ONG « Enfants du Monde ». ⁴³⁵

⁴³⁴<https://www.iemed.org/seminaris/debats-de-la-mediterrania/mediterrania-2013-la-consolidacio-de-nous-poders/moncef-djaziri>.

⁴³⁵<https://www.voltairenet.org/auteur3284.html?lang=fr>.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Quand au troisième, « Vladimir Baditch », nous n'avons trouvé aucun expert portant ce nom sur les moteurs de recherche. Nous supposons, qu'il existe un problème soit dans la reprise du nom par le présentateur soit dans la prononciation.

Compte tenu de ces exemples, nous constatons que la qualité des experts qui analysent l'événement international à la chaîne 3, est relevée avec des experts connus sur l'échelle internationale. Cette qualité d'intervenants au sein de l'édition de 19 heures est corroborée par les contacts de l'émission « l'histoire en marche » présentée par la journaliste Meriem Abdou. Cette émission a eu le prix international Omar Ourtilane 2013 pour la liberté de la presse.⁴³⁶ La journaliste avait déclaré à l'occasion : «C'est un immense plaisir de remporter cette distinction. J'espère avoir honoré le service public. Je voudrais offrir ce prix à mon pays. Il va falloir donner un maximum. Il faut donner tous les outils nécessaires à nos enfants afin de lutter contre l'obscurantisme ».

Il est vrai que cette chaîne tend le micro pour des éminents experts internationaux afin d'analyser l'événement international, mais la lacune consiste dans l'absence de telles interventions pour analyser les événements nationaux qui passent inaperçus sans le moindre éclairage.

5. La société civile et les citoyens

Selon le tableau ci-dessus, la société civile et les citoyens sont représentés avec 9,32 % à Canal Algérie et 6,93 % à la chaîne 3. En observant ces chiffres, nous constatons que Canal Algérie devance la chaîne 3 dans la parole donnée à la société civile et aux citoyens. Nous allons voir comment cette parole est répartie et à quelle fin elle est utilisée.

Concernant la société civile, nous avons remarqué que la parole de ses représentants au sein de ces deux médias est utilisée dans deux cas :

1-Dans le cas des reportages, pour étayer un angle d'attaque.

2-pour construire un avis sur quelques thématiques.

Et les deux intervenants véhiculent un seul type de parole, celui de réaction. Ceci nous l'avons constaté au sein de Canal Algérie dans quelques reportages. Nous prenons cet exemple tiré du journal du 9 janvier.

⁴³⁶Le journal El Watan, le 5/10/2013, <https://www.elwatan.com/edition/culture/meriem-abdou-de-la-chaine-3-honoree-05-10-2013>.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Présentateur : « On ouvre avec ce chapitre consacré à l'avant-projet de révision de la Constitution. Dans ce projet, la jeunesse a été placée au centre de l'engagement national pour relever tous les défis. Dans cette mouture de la loi, on y apprend la création d'un Conseil supérieur de la jeunesse, il est placé auprès du président de la République ».

Intervenant n° 1 : Adel Ghane, Secrétaire général de Réseau algérien de la jeunesse : « C'est un message fort et historique de la part du président de la République que de constitutionnaliser les questions liées à la jeunesse, à travers ce conseil supérieur de la jeunesse. Cela traduit la conviction du chef de l'Etat quant au rôle joué par la jeunesse algérienne dans la vie politique et sa participation dans la gouvernance du pays ».

Intervenant n°2 : Mounder Boudéne, président du l'Union Générale des Étudiants Algériens : « toutes les politiques publiques des différents secteurs d'activités devront consacrer une importance primordiale aux questions de la jeunesse et ce à tous les niveaux ».

Intervenant n°3 : Sid Ahmed Redouane, président de la ligue nationale des Etudiants Algériens : « La création d'un conseil supérieur de la jeunesse, placé auprès du président de la République, répond à la revendication légitime que nous avons exprimée lors des négociations sur l'avant-projet de la révision de la Constitution, etc. ».

Nous observons les réactions de ces intervenants : elles sont toutes identiques, orientées dans un seul sens, celui d'applaudir cette initiative sans avoir un œil critique sur le rôle concret de ce Conseil.

Nous nous arrêtons aussi sur un autre exemple tiré d'un reportage de l'édition de Canal Algérie du 10 septembre :

Reporter : « Apporter de la joie aux familles nécessiteuses durant cette fête de l'Aid est le slogan de beaucoup d'associations caritatives, à l'exemple de l'association Sidra».

Responsable de l'association : « Notre but est de rendre le sourire aux familles nécessiteuses, etc ».

Concernant l'intervention des citoyens dans les médias, Charaudeau⁴³⁷ explique qu'elle se manifeste essentiellement sous deux figures, citoyen victime ou revendicateur, ou citoyen témoin.

⁴³⁷ Patrick Charaudeau, Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours, *Op.cit*, p160.

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

1- Victime : Ceci s'explique par le fait, qu'en tant que minorité anonyme, le citoyen ne devient intéressant que s'il souffre, victime d'une injustice ou s'il réclame réparation en allant jusqu'à se battre pour l'obtenir.

2- Celle de témoin : Les témoins qu'ils soient acteurs ou observateurs, ne sont que les représentants archétypiques d'une catégorie ; ils sont des êtres sans visage, des individus sans personnalité, sans autre identité que celle dans leur rôle de témoin. Ces témoins sont, pure énonciation en jouant un rôle d'alibi pour les médias.

Concernant l'intervention des citoyens dans l'édition de Canal Algérie et la chaîne 3, nous avons constaté qu'ils ne sont ni victimes ni témoins, mais la parole qui leur était distribuée est celle de la réaction sur quelques événements.

Nous prenons cet exemple tiré de l'édition du 9 janvier de Canal Algérie.

L'opération de relogement qui concerne 110 familles à Oued Koureich dans la capitale :

Citoyen n°1 : « كثر خير بوتفليقة ربي يشفيه »

Citoyen n° 2 : « حسيت اليوم زدت »

Nous remarquons, dans ce reportage que la parole était donnée uniquement pour les citoyens bénéficiaires de logements, par contre la parole de contestation des non- bénéficiaires est occultée.

Ces opérations de relogement restent sans doute dans les esprits des Algériens dans les journaux télévisuels, avec des youyous des femmes bénéficiaires, en remerciant les autorités. Des images identiques qui reviennent avec chaque opération de distribution de logements.

Nous prenons un autre exemple de l'édition de la chaîne 3, du 9 septembre, tiré d'un reportage sur les files d'attente des automobilistes devant les stations-service à la veille de « l'Aid El Kebir ».

». Citoyen n°1 : « العيد الكبير و لا العيد الصغير c'est pareil, une semaine avant اعمر و el plein »

Citoyen N°2 : « اعمر و قاع تولى دبزة تولى كارثة انهار العيد فارغة. »

Citoyen n°3 : « Ça devient une culture des Algériens, ils ont toujours peur qui 'il y'ait plus d'essence, à chaque fête chacun veut remplir le plein ».

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

En se concentrant sur le discours de ces intervenants, qui sont des automobilistes et qui faisaient la chaîne devant une pompe à essence à Alger, tout le monde bannit ces files récurrentes à la veille de chaque événement. On parle de « l'autre » tout en oubliant leur présence eux aussi dans ces stations.

Nous observons aussi ces réactions tirées d'un reportage de l'édition de Canal Algérie.

Le reporter : « Les derniers chiffres de l'ONS, le montrent : la natalité poursuit sa courbe ascendante en Algérie, nous sommes 40 millions et 400000 depuis janvier dernier, reportage » :

Citoyen n°1 : « C'est beaucoup, dans quelques années on sera 50 millions et pour faire nourrir tout ce monde, il faut beaucoup d'imagination ».

Citoyen n°2 : « c'est trop pour les couples démunis, pour moi, pas plus de deux enfants. ».

Citoyen n°3 : « «On n'est pas un pays industrialisé pour employer قاع هذا الشعب»

Dans ce reportage, tous les citoyens portent un seul avis : 40 millions d'habitants c'est trop pour l'Algérie et pourtant, d'autres avis contradictoires pourraient exister.

Nous concluons ce volet, par le fait que la société civile et les citoyens sont utilisés généralement dans les reportages pour étayer un angle d'attaque bien déterminé déjà préconstruit par le journaliste. Et cette parole de réaction, est plus présente au sein de Canal Algérie dans les différents reportages afin de donner cette impression d'équilibre, mais en fin de compte cette parole est utilisée pour appuyer l'avis des responsables sur les thématiques traitées.

D'ailleurs pour le directeur de l'information de la chaîne 3,⁴³⁸ la présence de la parole des citoyens sur les ondes n'est à aucun moment synonyme du service public, étant donné que cette parole est préalablement orientée.

⁴³⁸Hacene Meftahi, Directeur de l'information de la chaîne 3. *Op.cit.*

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

Conclusion : Nous récapitulons ici les résultats de ce chapitre :

Grille d'analyse n°4 : Les intervenants dans les éditions.

La grille d'analyse	Les résultats de la recherche	Comparaison entre les deux médias
1-Hommes d'Etat et du gouvernement	<p>1-Les Hommes d'Etat et du gouvernement constituent le grand pourcentage pour les deux médias (36 %).</p> <p>2-L'éthos du président Abdelaziz Bouteflika (destruction de l'éthos).</p> <p>3-L'éthos du Premier ministre Abdelmalek Sellal (humour exagéré).</p> <p>4-Contradiction de la parole des ministres (manque de crédibilité)</p> <p>5-Le pourquoi du l'évènement (l'agenda quotidien)</p>	-L'image est plus significative sur Canal Algérie.
2-Les représentants des institutions	<p>1-Les institutions sont présentes avec 34.81 % à Canal Algérie contre 29.89 % à la Chaîne 3.</p> <p>2-Concepteurs des évènements(le dit rapporté).</p> <p>3-Ils représentent le coté officiel du reportage.</p>	-La même pratique au sein des deux médias.
3-Acteurs sociaux	<p>1-Ils sont présents avec 16.95 % au sein de Canal Algérie contre 10.53 % à la Chaîne 3.</p> <p>2-Ils sont sollicités dans les reportages</p>	<p>1-La parole des acteurs sociaux est décalée en deuxième lieu dans les reportages au sein de Canal Algérie.</p> <p>2-l'intervention de ces acteurs au niveau des deux chaînes est un décor.</p> <p>3-La parole de revendication est occultée.</p>
4-Experts	<p>1-Les experts sont présents avec 16.36 % au sein de la Chaîne 3 et de 2,02 % au niveau de Canal Algérie.</p> <p>2-Experts algériens à Canal Algérie (événements occasionnels).</p>	<p>1-Analyse positive de l'évènement national au niveau des deux médias.</p> <p>2-Les grands événements Nationaux sont occultés de l'analyse.</p>

Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions

	3-Experts étrangers (événement international)	
5-Société civile et citoyens	1-Cette frange de la société est présente avec 9.32 % au niveau de Canal Algérie et 6.93 % au niveau de la Chaîne 3. 2-Parole de réaction 3-Pour étayer l'avis du responsable sur une question donnée.	- le même traitement au niveau des deux chaînes.

À travers cette analyse, nous concluons que les intervenants officiels dominent l'agenda médiatique des deux médias à travers des déclarations sur leurs activités quotidiennes. Leurs paroles prennent toujours la tête de la hiérarchie des éditions même si elles ne véhiculent aucune information qui nécessite tant d'intérêt.

Comme nous l'avons constaté, l'éthos de quelques responsables, ainsi que la parole contradictoire de certains ministres comme présentés dans ces médias creusent davantage d'écart entre les gouvernants et les gouvernés.

Concernant les acteurs sociaux, la société civile et les citoyens, leur représentation dans ces médias est considérée comme accessoire ; on leur tend le micro que quand le besoin nécessite de meubler un reportage avec des voix différentes, mais portant un seul discours orienté vers le « positif ».

**Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal
Algérie et sur la Chaîne 3**

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Nous évoquons d'abord dans ce chapitre quelques dérives dans le traitement de l'information au sein des deux médias, suivi d'un volet qui relate quelques contraintes affectant le bon fonctionnement de l'information.

1-Dérives de l'information au sein de Canal Algérie et à la Chaîne 3

Avant de citer quelques dérives de ces chaînes en matière d'information, nous tenons à expliquer au préalable notre choix d'avoir adopté ce concept « dérives », au lieu d'autres comme la désinformation et la mésinformation.

Les experts de l'information et de la communication évoquent deux concepts différents pour qualifier les dérapages dus au non-respect des règles de l'éthique et la déontologie dans le traitement de l'information. Le premier concept est la désinformation, le deuxième est la mésinformation.

Nous ne pouvons pas évoquer la problématique de la désinformation sans présenter les définitions données par le spécialiste dans ce domaine, Vladimir Volkoff.* Ses ouvrages sont considérés comme des références dans le traitement de cette thématique. Volkoff⁴³⁸ revient tout d'abord sur l'étymologie du concept : « C'est en effet un très mauvais mot puisque le préfixe « dès » en français, signifie que l'on défait quelque chose qui a été fait, désinformer n'est pas défaire l'information, c'est peut être, donner une information mensongère».

Volkoff⁴³⁹ explique que le mot désinformation est mal constitué, le préfixe « dé » indique en français « l'éloignement, la séparation, la privation » et non pas la tromperie. Il serait donc plus correct de parler de dysinformation, mais malheureusement le mot est passé dans la langue et nous n'y pouvons plus rien.

La désinformation n'existait pas avant 1980 en France ; elle était copiée sur les Anglais qui l'avaient eux-mêmes copiée sur les Soviétiques qui ont été les premiers à l'utiliser. Le terme désinformation est donc nouveau, et a beaucoup évolué depuis son apparition. Chez les Russes (dezinformatsiya) au lendemain de la Seconde Guerre mondiale. D'une manière générale, elle désigne maintenant, selon Volkoff⁴⁴⁰ « la manipulation de l'opinion publique, à des fins généralement politiques, avec une information traitée par des moyens détournés ».

*Volkoff est écrivain et auteur de nombreux romans ayant trait notamment à l'histoire russe, à la guerre froide et à la guerre d'Algérie, d'essais consacrés à la désinformation, mais également dramaturge, poète, biographe et traducteur.

⁴³⁸Vladimir Volkoff, Le mot et la chose, revue panoramiques, éditions Corlet Narianne, 2002, p22.

⁴³⁹Vladimir Volkoff, Désinformation par l'image, éditions du Rocher, 2001, p17.

⁴⁴⁰*Idem*, p17.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

La désinformation concerne le domaine de l'information dite de masse, c'est-à-dire le domaine des médias. Elle vise le grand public. Plus précisément, elle a pour but d'influencer l'opinion publique dans un sens favorable à celui ou ceux qui exercent la désinformation. À cet effet, l'information est manipulée. On en supprime certaines, on en minimise ou l'on en augmente l'importance à d'autres, on crée de fausses informations, bref, on induit en erreur.

Dans sa conférence présentée devant le Sénat français, Volkoff⁴⁴¹ a exposé les trois constituantes de la désinformation : tout d'abord, parler de la désinformation signifie parler de manipulation de l'opinion publique : la désinformation ne peut s'appliquer qu'à une opinion publique et non à un nombre limité de personnes. Deuxièmement la désinformation est pratiquée exclusivement à des fins politiques.

Et enfin, la désinformation reste toujours masquée. Il n'y a donc désinformation que lorsqu'on manipule l'opinion publique à des fins politiques et par des moyens détournés de traitement de l'information.

Sur ces bases, nous considérons que « la désinformation consiste en l'élaboration et la communication délibérées d'une fausse information soigneusement travestie afin de présenter toutes les apparences de l'authenticité »,⁴⁴² comme elle était définie par le dictionnaire de la désinformation.

Donc, la désinformation joue sur la manipulation de l'information dans le but de donner une compréhension fautive de la réalité. L'objet de la désinformation peut concerner, selon les parties en présence, les intentions, les éléments de force ou de faiblesse, les erreurs ou les fautes commises,⁴⁴³ selon l'auditoire-cible. Philippe Recanes⁴⁴⁴ dans son ouvrage, « la manipulation à la française », cite quelques méthodes utilisées par les médias afin de brouiller les pistes :

-La suppression consiste à dire et à propager l'idée qu'un fait, un acte ou une intention n'existe pas ou n'a pas existé. Il existe plusieurs moyens d'arriver à ces fins :

-L'omission consiste à priver l'auditoire d'une information, et si possible, à ne pas même lui laisser deviner cette carence. Elle peut porter sur la totalité d'un fait, d'un acte ou d'une

⁴⁴¹ Vladimir Volkoff, Le mot et la chose, conférence présentée devant le Sénat français le 6 novembre 2000, in revue panoramique, *Op.cit*, p22.

⁴⁴² Le dictionnaire de la désinformation, François Géré, Armand Colin, p58.

⁴⁴³ Sous la direction de Philippe Ricalens, la manipulation à la française, economica, 2003, p26.

⁴⁴⁴ Ibid.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

intention ou sur des éléments de ceux-ci : l'absence d'un élément peut modifier profondément la signification des autres et constituer une véritable désinformation ;

-La négation : nier ou dénier des faits ou des intentions. Cette possibilité suppose l'accompagnement d'une opération d'intoxication qui fasse disparaître les preuves.

-L'addition consiste à dire et à propager l'existence d'un fait, d'un acte ou d'une intention qui n'existe pas en réalité.

La déformation consiste à parler d'une chose qui existe, mais en la caractérisant de manière fallacieuse.

Volkoff⁴⁴⁵ présente quelques techniques de la désinformation utilisées par les médias, à savoir négation des faits ; inversion des faits ; mélange vrai-faux avec titrage divers ; modification du motif ; modification des circonstances ; généralisation abusive ; transformation des faits en une illustration de règle générale éventuelle fictive ; surinformation sur un aspect des faits ; sous information sur un autre aspect des faits ; apparence d'impartialité par la présentation des faits de deux points de vue différents, dont l'un est évidemment « bon » et l'autre mauvais.

Plusieurs auteurs évitent le terme « désinformation » dans leurs écrits, comme le confirme Jean –Paul Gourévitch⁴⁴⁶ : « terme sulfureux, contestable, récusé, étiqueté, connoté, et aussitôt chargé de tous les péchés ».

De ce fait, quelques auteurs préfèrent parler de mésinformation que de désinformation à l'instar d'Andreas Freund⁴⁴⁷ connu par son ouvrage intitulé « journalisme et mésinformation » où il explique la différence entre ces deux concepts. Pour lui, la mésinformation couvre un domaine plus large que la désinformation, car il inclut également l'induction à l'erreur involontaire, innocente et conditionnée de loin, laquelle l'explique, sans nécessairement l'excuser. Une bonne partie de ce qui dysfonctionne par contre le terme désinformation est nettement moralisateur, lorsque celui de mésinformation est seulement critique.

Dans cet ouvrage, l'auteur a endossé la robe de l'avocat et invoque pour la profession plusieurs circonstances atténuantes en l'occurrence les lourdes contraintes pesant sur le métier du journaliste, dont les principales sont :

⁴⁴⁵Vladimir Volkoff, *Désinformation par l'image. Op.cit.* p21.

⁴⁴⁶Jean –Paul Gourévitch, *La désinformation : tous coupables ?* revue panoramique, éditions Corlet Narianne, 2002, p11.

⁴⁴⁷ Andreas Freund, *Journalisme et mésinformation*, la pensée sauvage éditions, 1991, p10.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

-La pression du temps ;

-la place limitée pour dire ce que nous avons à dire ;

-L'incompréhension souvent inébranlable de nos supérieurs hiérarchiques.

Freund⁴⁴⁸ expose quelques exemples de la mésinformation : la sur-information et la sous-information. Ce genre du journalisme en forme de manœuvre de diversion : « Est apte à créer la confusion dans les esprits, à banaliser des événements dramatiques, et à nous « souler » de détails sans importance et de précisions superflues ».

L'auteur évoque aussi d'autres formes de la mésinformation comme le pseudo- information et la para- information.⁴⁴⁹

François-Bernard Huyghe,⁴⁵⁰ décrit la mésinformation par commodité comme : « Est toute situation où le sujet n'accède pas au degré de connaissance de la réalité auquel il pourrait prétendre, etc. ». Il explique que la mésinformation est une anomalie relative, à évaluer au cas par cas, ou un déficit par rapport à une situation idéale d'information. Huyghe propose quelques cas de mésinformation : toute perturbation objective de l'information dépend de notre capacité subjective à découvrir du sens à partir de données incomplètes, car le cerveau humain est capable de créer un système d'interprétation cohérent mais délirant à partir de données arbitraires et aléatoires.

Cette vision est partagée par l'encyclopédie de « L'agora »⁴⁵¹ qui explique que la désinformation est un mensonge organisé et intentionnel. Par contre, la mésinformation est une information innocemment fautive, causée par l'ignorance ou la distraction.

Dans les deux cas de la désinformation ou de la mésinformation, une crise s'installe entre l'émetteur et le récepteur, que quelques auteurs appellent malentendu.

Cela signifie que dans le cas du malentendu, quelque chose est dévié par rapport à une interprétation juste.⁴⁵²

Entre le sens varié de ces deux concepts est-il possible de distinguer une information mésinformée et une information désinformée ? Cela nous semble très délicat car la base est

⁴⁴⁸ Andreas Freund, *Journalisme et mésinformation*, *Op.cit*, p247.

⁴⁴⁹ *Idem*, p 263.

⁴⁵⁰ François Bernard Huyghe, *Comprendre le pouvoir stratégique des médias*, Eyrolles, 2005, p168.

⁴⁵¹ Encyclopédie, Agora, 2012. <http://agora.qc.ca/dossiers/Desinformation>

⁴⁵² Judith Lazar, *Variation sur le malentendu ambiguïté, Ignorance, déformation*, Cairn.info, 2005.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

l'intentionnalité du journaliste et son entreprise représentent une chose très pénible à vérifier.

Dans notre recherche, nous n'allons ni évoquer la désinformation qui a une connotation politique, ni la mésinformation qui a une connotation correctrice. La chose la plus importante pour nous est d'illustrer les dérives par rapport aux notions de service public et aux règles de l'éthique et de la déontologie de l'information. Ce concept « dérives » est évoqué par plusieurs auteurs à l'instar de Patrick Charaudeau et François-Bernard Huyghe dans leurs différents ouvrages et articles scientifiques.

Car ce concept de « dérives » explique selon nous une certaine déviation ou bien un non-respect des règles de l'éthique et de la déontologie quelle que soit l'intention du journaliste.

1-1. Les manières de la dérive de l'information au sein de Canal Algérie et la Chaîne 3

L'information peut être déviée de plusieurs manières et nous tenons à présenter ici quelques-unes.

1-1-1. Les sources

Les journalistes de ces deux médias, comme nous l'avons mentionné dans le chapitre précédent, puisent leurs informations souvent des différentes institutions qui envoient généralement des faxes pour couvrir les multiples événements qui se déroulent au quotidien. Sinon le journaliste fait appel aux témoignages enregistrés lors des reportages sur le terrain. La sélection de ces sources répond souvent à une stratégie de manipulation informative dans le sens où, en faisant écho à certaines sources et en ignorant d'autres. Les médias se présentent ainsi comme un transmetteur d'informations simples et neutres, alors qu'en réalité, ils tendent à choisir comme sources les personnes, institutions et documents qu'ils savent servir leurs lignes éditoriales. De ce fait, la première source d'information de ces deux médias est officielle ; donc ces deux médias véhiculent le discours des sources, du discours officiel, des institutions de l'Etat. Ici, c'est là où réside la première dérive, dans le sens où la parole est accaparée par une seule partie en minimisant d'autres voix comme celles des partis politiques de l'opposition et celle des citoyens.

1-1-2. Agences de presse

Les agences de presse sont des organisations qui vendent aux médias de l'information, ce qui permet à ces derniers d'informer sur des pays dans lesquels ils n'ont pas, ou pas assez, de correspondants. Trois d'entre elles sont des agences de presse mondiale et généralistes, car

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

elles ont des bureaux dans la plupart des pays du monde et couvrent tous les domaines d'information : l'américaine «Associated Press », la britannique « Reuters » et l'Agence « France-Presse ». Elles sont en général étroitement liées à d'importants groupes financiers en contact direct avec les gouvernements.

En Algérie, la radio algérienne reçoit surtout, l'information internationale par le biais de deux agences, en l'occurrence l'AFP (Agence France presse) et l'agence de presse marocaine, MAP (Maghreb Arab Press). Par contre La télévision nationale est abonnée aussi-en plus des deux agences suscitées-à l'agence égyptienne MENA, (Middle East News Agency).

Les informations envoyées par ces agences internationales, les médias algériens les prennent avec précaution vu les visions différentes entre l'Algérie et ces pays (France, Maroc et Egypte) vis-à-vis de quelques questions internationales. De ce fait, le traitement des informations par ces agences est en symbiose avec la politique extérieure de leurs pays. Par conséquent les journalistes algériens sélectionnent les informations attentivement et celles qui ne conviennent pas à la politique de notre pays sont ignorées.

Dans ce contexte, nous prenons comme exemple le conflit du Sahara Occidental. Les journalistes des medias publics algériens, en traitant les évènements sur la question saharienne, ne prennent en aucun cas comme source l'agence marocaine MAP, puisque celle-ci épouse la position marocaine vis-à-vis de ce conflit où le Sahara est considérée toujours comme un territoire marocain, tandis que l'Algérie plaide pour l'autodétermination du Sahara. De ce fait, les journalistes de ces médias ne reprennent que les dépêches envoyées par l'Agence algérienne(APS).

Un autre exemple concerne le dossier syrien, l'agence française, l'AFP, dans ses couvertures sur le terrain rapporte et présente souvent les attaques de la coalition sur les différentes villes de la Syrie comme des attaques contre les membres de l'organisation terroriste(DAECH), et pourtant nous assistons à de lourdes pertes humaines parmi les civils en l'occurrence des enfants et des femmes.

La dérive dans ce contexte se manifeste sur deux niveaux :

En premier lieu, au niveau des agences de presse : la politique oriente l'information selon les positions de la politique étrangère de leur pays. De ce fait, le recours aux informations envoyées par ces agences s'explique par l'absence des correspondants de ces médias dans les pays en guerre.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

En deuxième lieu la réorientation de l'information : Dans ce sens, même si, une information envoyée par ces agences de presse internationales est vraie, l'APS, est dans l'obligation de la réadapter à la position algérienne vis-à-vis des pays en conflit et ceci avant d'envoyer les dépêches aux organes de presse.

Nous citons dans ce contexte un exemple récurrent lié au dossier palestinien ; souvent quand les Palestiniens attaquent les Israéliens, provoquant des victimes, tout de suite, il y a ce rappel à l'ordre de la part des responsables pour préciser aux journalistes la position de l'Algérie envers la Palestine, en utilisant d'autres tournures de phrases à l'instar « les israéliens accusent les Palestiniens d'une attaque provoquant deux morts, etc. » au lieu « les Palestiniens ont tué deux Israéliens ».

Pour le rédacteur en chef de Canal Algérie,⁴⁵³ le respect des positions de l'Etat vis-à-vis des questions internationales est impératif, confirmant ainsi que cette question ne concerne pas uniquement l'Algérie, mais les pays du monde entier.

D'un autre côté, nous relevons que ces médias publics évitent de reprendre quelques expressions souvent utilisées par l'agence française AFP, concernant le dossier palestinien comme celle de « l'Etat Hébreu », étant donné que l'Algérie ne reconnaît pas cet Etat dit hébreu.

L'orientation de la politique pour l'information pèse lourd sur la qualité des nouvelles. Patrick Charaudeau dans son livre « la télévision en guerre », Déformation ou construction de la réalité ?, le conflit en Bosnie (1990-1994)*, cité dans l'épisode de la guerre de la Yougoslavie, l'exemple du faux charnier de Timisoara en décembre 1989 qui a montré les dérives de l'information. En effet, ces images de cadavres déterrés d'un cimetière ont fait l'objet d'une vaste mise en scène où la majorité des journalistes occidentaux ont interprété les événements comme preuve que le régime politique en place torturait et massacrait systématiquement les « insurgés ».

1-2. La dérive dans le traitement de l'information

Dans quelques genres de dérives informationnelles, le journaliste endosse une certaine responsabilité. Nous allons examiner quelques cas.

⁴⁵³Adel Boukhames, Rédacteur en chef de Canal Algérie, *Op.cit.*

* Patrick Charaudeau, Guy Lochard, Jean-Claudes Soulages, Manuel Fernandez et Anne Croll, la télévision et la guerre, déformation ou construction de la réalité ?, Le conflit en Bosnie (1990-1994), INA, De Boeck université, 2001.

1-2-1. La responsabilité du journaliste

L'interprétation des événements par les médias dépend très largement des conditions de collecte et de la production de l'information par les journalistes sur le terrain et dans les rédactions. Cette manière, de rendre compte de l'information est le fruit de ce que les spécialistes appellent le cadrage interprétatif,⁴⁵⁴ c'est-à-dire, le schéma de perception du monde qui dépend de l'expérience, du vécu et qui permet aux individus d'identifier et de classer les événements. Ce cadrage repose sur l'accumulation de plusieurs significations et représentations qui donnent un sens aux événements.

Une autre tendance, dont le journaliste n'a aucun choix, c'est bien évidemment la ligne éditoriale de son organisme. En effet, dans une salle de rédaction, une série de procédures et d'exigences sont « imposées » aux journalistes pour que leurs articles ou reportages correspondent aux orientations de leurs responsables.

Dans ce sens, nous relevons trois sortes de dérives qui sont en finalité intrinsèquement inhérentes à l'activité des journalistes de ces entreprises

1-2-2. Le trop-dit

Ignacio Ramonet⁴⁵⁵ préfère surnommer ce phénomène « mimétisme médiatique », qui consiste en cette fièvre qui s'empare des médias et qui les pousse, dans l'urgence la plus absolue, à se précipiter pour couvrir un événement sous prétexte que les autres médias et notamment les médias de références lui accordent une grande importance⁴⁵⁶. Cette imitation délirante, explique Ramonet, poussée à l'excès, provoque un effet boule de neige et fonctionne comme une sorte d'auto-intoxication : plus les médias parlent d'un sujet, plus ils se persuadent, collectivement, que ce sujet est indispensable, central, capital, et qu'il faut le couvrir encore davantage en lui consacrant plus de temps, plus de moyens, plus de journalistes.

Il est vrai que le contexte des médias occidentaux abordé par Ramonet est différent de celui des médias publics en Algérie, mais la semblance consiste dans l'excès de couverture des sujets officiels. Nous avons remarqué en tant que journaliste à la radio algérienne, cette effervescence au niveau de la rédaction en chef à la veille de chaque événement politique

⁴⁵⁴ Sandrine Lévêque, « Cadrage médiatique et production journalistique du genre », *Genre, sexualité & société* [En ligne], Hors-série n° 2 | 2013, consulté le 10 avril 2019. DOI : 10.4000/gss.2624.

⁴⁵⁵ Ignaciot Ramonet, *La tyrannie des médias*, *Op.cit.* , p32.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

auquel les officiels prennent part, surtout quand le sujet concerne le président. Un journaliste ou plus sont désignés au préalable et aucun retard n'est toléré. Puis un seul sujet est traité en long et en large avec plusieurs papiers et il est diffusé dans toutes les éditions à l'ouverture des rendez-vous d'informations.

Dans ce sens, nous avons remarqué comment les sujets officiels prennent du temps sur d'autres actualités au niveau des deux médias, mais surtout cela se ressent au niveau de Canal Algérie.

En contrepartie, les sujets qui concernent directement le citoyen sont négligés. Au sein de Canal Algérie, les sujets de service public sont traités sous un seul angle, un angle qui ne met en exergue que le côté positif de l'événement et qui ne reflète pas la réalité vécue par les citoyens. De ce fait, l'équité est absente, en raison d'une incapacité pour le journaliste de rendre compte de la totalité de la réalité.

1-2-3. Le non-dit

Préoccupe depuis toujours les linguistes, les philosophes du langage, les sémioticiens. L'équation se présente complexe par rapport à la préexistence au *non-dit* d'un dit. Dans notre contexte, c'est l'absence, ou le refus de dire ou bien le mutisme.

Dans cette recherche, nous allons illustrer, ce non-dit sous deux angles :

Du premier angle, nous observons le non-dit de chaque chaîne par rapport à l'autre, c'est-à-dire les sujets abordés par l'une des chaînes sont ignorés par l'autre.

Du deuxième angle, nous observons le non-dit de ces deux médias par rapport à l'actualité nationale rapportée par quelques quotidiens nationaux.

Sur le premier point, nous avons observé que plusieurs sujets traités par la Chaîne 3, n'apparaissent pas à Canal Algérie. Nous prenons comme exemple le procès de l'entreprise Sonatrach 1 qui a duré plus d'un mois (entre les mois de janvier et février 2016) contre 19 accusés (15 personnes et quatre sociétés) dont l'italien Saipem Contracting Algeria, l'allemand Funkwerk, et Contel-Algérie ainsi que Contel-Funkwerk, poursuivis pour association de malfaiteurs, détournement de fonds publics, blanchiment et corruption dans le cadre de marchés conclus « de gré à gré » avec des compagnies étrangères.

Dans les éditions de la Chaîne 3, on assiste durant cette période à une couverture quotidienne de l'événement avec un journaliste sur place qui relate les faits avec des détails. Par contre à Canal Algérie, l'événement est occulté.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

L'information internationale est aussi concernée par ce mutisme au sein de Canal Algérie.

Nous observons comme exemple dans cette édition du 21 avril que la Chaîne 3 a ouvert le journal avec cette catastrophe humaine en mer Méditerranée : « Près de 500 personnes auraient perdu la vie dans le naufrage d'un bateau de réfugiés en mer Méditerranée entre l'Italie et la Libye. Pour le haut- commissariat aux réfugiés, il s'agirait de l'une des pires tragédies des migrants au cours des 12 derniers mois ».

Et puis dans le développement du sujet, la parole est donnée à monsieur William Spindleur, porte-parole du commissariat aux réfugiés pour la région de l'Europe qui explique et analyse la problématique des réfugiés.

Au niveau de Canal Algérie, aucune information n'est avancée dans ce sens et d'ailleurs aucune information internationale n'est traitée dans ce journal du 21 avril.

L'information sportive est victime de ce mutisme ; nous observons cette édition du 31 décembre de la Chaîne 3 : l'édition est ouverte avec le sport : « Le sélectionneur national dévoile la liste des joueurs sans Fighouli et Madjani ».

Dans les développements de ce sujet, un compte- rendu de 2 minutes est consacré à l'évènement à l'ouverture de journal. À Canal Algérie, aucun mot sur l'actualité sportive.

Pour le directeur de l'information, cet acte ne relève pas du mutisme, seulement que l'actualité sportive est présente dans d'autres espaces horaires.

Concernant les évènements qui ont marqué l'actualité pendant la période de notre recherche, mais n'étant pas rapportés par ces deux médias, nous tenons à en présenter quelques-uns :

Sur le volet politique, après la visite du premier ministre français Manuel Valls en Algérie, effectuée le 9 et le 10 avril 2016, la presse nationale a traité de long en large cette polémique entre l'Algérie et la France après un tweet de Manuel Valls assis aux côtés d'Abdelaziz Bouteflika, ce dernier paraissant sur un fauteuil roulant, visiblement très affaibli par la maladie.

Tout au long de la semaine, des personnalités et des partis politiques ont réagi à ce tweet. Ces deux médias se sont contentés de lire le communiqué du ministère des Affaires étrangères, condamnant ce geste, sans expliquer le contexte de l'évènement ni rapporter les différentes réactions des partis politiques.

Un autre évènement social qui a fait l'actualité du printemps 2016, c'est la grève des enseignants contractuels. La « marche pour la dignité » a été lancée le 27 mars.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Les enseignants vacataires, partis de Béjaïa, pour rejoindre Alger, à plus de 200 kilomètres. Des centaines d'enseignants vacataires ont marché pendant huit jours pour rejoindre Alger et demander leur titularisation. Bloqués par les forces de l'ordre à 50 kilomètres de la capitale, les manifestants ont décidé de camper sur place et d'entamer une grève de la faim.⁴⁵⁷

Cet événement n'est pas cité dans les éditions des deux médias. Une autre affaire qui a suscité une grande polémique surtout sur les réseaux sociaux est celle liée au produit « Rahmet Rabi, RHB »,⁴⁵⁸ ce complément alimentaire interdit de vente sur ordre du ministre de la Santé. Une affaire qui a fait couler beaucoup d'encre tout au long du mois de décembre 2016, mais les médias publics ont joué le mutisme sur cette affaire.

Au sujet du phénomène de « Haraga » qui a pris de l'ampleur en Algérie, on assiste à des reportages diffusés sur les chaînes privées à propos de ce phénomène qui endeuille plusieurs familles algériennes,⁴⁵⁹ mais au sein de ces deux médias, le sujet est absent.

1-2-4. Le mal dit : Il est concrétisé sous plusieurs formes :

1-2-4-1. La hiérarchisation des sujets

La conception de la feuille de route répond à l'ordre protocolaire selon la hiérarchie des institutions, ainsi nous retrouvons au niveau de Canal Algérie, presque la totalité des éditions explorées dans le cadre de notre corpus commençant par l'information officielle ; souvent les activités présidentielles sont en première position, suivies de celles du Sénat et de la deuxième chambre du parlement, puis les activités du gouvernement et en tête les départements régaliens. Le même constat est fait au niveau de la Chaîne 3, excepté, 6 éditions qui ont ouvert avec d'autres sujets d'actualité en dehors de l'information protocolaire ; autrement, 22 éditions ont marqué l'ouverture avec l'information protocolaire.

Il est à relever que la hiérarchisation des sujets est une question qui n'est pas abordée par les cahiers des charges de l'EPTV et l'ENRS. Une marge de liberté est donc bien offerte pour les journalistes et leurs responsables de décider de l'ouverture du journal.

⁴⁵⁷Le journal Echourouk, 3 Avril, 2016.

⁴⁵⁸ Le journal liberté, 7 décembre, 2016.

⁴⁵⁹ Reportage, Hogra jusqu'à la Harga : les dirigeants algériens vus par les habitants de Barbès, focus TV, <https://www.youtube.com/watch?v=rQwAC8kz9nQ>, le diffusé le 2 juillet, 2016.

1-2-4-2. L'orientation des sujets

La plupart des reportages diffusés, surtout par Canal Algérie, comme nous l'avons remarqué dans les chapitres précédents, sont orientés vers le traitement positif. Ce genre de reportages donne, l'impression que nous sommes dans un pays sans souci, comme si tous les secteurs fonctionnent à merveille. A notre sens, la dérive consiste à ce stade dans la rupture du contrat de communication entre ces médias, surtout Canal Algérie et son public, car ce dernier ne se retrouve pas dans le modèle façonné par cette chaîne représentée comme utopique et ne reflétant guère la réalité vécue par les citoyens.

1-2-4-3. La langue

La langue est ce moyen magique de transmettre les nouvelles pour le grand public. Donc, tout dépend de la manière dont on présente l'information. Car il existe plusieurs tournures de phrases qui peuvent brouiller la compréhension du public.

-La langue de bois : Ce sont des mots ou des expressions qui ne correspondent pas à la réalité objective, mais renvoient à une vision particulière des choses.⁴⁶⁰ Un langage froid et sans âme. Il protège les administrateurs et les structures en évitant les expressions qui éveillent la sympathie du public.

Si le langage est un instrument de communication, affirme Philippe Blanchet ; ⁴⁶¹l'implicite est omniprésent : « Toute communication est partiellement explicite, et partiellement implicite. Toute signification se construit en partie sur des données implicites. (...) l'implicite est partout, car tout n'est pas dit (...) faute de cet implicite, il serait impossible de communiquer, puisqu'il faudrait toujours tout expliciter, et le moindre message serait une spirale sans fin s'auto-explicitant et explicitant son auto-explicitation. ».

Pour Michel Kauffmann⁴⁶², la langue du bois par excellence est « la forme du discours qui met en œuvre la dimension de l'implicite ». Kauffmann explique que l'implicite dans la langue de bois se manifeste sous plusieurs formes :

⁴⁶⁰Aurélien Leclerc avec la collaboration de Jaques Guay, L'entreprise de presse et le journaliste, presses de l'université du Québec, 1997 P327.

⁴⁶¹Phillipe Blanchet, in Implicite, présupposé et sous-entendu, Studiișicercetărifilologică. Seria Limbi Străine Aplicată. <http://scf-lsa.info/wp-content/uploads/2017/04/4-IVAN-Mirela-1.pdf>, le 28/07/2018.

⁴⁶²MichellKauffmann, lire entre les lignes, l'implicite et le non-dit, PIA, 2003, p133.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

L'implicite intentionnel : la langue de bois cherche à présenter ses conclusions sur le mode du constat, de l'acquis préalable. Ceci, nous l'avons remarqué dans plusieurs interventions des officiels :

Nous observons dans cette édition du 4 avril de Canal Algérie, la déclaration du vice-ministre de la Défense nationale, le général de corps d'armée Ahmed Gaid Salah :

« Le niveau de la disponibilité opérationnelle atteint ces dernières années par l'armée nationale populaire est le fruit d'une excellente formation, de l'entraînement de qualité, de la préparation aux combats, etc. ».

Cette déclaration du ministre de l'Intérieur Noureddine Bedoui, dans le journal du 11 avril sur Canal Algérie part dans le même sens : « Il y a des tentatives de certains groupes terroristes de déstabiliser les dispositifs mis en place, mais avec notre niveau de conscience et le travail accompli au quotidien par les services de sécurité, à leur tête l'Armée Nationale Populaire, aujourd'hui, nous pouvons dire qu'il y a une sécurité et une stabilité en Algérie ».

Nous observons ici que le message essentiel, latent dégagé par ces deux informations, c'est que l'armée nationale demeure le rempart du peuple et de l'Algérie en sécurisant nos frontières contre toute infiltration étrangère.

Nous présentons un autre exemple tiré du journal du 4 avril de la Chaîne 3, cette déclaration du ministre des Affaires étrangères : « La mission de la diplomatie algérienne, c'est de veiller aux intérêts de la nation algérienne, de l'Etat algérien, symbole et des institutions de la république, etc. ».

Nous tenons à mentionner que la plupart des mots utilisés par ces intervenants relèvent d'une langue qui n'est pas aussi compréhensible par le public :(la disponibilité opérationnelle, déstabiliser les dispositifs mis en place, symbole et des institutions de la république, etc.).

Parmi les tournures de la langue de bois, la création ou imposition d'une opinion à travers des mots masques, comme il est appelé par Thierry Léfébure,⁴⁶³ c'est-à-dire des termes à connotations positives (développement, croissance, technologie, compétitivité, emploi, flexibilité), ou négatives(primitif, radical, illégal, fondamentaliste, protectionnisme). Ils sont utilisés de façon répétée dans certains discours et contextes, à tel point qu'ils finissent par acquérir une valeur ajoutée de sens, une connotation qui va bien au-delà de leur simple signification.

⁴⁶³ Thierry Léfébure, L'influence par la parole, la propagande : images, paroles et manipulation, sous la direction de Alexandre Dorna, JeanQuellien, StephaneSimonnet, l'Harmattan, 2008, p128.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Par contre, pour diaboliser ou criminaliser toute initiative ou action des mouvements sociaux ou populaires qui remettent sérieusement en cause le système dominant, on use et abuse du terme « radical », avant tout négatif, et on l'associe à des concepts comme « fanatique », « ultra », ou même « terroriste ».

-Le stéréotype est considéré comme une sorte de représentation que la notoriété, la fréquence, la simplicité ont imposé comme évidence à l'ensemble d'une communauté (ou d'un groupe à l'intérieur de la communauté).⁴⁶⁴

Il s'agit donc d'une structure sociocognitive figée, dont la pertinence pratique en discours est tributaire de son fonctionnement réducteur et univoque et d'une stabilité de contenu rassurante pour les usagers.

Les journalistes reprennent le discours des sources, ce qui les pousse à reproduire des clichés et des stéréotypes qui ne reflètent pas vraiment la réalité.

1-2-4-4. Les chiffres

Ce sont un atout utilisé par les officiels et repris par les médias sans aucune interprétation. L'auditeur doit se mettre dans la posture d'un expert pour comprendre les sens de ces chiffres : nous observons cette déclaration d'Ahmed Ouyahia, secrétaire général du RND, dans l'édition du 17 décembre de la Chaîne 3 : « La loi de finances affiche un déficit de 1200 milliards de dinars. Si nous devons combler le déficit par l'emprunt à l'extérieur, il nous faudra 10 millions de dollars pour l'année 2017, etc. ».

Un autre exemple tiré du journal du 19 avril de Canal Algérie :

-« Plus de 20 000 logements seront distribués avant le mois du ramadhan, toutes formules confondues annonce aujourd'hui faite par le ministre de l'habitat, Abdelmadjid Tebboune en présence du wali d'Alger ».

On observe cet exemple tiré de l'édition du 27 septembre de la Chaîne 3 :

Bournaoui Farid, expert, en engineering finance, « L'enjeu est clair, il a été dessiné par le Chef de l'Etat qui prévoit en 2030 de produire 22 000 megawet, 27 % de notre production. C'est l'enjeu et le moyen d'économiser nos énergies fossiles ».

Le discours des chiffres à notre sens doit être simplifié pour que le public puisse comprendre les enjeux et leurs retombées sur son quotidien.

⁴⁶⁴ Henri Boyer, Édition électronique, revue, mots, les langages politiques, 2008.

1-2-4-5. Les images

Le monde actuel est envahi d'images, non seulement des images obtenues différemment selon l'angle ou le plan, mais avec des possibilités de truquage de certaines.

L'image vaut mille mots. Ce dicton chinois est devenu la loi de base de l'information moderne qui n'est pas ignorée par les pouvoirs politiques, qui en usent à leur profit.

Le poids des mots ne vaut pas le choc des images, comme l'affirment les experts en communication : l'image quand elle est forte, oblitère le son et l'œil l'emporte sur l'oreille. Certaines images sont donc désormais placées sous très haute surveillance car certaines réalités sont strictement interdites d'images. C'est le moyen le plus efficace de les occulter. « Pas d'image, pas de réalité »⁴⁶⁵.

Dans ce contexte, nous relevons plusieurs dérives dans l'utilisation de l'image surtout du président de la République Abdelaziz Bouteflika, par les chaînes de la télévision publique, et ceci depuis sa maladie en 2013. Des montages d'images qui tentent de montrer le président en bonne santé, mais la réalité de ces images montées était dévoilée par la presse nationale privée et la presse étrangère.

Nous illustrons cette dérive par l'exemple suivant :

La télévision publique avec ses différentes chaînes ont montré les images de l'audience accordée par le président de la république au président du parti tunisien Ennahda, Rached Ghannouchi, lors de sa visite en Algérie le 24 août 2014. Il s'est avéré que ces images étaient truquées. L'émission de Canal plus, « le petit journal » du 29 août⁴⁶⁶ a illustré avec des preuves ce montage.

En fait, l'animateur de cette émission Yann Barthes a décortiqué plan par plan le « produit » de la chaîne publique. Images superposées à l'appui, il a dévoilé les trucages.

Le réalisateur de la télévision avait finalement fait un montage de piètre qualité. Les images du JT étaient un mélange de plans dans lesquels Bouteflika était assis sous différentes positions. Le réalisateur, voulant sans aucun doute montrer un président moins « fatigué », avait finalement utilisé des images du Président datant de janvier 2014 lorsqu'il avait reçu le président du Mali.

⁴⁶⁵Ignacio Ramonet, La tyrannie de la communication, éditions Galilée, 1999, p46.

⁴⁶⁶L'émission est disponible dans Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=CS6v9Znerwc>

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Arnaud Mercier⁴⁶⁷ explique que certaines images se comprennent sans le son, « elles font réagir parce qu'elles en appellent directement aux sensations immédiates et non à la raison ».

Une autre dérive concernant les images diffusées par la télévision publique en général et Canal Algérie en particulier concerne l'utilisation des différents plans de la caméra. Lors des couvertures des sujets officiels surtout de l'assemblée nationale(APN), nous avons observé a maintes reprises des plans serrés ne montrant que les premières rangées de la salle, en donnant cette impression que la salle est pleine au moment où les chaînes privées montrent des plans larges des séances plénières de l'APN avec une salle presque vide.

1-2-4-6. Les experts

On pourrait également citer comme preuve douteuse ce que les médias font des experts. Tout d'abord en confondant expert, spécialiste scientifique, chroniqueur spécialisé et penseurs qui interviennent à l'occasion de tel ou tel événement. La valeur de la parole de ces différents commentateurs ou analystes ne peut être la même. Pourtant, ceux-ci sont souvent présentés sans distinction de rôle. Patrick Amey⁴⁶⁸ attribue pour l'expert le statut du « profane », vu son importance sur les plateaux.

Les experts intervenus dans les éditions de ces deux chaînes concernant les articles du projet de loi sur la Constitution de 2016 ont apporté dans l'ensemble une vision positive sur tous les articles, sans la moindre critique. Ces experts, nous semble-t-il sont donc choisis et briefés au préalable selon l'orientation de ces médias.

La majorité des professionnels interviewés citent comme première dérive, le trop-dit où une exagération est remarquée au niveau du temps octroyé pour l'activité officielle dans les éditions des deux chaînes.

Mabrouk Ait Athmane⁴⁶⁹ de la Radio Soummam(Béjaia), ce trop dit concerne généralement « L'activité gouvernementale, à force de trop parler du même sujet et sous un même angle, ça devient ennuyant pour l'auditeur ou le téléspectateur ».

Pour ce rédacteur en chef au niveau de la télévision,⁴⁷⁰ ce trop dit est qualifié de « propagande ».

⁴⁶⁷Arnaud Mercier, *Le journal télévisé*, presses de sciences po, 1996,p148

⁴⁶⁸Patrick Amey, *La parole à la télévision*, L'Harmattan, Paris, 2009, p95.

⁴⁶⁹Mabrouk Ait Athmane, *Journaliste à la Radio Soummam (Bejaia)*, 15ans d'expérience, interview par questionnaire, *Op.cit.*

⁴⁷⁰Hamou Baali, *Rédacteur en chef à l'EPTV*, interviewé par questionnaire, *Op.cit.*

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Quelques-uns ont même pointé du doigt la censure et l'autocensure qui mènent vers le non-dit.

Le mal dit a été aussi évoqué par quelques professionnels, cette manière de faire de ces médias qui exagèrent dans la couverture des activités officielles jugées par ce journaliste de la radio nationale⁴⁷¹ de « l'amateurisme ».

Quelques-uns indiquent la présence de ces trois dérives dans le traitement de l'information au sein de ces deux médias. Pour le professeur Mostefaoui⁴⁷² « C'est un magma (mélange) des trois genres et la plus grave infraction, c'est l'autocensure, ce qui brise les élans des jeunes talentueux ». Le constat est le même pour Rabah Helis*, journaliste au sein de la Radio nationale : « La contrainte consiste dans tout un ensemble, une ligne éditoriale mouvementée, de l'autocensure, des habitudes avec un zeste de culture et d'incompétence ».

Comme il est évoqué dans notre analyse, ces deux médias Canal Algérie et la Chaîne 3, selon nous, exercent la pratique informationnelle dans un climat éditorial qui les oblige à tomber dans des dérives, qui ne relèvent pas essentiellement de la volonté des journalistes.

1-2-5. La dérive de la mission de service public

Pour conclure ce chapitre, nous constatons que la grande dérive consiste dans le non-respect de la mission assignée pour ces deux médias, celle de service public.

Pour étayer ce constat, nous avons sélectionné quelques informations jugées qu'elles relèvent du service public. Nous avons observé leur présence dans les éditions des deux médias. Avant de présenter les résultats, nous devons expliquer la manière d'y procéder.

Tout d'abord, nous avons choisi quelques sujets, relevant des thématiques du service public*. Dans ce sens, nous avons inséré les sujets suivants :

Les sujets politiques, (concernant uniquement l'opposition), éducation, santé, habitat, société, l'économie mais aussi des sujets qui relèvent uniquement du développement local et la culture. Dans ce contexte, nous n'avons pas introduit l'information internationale et le sport

⁴⁷¹ Mouloud Ahfir, Chef d'édition à la radio nationale (27 ans) d'expérience, interviewé par questionnaire, juin, 2018.

⁴⁷² Belkacem Mostefaoui, interviewé par questionnaire, *Op.cit.*

*Rabah Helis, Journaliste à la Radio Nationale, 29 ans d'expérience, interviewé par questionnaire, décembre 2018.

* Ici nous avons repris quelques indicateurs de service public cités dans la recherche de Pr Mostefaoui. https://www.academia.edu/2134048/LA_MISSION_DE_SERVICE_PUBLIC_AUDIOVISUEL_DANS_LA_REGION_MAGHREB_MASHREK

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

dans les thématiques du service public. Ce choix est assisté de notre volonté d'illustrer les rubriques qui traitent directement des préoccupations des citoyens et de la diversité d'opinions.

(voir les résultats dans l'annexe n°14)

Ensuite, nous avons identifié les thématiques relevant de l'activité officielle. Dans ce sens nous avons sélectionné quelques sujets liés à l'activité du président de la République, le premier ministre, le parlement, les ministres, les institutions de l'Etat et les sujets économiques officiels. **(Les détails de l'information officielle, voir l'annexe n°15).**

L'opération d'identification des sujets officiels et ceux de service public, n'était pas sans difficulté. Les contraintes rencontrées se présentent en deux volets :

Au premier lieu, nous avons remarqué un chevauchement dans les sujets du service public et ceux des officiels. Le cas de figure, l'information liée à la distribution des logements par le ministre de l'Habitat, ici l'information est visiblement officielle parce que ceci relève de l'activité ministérielle, mais aussi elle pourrait s'inscrire dans le volet service public, étant donné que les bénéficiaires sont les citoyens.

La deuxième contrainte consiste dans le traitement des sujets de service public. D'apparence, les sujets qui relèvent surtout du développement local s'inscrivent dans le registre du service public, mais en misant sur les modalités du traitement des sujets, nous constatons l'orientation vers tout ce qui est positif occultant pour cela les problèmes des citoyens.

Devant ces contraintes nous avons tenté de dégager les sujets de service public tout en nous focalisant sur quelques thématiques touchant directement le citoyen. Par contre les sujets officiels sont probants et leur emplacement à la tête des éditions ne laisse pas leur passage inaperçu.

De ce fait, les résultats sont comme suit :

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Tableau n°7 : Les sujets de service public et officiel à Canal Algérie et Chaîne 3

Service public/officiel	Canal Algérie	Chaîne 3
Sujets de service public	40.33 %	43.40 %
Sujets officiels	59.67 %	56.60 %
Total	100.00 %	100.00 %

La lecture de ce tableau nous révèle deux constats :

Le premier est que l'information officielle domine sur celle de service public au niveau des deux chaînes.

Le deuxième constat est que le taux des informations de service public au sein de la Chaîne 3 est plus élevé.

Le fait que l'information officielle domine les nouvelles de ces deux médias comme nous l'avons déjà expliqué, cela est dû aux cahiers de charges de deux médias qui favorisent l'activité officielle.

Le considérable espace temporel réservé pour l'information de service public au niveau de la Chaîne 3, revient à la manière dont les pouvoirs publics gèrent la télévision et la radio où les yeux sont braqués étroitement sur l'image, laissant une certaine liberté pour la radio.

A notre avis, la dérive au sein de ces deux médias reside dans le non-respect de leur mission en tant que médias de service public et non pas médias de l'Etat.

Dans ce cas, ces médias qui sont considérés comme un miroir reflétant une partie de la vie publique, agissant selon nous dans une opacité qui ne reflète qu'une réalité déformée.

Ces dérives dans le traitement de l'information est sans doute le résultat de plusieurs contraintes qui entravent la pratique journalistique. Dans la partie suivante, nous tenterons d'en illustrer quelques-unes.

2-Contraintes de l'information au niveau de Canal Algérie et la Chaîne 3

L'information médiatique est soumise à plusieurs contraintes. Tout d'abord externes liées aux conditions sociales et matérielles de production du discours des médias et internes concernant les conditions énonciatives et communicatives de la mise en scène de l'information. Maurice

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Moullaud et Jean-François-Têtu⁴⁷³ soulignent qu'entre la captation des faits par l'instance médiatique et sa représentation publique dans un média, il y a un processus de transformation de l'information de la source liée à la spécificité de l'entreprise de presse et à son environnement particulier qui comprend, bien sûr, les valeurs et l'identité attribuées à l'instance de réception. Si les conditions externes renvoient aux conditions de production de l'information médiatique, les conditions internes renvoient à la manière de traiter de l'information.

L'une des propriétés les plus importantes du jeu journalistique selon Bourdieu⁴⁷⁴ réside dans sa faible autonomie, car ce genre discursif est soumis à des contraintes :

C'est ainsi que le journaliste se trouve dans une situation de négociations perpétuelles avec des éléments qui lui sont exogènes (instance administrative, politique, médiatiques, etc.). Ce sont ces interrelations entre le journaliste et l'environnement où il exerce qui contribuent à construire le discours médiatique.

En deuxième lieu le journaliste se trouve dans une position contraignante qui entrave son exploration du monde selon sa propre conception et représentation des choses, d'après sa propre initiative, autrement dit en toute autonomie et en toute objectivité. Aussi prend-il part plutôt à un système complexe qui conditionne ses comportements.⁴⁷⁵ Nous allons citer quelques contraintes qui entravent l'exercice des journalistes au sein de la télévision et la radio nationale.

Le jeu journalistique audiovisuel a donc une logique propre qui nécessite un retour aux conditions de l'élaboration de son produit, à savoir les éditions, pour une compréhension et une interprétation probante, objective et rationnelle de son contenu.

2-1. Contraintes liées aux cahiers des charges

Les lignes éditoriales de la Télévision et la Radio algérienne sont définies par les cahiers des charges conçues en 1991, et ce, après l'application de la loi N° 90-07 du 3 avril 1990 relative à l'information.

⁴⁷³Wander Emediato, « L'argumentation dans le discours d'information médiatique », *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 7 | 2011, mis en ligne le 15 octobre 2011, consulté le 22 juin 2019. DOI : 10.4000/aad.1209

⁴⁷⁴Pierre Bourdieu, Journalisme et éthique, cahier du journalisme, n°1, 1996. <http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/Bjournal.html>. Consulté le 2 mars 2018 à 18h25

⁴⁷⁵Gregory Derville, Le journaliste et ses contraintes, cahiers du journalisme, n°6, 1996 : https://www.com.ulaval.ca/fileadmin/contenu/Cahiers_Journalisme/PDF/6/15_Derville.PDF.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

L'analyse des dispositions de ces cahiers des charges de ces deux médias nous révèle que les articles 12 (Télévision) et 17 (Radio) sont identiques.

Au moment où, l'article 4 stipule qu'en matière d'information « l'établissement doit assurer l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans le respect du principe d'égalité de traitement (.....),»⁴⁷⁶ l'article 12 vise à orienter le traitement des informations en mettant en exergue l'activité des institutions officielles en assurant à tout moment la couverture et la médiatisation de la programmation des déclarations et des communications, sans limitation de durée et à titre gratuit⁴⁷⁷.

Ces cahiers de charges, selon le professeur en journalisme, B Mostefaoui⁴⁷⁸ ne répondent pas aux besoins informationnels, éducationnels et distractifs du public. Les minorités ethniques, linguistiques et religieuses, autrement dit, les préoccupations, les problèmes, les difficultés de ces catégories ne sont pas prises en considération à travers les grilles des programmes télévisuels, sans oublier l'insatisfaction dans ce domaine, des enfants et des jeunes.

En effet, l'instance de décision dans la sélection et le traitement de l'information, n'est pas le journaliste en tant qu'individu, mais plutôt l'organisation de presse en tant que système, qui se place comme le premier gatekeeper comme il était avancé par Jhon Dimmik⁴⁷⁹.

Conscients de cette lacune, les pouvoirs publics ont exprimé à maintes reprises leur volonté de réviser ces cahiers de charges, afin de les adapter et de les réajuster au contexte actuel ;⁴⁸⁰ cependant malgré ces tentatives, ils sont restés sans modification, jusqu'à nos jours.

2-2. Contrainte de positionnement

Dans ce climat, ce champ, d'après Bourdieu,⁴⁸¹ les journalistes de ces chaînes se trouvent auto-contraints d'orienter leurs sujets, en visant des angles d'attaque répondant à la ligne éditoriale en vigueur. Ils ne doivent pas contredire les politiques du pouvoir en place ; par conséquent, ils briefent, par exemple leurs invités avant leur enregistrement en les orientant vers une

⁴⁷⁶Cahier des charges, décret exécutif n°91-101 du 20 avril 1991 portant concession à l'établissement public de télévision, des biens domaniaux des prérogatives et des activités inhérentes au service public de la télévision, art.4.

⁴⁷⁷*Idem*, art. 12.

⁴⁷⁸Belkacem Mostefaoui, Médias et liberté d'expression en Algérie, El Othmania, 2013, p175.

⁴⁷⁹Pamela J. Shoemaker and Timp. Vos, Gatekeeping theory, Routledge, 2009.

⁴⁸⁰Hamid Grine, ex ministre de la communication, rencontre avec les travailleurs de l'ENRS, mars 2012.

⁴⁸¹Pierre Bourdieu, Questions de sociologie, les éditions de Minuit, Paris, P134.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

vision lisse qui n'irrite personne* et de surcroît en ne donnant la parole qu'aux parties privilégiées, ignorant les autres protagonistes. Ce traitement discriminatoire, unique, viole, à notre sens, le droit de chacun à la liberté d'expression.

Les acteurs des éditions de 19 heures évitent tout thème conflictuel, qui contraint à une confrontation avec les citoyens. En ouvrant l'espace audiovisuel à ces derniers, il y a un risque de mettre à jour les dysfonctionnements du système politique, en dénonçant les injustices, la précarité de la vie, les difficultés de tous ordres, auxquelles ils sont confrontés. Aussi, est-il plus simple de n'évoquer à l'écran que des faits et gestes à tendance positive, où l'idée du « tout va bien » est de mise.

2-3. Contrainte du genre

Les journaux télévisuels et radiophoniques, sont les genres qui intègrent le plus grand nombre de formes journalistiques. En réalité, ils couvrent l'ensemble des modes discursifs, car il s'agit pour eux non seulement de rendre compte des faits (événements rapportés), mais également de les commenter (événements commentés) en faisant appel à des experts, et de provoquer les débats (événements provoqués).⁴⁸²

Le compte- rendu est le genre journalistique qui prévaut sur d'autres genres au niveau des deux chaînes, ceci s'explique par le fait que les sujets d'actualité, dits « officiels », nécessitent un travail sur terrain, autrement dit, la pratique de « couverture ». Elles font souvent appel au compte- rendu qui rapporte de façon purement factuelle les éléments jugés importants de ces activités, en insérant, s'il y a lieu, des déclarations de personnalités appartenant aux divers rouages de l'appareil du pouvoir.

Quant aux événements provoqués, dans le sens de ramener les invités en direct dans les éditions, ils sont inexistantes au niveau des deux chaînes. Le reportage occupe une place moins importante que le compte rendu. Les commentaires sont absents même sur les événements nationaux jugés d'importance majeure.

2-4. Contraintes organisationnelles

Sur le plan organisationnel, les contraintes sont liées en premier lieu, au manque global d'effectif. Une douzaine de journalistes, seulement, travaillent au sein de Canal Algérie. Ils

*Cette expression est prononcée par le journaliste français Patrick Poivre d'Arvor qui a avoué un jour le sens de sa mission : « nous sommes là pour donner une image lisse du monde ».in les nouveaux chiens de garde, Serge Halimi, Raisons D'agir éditions, 2005, p12.

⁴⁸²*Idem*, pp165-194.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

sont chargés de préparer deux journaux par jour. Le premier à midi, le deuxième à 19 heures. Ce nombre minime met en difficulté la qualité de la production journalistique sur le plan quantitatif et qualitatif. Si chaque équipe est organisée autour de 6 journalistes, il en résulte la réalisation de 6 sujets, uniquement par édition. Or au regard du flot quotidien et à un rythme incessant d'informations, fourni par leurs sources, l'APS, entre autres, ce nombre revêt, par conséquent, un aspect insuffisant, voire dérisoire.

Il en découle, en second lieu, de cette situation, que les équipes de terrain mises à la disposition de cette chaîne sont, par conséquent, très réduites, comme il a été relevé par la rédactrice en chef adjointe de cette chaîne.⁴⁸³ Deux équipes seulement sont disponibles pour les couvertures tous domaines confondus, entre le service de l'information et de la production. Ceci explique la rareté des reportages effectués par le biais de cette station. Répercussion de cet état de fait : presque tous les reportages sont empruntés à la chaîne terrestre.⁴⁸⁴ Curieusement, le journaliste « fabrique » un produit de seconde main ou fait une « reproduction », en utilisant les sonores des intervenants de la chaîne sus-citée et en délimitant à la traduction du texte de l'arabe vers le français.

La Chaîne 3 affronte la même contrainte, quant au manque d'effectifs. Vu le départ massif des journalistes en retraite, la direction de l'information était dans l'obligation de faire appel aux journalistes fraîchement sortis en retraite afin de les réintégrer dans leurs postes avec des conventions. Le directeur de l'information⁴⁸⁵ de cette Chaîne qualifie cette contrainte d'épineuse car elle freine le bon fonctionnement de son département.

2-5. Contrainte liée à la censure et l'autocensure

La censure apparaît comme l'abus d'autorité par excellence, à l'heure où les formes traditionnelles marquées par ce phénomène sont partout rejetées. Puisqu'il est intolérable d'interdire, la censure apparaît « comme une atteinte intolérable aux libertés publiques et individuelles, au premier rang desquelles les libertés de s'exprimer et de savoir »⁴⁸⁶

Mais la censure moderne, n'a pas besoin des censeurs, ce sont les journalistes eux-mêmes qui exercent une autocensure pour éviter les poursuites de tous ordres. Or, l'autocensure est

⁴⁸³ Interview avec la rédactrice en chef adjointe chargée de reportage de Canal Algérie Nora Akkak, *Op.cit.*

⁴⁸⁴ Interview avec le Rédacteur en chef de Canal Algérie Adel Boukhames, *Op.cit.*

⁴⁸⁵ Interview avec le directeur de l'information de la Chaîne 3 Hacene Meftahi, *Op.cit.*

⁴⁸⁶ Laurent Martin, Censure répressive et censure structurale : comment penser la censure dans le processus de communication ?, question de communication, 2009.

<https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/461>, le 5 avril à 17h30.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

qualifiée de «néfaste à la liberté de la presse en ce qu'elle repose sur le degré de résistance de chaque personne et induit des comportements incontrôlés et disparates ». ⁴⁸⁷

Dans ces deux médias (Canal Algérie et la Chaîne 3), mais surtout au niveau de la télévision la censure est pratiquée généralement sur l'énonciation journalistique, où elle est exercée par l'omission qui consiste à priver les téléspectateurs d'une information, et si possible, à ne même pas lui laisser deviner cette carence. Elle peut porter sur la totalité d'un fait. Pour l'illustration, on peut citer l'exemple de la distribution des logements. Ce média se focalise sur les heureux bénéficiaires et occulte les contestataires.

À force de pratiquer cette autocensure sur la pratique journalistique, avec le temps, elle rentre dans le quotidien des journalistes, comme un contrat tacite entre ces journalistes et leurs responsables. ⁴⁸⁸

Cette autocensure, est encore plus dangereuse, plus néfaste que la censure elle-même, étant plus ravageuse que la censure elle-même, du fait que le journaliste fond, à son corps défendant, dans un moule idéologique qui ne tolère aucun changement. «Formaté» à l'esprit du pouvoir en place, instrumentalisé, le journaliste ne sort pas des sentiers battus, de peur de déplaire au pouvoir, ⁴⁸⁹et se charge à son tour de structurer les pensées des téléspectateurs conformément aux orientations imposées.

2-6. La Doxa

Dans le traitement de l'information, Gregory Derville », ⁴⁹⁰explique que les journalistes sont influencés par l'environnement sociétal et idéologique qu'ils vivent et où ils exercent leurs métiers, ce qu'il appelle la « doxa ». Cette doxa influence directement le contenu journalistique. De ce fait, plusieurs sujets de société ne sont pas évoqués, considérés comme sujets tabous. Prenant par exemple, la maladie de sida, le traitement du sujet se fait généralement d'une manière superficielle, ni les journalistes, ni les intervenants « médecins », ne peuvent conseiller les jeunes par exemple à porter des préservatifs lors des rapports sexuels hors mariage. Le prétexte est que la société algérienne est musulmane et ce genre de pratique

⁴⁸⁷Alain Strowel, et François Tulkens, *Medias et droit*, CIACO, 2008, p39

⁴⁸⁸حكيم حمزاوي، مرجع سابق ص 233.

⁴⁸⁹Censure, autocensure : maladies des médias ? Entretien avec Michel Polac* Propos recueillis par Isabelle Veyrat-Masson, Cairn info, 2003/1, n°1 | pp213-222. <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2003-1-page-213.htm>

*Michel Polac est un journaliste de presse, de télévision et de radio français né le 10 avril 1930 à Paris et mort le 7 août 2012 à Paris.

⁴⁹⁰Gregory Derville, « le journaliste et ses contraintes », les cahiers du journalisme », n°6, Paris, 1999, pp153, 177.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

n'a pas lieu de se produire. Et pourtant, en 2016, les statistiques ont enregistré plus 1200 naissances hors mariage.⁴⁹¹

Le poids de la doxa pèse lourd, selon nous, sur le choix des sujets qui font l'agenda médiatique ; nous relevons dans ce contexte un phénomène sociétal, l'évangélisation qui relève de la liberté de culte qui a pris de l'ampleur en Algérie. Bien que ce phénomène ait suscité une grande polémique ces dernières années, il relève toujours du tabou, surtout dans les éditions des médias publics. Néanmoins, nous tenons à signaler cette exception où la journaliste Djaouida Azzoug de la radio Chaîne 3 a réalisé une enquête sur l'évangélisation en Algérie, diffusée le 5 mai 2008, sur les ondes de cette chaîne. Une enquête de deux heures, en investissant le terrain local, à travers les quatre coins du pays.

Par contre dans les éditions, nous signalons un mutisme devant ce phénomène qui est en train de prendre de l'ampleur en Algérie ; ces médias ne rapportent guère les soucis de cette frange de la société considérée minoritaire.

2-7. La traduction et le doublage

Les journalistes de ces deux médias d'expression francophone sont contraints de traduire les paroles des intervenants, au cas où celles-ci sont faites dans une autre langue. Nous avons mentionné plusieurs interventions doublées dans les éditions de ces deux médias.

Nous tentons dans ce contexte à expliquer la genèse du problème.

Lors des séminaires et des colloques, la plupart des interventions sont faites en langue arabe surtout sur les podiums, ce qui explique le grand nombre de doublages au sein des deux médias. Au niveau de Canal Algérie, le nombre des sonores doublés est plus considérable surtout dans les reportages envoyés par les stations régionales.

Pour le linguiste français, Georges Mounin,⁴⁹² la traduction « consiste à produire dans la langue d'arrivée l'équivalent naturel le plus proche du message de la langue de départ, d'abord quant à la signification puis quant au style. ». Nous observons ici, la primauté de la signification sur la forme, le style et l'expression. En tant que praticien, il privilégie la transmission du sens du texte source dans le texte.

⁴⁹¹ Ministre de solidarité, Mounia Mouslem. <https://www.algerie-focus.com/2017/02/hausse-nombre-enfants-nes-mariage-algerie-meres-celibataires-victimes-mariage-coutumier/>

⁴⁹² Georges Mounin in traduction et typologie des textes pour une définition de la traduction « correcte », oana Irina Durdureanu Université « Al. I. Cuza » Iasi. <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9808.pdf>. le 27 juillet à 18h00

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Paul De Maeseneer⁴⁹³ va dans le même sens, une bonne traduction pour lui est celle qui transpose un message d'une langue dans une autre. L'objectif de la traduction est de transmettre un message. Nous devons nous intéresser à la transposition non pas du sens de chaque mot pris séparément, mais de l'idée, de la signification, du message véhiculé par les mots. Après la traduction vient le doublage qui est le remplacement de la langue originale de tournage par une autre langue ou bien la transposition de ce sens dans la langue d'arrivée.

Le doublage représente une contrainte pour les journalistes de ces médias dans deux sens.

Premièrement, au niveau de la traduction : ce sont les journalistes eux-mêmes qui traduisent les sonores, généralement de la langue arabe vers la langue française. Sachant que la traduction procède ses techniques que les journalistes, sans doute, ne maîtrisent pas totalement.

Deuxièmement, au niveau du doublage, nous avons remarqué qu'au sein de Canal Algérie, plusieurs sonores des intervenants étaient doublés avec la même voix du journaliste qui lit le compte -rendu. Ceci provoque sans doute de la confusion chez le téléspectateur. Dans quelques éditions, nous avons remarqué même le doublage d'une parole d'un homme par une voix féminine. Le rédacteur en chef de cette chaîne justifie cette pratique par le manque de journalistes dans les différentes brigades.

Selon nous, cette contrainte ne constitue à aucun moment une justification pour cette pratique, qui sans doute touche à la crédibilité du journaliste et touche à l'éthique de la pratique journalistique.

2-8. Interview par téléphone

Cette contrainte concerne uniquement la radio, le recours à l'enregistrement par téléphone, des intervenants, initialement est acceptable dans le cas où l'événement s'est déroulé loin de la capitale où cette chaîne ne dispose pas d'un correspondant. Mais, cette pratique est récurrente par manque d'effectif. Le résultat de cette pratique, il fait surtout sentir au niveau technique où le son est considéré saturé à maintes reprises, ce qui ne donne aucune envie à l'auditeur de continuer à écouter les informations.

⁴⁹³ De Masenner, A vous l'antenne ! *Op.cit.*, pp, 207, 208.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Pour Bruno Cras, formateur au CFPJ et journaliste à Europe 1⁴⁹⁴, le recours à l'enregistrement par téléphone ne doit pas être effectué par la radio sauf en cas d'un évènement majeur, et cela pour préserver l'éthique de la mission d'information de la radio.

2- 9. Contrainte liée au temps de la fabrication du journal

Les éditions ont un temps de diffusion fixe. Elles sont considérées comme des rendez-vous sacrés. Le non-respect des délais expose les journalistes à des sanctions. Cette rigueur dans le respect des horaires de la diffusion des journaux d'information est liée tout d'abord au contrat de communication. Le public a l'habitude de suivre des informations aux horaires fixes. Le non-respect de ce timing engendre une crise de crédibilité chez le public et évidemment rupture du contrat de communication.

Cette contrainte pousse généralement les journalistes à travailler dans la précipitation afin de diffuser leurs sujets dans les éditions et éviter le ratage ; mais ceci ne se réalise pas sans engendrer de multiples défaillances surtout celles liées à la qualité du travail. Cette contrainte est visiblement plus lourde à la télévision, car la durée de la fabrication d'une édition nécessite plus du temps qu'à la radio.

⁴⁹⁴Stage de formation au niveau de CFPJ (France), 2012.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

Conclusion

Ci-après, nous récapitulons les principaux résultats de l'analyse du chapitre X lié aux dérives et aux contraintes de l'information.

L'idée générale qui ressort de l'analyse de ce chapitre est que les dérives informationnelles observées au niveau de ces deux médias sont dues à plusieurs contraintes.

Grille d'analyse n°5 : Dérives et contraintes de l'information au niveau de la Chaîne 3 et Canal Algérie.

1 Dérives

Critères d'analyse	Résultats de l'analyse	Comparaison entre Canal Algérie et Chaîne 3
1-Les sources	1-Les deux médias glanent les informations des sources des institutions de l'Etat. 2-La reprise des dépêches des agences de presse se fait selon la position politique de l'Algérie vis-à-vis des événements en question.	1-Repandre le discours de la source (institutionnel) est une dérive pour les deux médias. 2- la sélection des dépêches selon les orientations politiques est une dérive.
2-Le traitement de l'information	1-Le trop-dit : les sujets officiels sont très développés. 2- Le non-dit : les deux médias occultent quelques événements rapportés par la presse nationale. 3-Le mal-dit : -La hiérarchisation des sujets : les sujets officiels sont toujours à l'ouverture des éditions -L'orientation des sujets : le traitement souvent positif -La langue de bois par le biais des intervenants. -La reprise des chiffres ambigus avancés par les intervenants. -Les images du président montées. -Les experts sur les événements nationaux : une analyse positive.	1-Le trop dit est remarquable surtout au niveau de Canal Algérie. 2-Quelques événements sont rapportés par la Chaîne 3 et occultés par Canal Algérie. 3- le traitement positif des événements est une spécificité surtout de Canal Algérie. 4- La reprise du discours des officiels fait que les deux médias tombent dans des clichés et stéréotypes. 5- Des chiffres sans explication constituent une dérive au niveau des deux médias. Les experts sur les événements nationaux sont sélectionnés.
2-La dérive de la mission de service public	1-Les sujets officiels sont d'ordre de 59,67 % à Canal Algérie contre 56,60 % à la Chaîne 3. 2-A la Chaîne 3, les sujets de service public sont de l'ordre de 43,40% contre 40,33% à Canal Algérie.	1-Les deux médias échouent quant à leur mission de service public mais visiblement davantage pour Canal Algérie 2- Le contrôle de l'Etat sur la télévision est plus serré.

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

2-Les contraintes

Critères de l'analyse	Les résultats de l'analyse	Comparaison entre la Chaîne 3 et Canal Algérie
La ligne éditoriale	-Le cahier des charges des deux médias une contrainte majeure.	-Ces cahiers des charges représentent une contrainte pour les deux médias.
Le positionnement	-La majorité écrasante des sujets sont traités d'une manière (positive).	-La même contrainte pour les deux médias
Contrainte du genre	-Le compte-rendu s'impose au niveau des deux médias.	-La manière de gérer l'information en favorisant l'officiel impose cette contrainte.
Contrainte organisationnelle	-Manque d'effectifs au niveau des deux chaînes.	Le recrutement bloqué est une contrainte qui touche les médias publics en général.
Contrainte liée à la censure et autocensure	-Les deux chaînes subissent ce problème.	-Cette contrainte est plus épineuse au niveau de la télévision.
La doxa	-Plusieurs sujets sont occultés faute de la doxa.	-Cette contrainte touche les deux médias.
Traduction et doublage	-Le journaliste lui-même qui fait la traduction -Le doublage avec la même voix.	-Cette contrainte est plus aigüe au niveau de Canal Algérie où la majorité des sujets sont empruntés de la Chaîne terrestre.
Interview par téléphone	-Recours à cette pratique à cause du manque d'effectif.	-C'est une contrainte radiophonique.
Contrainte liée au temps de la fabrication du journal	-La précipitation pousse les journalistes à réaliser un travail moins perfectionné.	-Cette contrainte est plus ardue au niveau de la télévision.

À travers cette analyse, nous remarquons que parmi les dérives, les plus importantes pour nous sont celles liées essentiellement à la mission fondamentale de ces deux médias publics et pas de médias d'Etat. En commençant par les sources de l'information qui émanent des institutions de l'Etat et représentant plus de 50 % de leurs sources.

Ensuite, la dérive consiste dans le traitement des nouvelles où l'information est tantôt trop dite, tantôt mal dite ou encore non dite. Tout ça en véhiculant des messages explicites et implicites. Nous tenons à signaler qu'au niveau de la Chaîne 3, selon nous, les dérives sont moins visibles qu'à Canal Algérie, Ceci explique que l'état est plus resserré sur la télévision que sur la radio. Néanmoins, nous signalons que l'absence de quelques sujets

Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3

relevant de l'actualité sportive et internationale au niveau de Canal Algérie, ne relève à aucun moment de la censure, mais beaucoup plus de la construction interne de l'édition.

Concernant les contraintes qui entravent le bon déroulement de la pratique journalistique au sein de Canal Algérie et de la Chaîne 3, la plus épineuse, selon nous, est celle liée aux cahiers des charges, en l'occurrence les articles 12 et 17 relatifs à la télévision et à la radio algérienne.

La persistance de cette contrainte a pour effet néfaste, d'entraver gravement le principe de l'expression pluraliste de tous « les courants de pensée et d'opinion ». Il en résulte une non-prise en considération de la notion de respect de l'égalité de traitement des informations concernant tous les acteurs (toutes catégories et classes confondues) et toutes les tendances composant la société algérienne.

Les autres contraintes sont, pour la plupart, les conséquences de la première. Il serait impératif donc, de repositionner le contenu de ces documents à travers la mouvance démocratique contemporaine, afin de permettre aux journalistes algériens du secteur public de se responsabiliser, en s'engageant personnellement et en mobilisant le meilleur de leurs facultés dans ce domaine.

Résultats essentiels de l'étude empirique

Résultats essentiels de l'étude empirique

En faisant référence aux grilles d'analyse partielles exposées à la fin de chaque chapitre de la présente partie, nous avons dressé une grille d'évaluation globale récapitulant les principaux résultats de la recherche empirique laquelle sera commentée ci-après par nos soins, ce qui nous donnera l'opportunité de revenir sur nos hypothèses de recherches en vue d'une vérification globale.

1. Organisation de la rédaction et conception de l'édition

Critères d'analyse	Les résultats de l'analyse	Comparaison entre la Chaîne 3 et Canal Algérie.
1-La conférence de la rédaction	1-Les sujets d'ordre protocolaire sont favorisés dans les couvertures des deux médias 2-la conférence avec le directeur général a le dernier mot quant aux sujets à retenir dans les éditions.	-La feuille de route des sujets à couvrir est conçue par l'encadrement et les journalistes de la Chaîne3. -Au niveau de Canal Algérie, la feuille de route est centralisée.
2-La hiérarchisation des sujets	-la plupart des éditions donnent la primauté dans l'agencement des sujets à l'information protocolaire	1-Au niveau de Canal Algérie 26 éditions sur 28 ont ouvert avec l'information officielle. -Au niveau de la Chaîne 3, 20 éditions ont ouvert avec l'information protocolaire.
3-Les titres	-Les titres des informations officielles dominent au niveau des deux médias	-Les titres protocolaires sont plus dominants au niveau de Canal Algérie qu'à la Chaîne3.
4-La présentation	-Les deux médias se situent dans la période charnière entre la paléo et la néo.	-La présentation au niveau de la Chaîne 3 est plus interactive.

Résultats essentiels de l'étude empirique

2. Rubriques et sources

2-1. Les rubriques des éditions

Critères d'analyse	Les résultats de l'analyse	Comparaison entre Canal Algérie et Chaîne3
1-L'information politique.	<p>1-L'information politique domine le contenu des éditions des deux médias.</p> <p>2-Plus de 94 % de l'information politique est consacrée à l'information officielle ou bien protocolaire.</p> <p>3-L'information liée aux partis politiques occupe moins de 6 % de l'information politique.</p>	<p>1-L'information politique domine les éditions de Canal Algérie avec 32,62 % plus que la Chaîne3 (26,02).</p> <p>2-L'information concernant les partis politiques est moins visible au niveau de Canal Algérie.</p>
2-L'information économique.	<p>1-L'évènement économique occupe 23,18 % de la durée des éditions au niveau Canal Algérie contre 13,89 % au niveau de la Chaîne3.</p> <p>2-L'évènement économique est scindé en deux genres : l'évènement économique lié à l'actualité et l'évènement économique lié au développement local.</p>	<p>1-Canal Algérie devance la Chaîne 3 dans les sujets liés au développement local avec 21,97 % contre 13,89 % au niveau de la Chaîne 3.</p> <p>2-L'évènement économique illustre que le positif au niveau de Canal Algérie.</p> <p>-La Chaîne 3 donne de l'importance aux sujets économiques liés à l'actualité (factuelle).</p>
3-L'information Sociale.	<p>1-L'information sociale occupe 18,52 % au niveau de Canal Algérie contre 15,58 % au niveau de la Chaîne 3.</p>	<p>1-La qualité des sujets : au sein de Canal Algérie est généralement un fait déclaré par les pouvoirs publics. La hiérarchisation : Au niveau de la Chaîne 3, quand l'actualité s'impose l'évènement social prend la Une des éditions.</p>
4-L'information culturelle.	<p>1-L'information culturelle occupe un taux similaire au niveau des deux médias (9 %).</p> <p>2-Deux genres d'évènements culturels : -Informations liées à l'actualité.</p> <p>3-Des reportages sur le patrimoine culturel algérien</p>	<p>-La Chaîne 3 favorise l'information culturelle liée à l'actualité, par contre Canal Algérie mise sur les reportages sur le patrimoine.</p>
5-L'information sécuritaire.	<p>1-L'information sécuritaire occupe 9,79 % au niveau des éditions de Canal Algérie contre 4,41 % au niveau de la Chaîne3.</p> <p>2-L'information est scindée en deux genres : L'activité du général de corps d'armée, vice-ministre de la</p>	<p>-La reprise par Canal Algérie des comptes rendus réalisés par la Chaîne terrestre en intégralité. Par contre la Chaîne 3 se contente des brèves.</p>

Résultats essentiels de l'étude empirique

	défense nationale, chef d'Etat-major de l'armée nationale populaire Ahmed Gaid Salah. -Lutte contre le terrorisme.	
6-L'information internationale	-L'information internationale occupe 17,06 % des éditions de la Chaîne 3 contre 5,40 des éditions de Canal Algérie. -Le dossier du Sahara Occidental occupe au niveau de Canal Algérie 34,56 % de l'information internationale contre 14,73 % au niveau de la Chaîne 3.	-La Chaîne 3 favorise l'actualité qui marque la scène internationale. -Canal Algérie mise beaucoup plus sur la réaction des autorités officielles et des pays dont l'Algérie défend la cause.
7-L'actualité sportive.	-L'actualité sportive est représentée avec 12,08 % à la Chaîne 3 contre 1,39 % au niveau de Canal Algérie.	1-L'évènement sportif est marginalisé à Canal Algérie, alors que la Chaîne 3 favorise l'actualité sportive en l'imposant à la tête des éditions quand l'évènement s'impose.
8-L'information régionale.	-Elle représente 14,59 % à Canal Algérie contre 7,13 % au niveau de la Chaîne 3	1-La Chaîne 3 présente l'information régionale en événement factuel. 2-Canal Algérie fait dans la promotion du potentiel régional
9-La météo.	-Elle représente 1,39 % au niveau de la Chaîne 3.	1-La page météo passe à la fin de l'édition au niveau de Canal Algérie. 2-Au niveau de la Chaîne 3, une petite page à l'ouverture de l'édition suivie de la page détaillée à la fin de l'édition.

Résultats essentiels de l'étude empirique

2-2.Les sources

Grille d'analyse	Résultats de la recherche	Comparaison entre Canal Algérie et Chaîne 3
1-Institutions de l'Etat	Les sources officielles représentent plus de la moitié des sources de ces médias avec 56,51 % (Canal Algérie et 65,12 %) pour la Chaîne 3	-Les deux médias font dans la reproduction du discours des sources
2-Agences de presse	-21,64 % Canal Algérie et 29.77 % pour la Chaîne 3).	--La reprise de l'information agencière est plus forte à la Chaîne 3 traitant l'information internationale
3-Journalistes/ Reporters	21,85 % Canal et 5.42 % (Chaîne 3).	Les sources qui proviennent du terrain sont minimisées dans l'édition de 19h00 de la Chaîne3.

3-Les modes discursifs

Critères d'analyse	Résultats de la recherche	Comparaison entre les deux médias
1-Compte rendu	1-Il représente 54,27 % à Canal Algérie -Il représente 42,85 % à la Chaîne 3 2-Le compte- rendu en direct représente 1,47 % à Canal Algérie et 7,44 % à la Chaîne 3. 3-Le grand pourcentage des reportages concerne les sujets officiels.	1-les comptes rendus dominent les genres au sein des deux médias mais avec un taux moins élevé au niveau de la Chaîne 3 2-La Chaîne 3 favorise plus les comptes rendus en direct
2-Brèves	-Les brèves occupent 22,39 % à Canal Algérie contre 20,55 % à la Chaîne 3.	-Les deux médias misent sur les agences de presse surtout l'APS.
3-Interview	1-Il représente 26,61% des genres à la Chaîne 3 contre 7,44 % à Canal Algérie. 2-Le grand pourcentage des interlocuteurs représente les institutions de l'Etat.	1-La Chaîne 3 devance largement Canal Algérie par rapport à ce genre. 2-Canal Algérie préfère emballer les interviews dans des comptes rendus.
4-Reportage	1-Ce genre représente 15 % au niveau de Canal Algérie contre 4,16 % au niveau de la Chaîne 3. 2-Deux genres de reportages, reportage d'actualité et reportage magazine	1-Le reportage à la Chaîne 3 est diffusé généralement dans l'espace de l'heure de l'information. 2-Canal Algérie favorise le reportage magazine par contre la Chaîne 3 opte pour le reportage d'actualité. 3-Tous les reportages ne traitent que du positif
	1-Ce genre est représenté avec un taux de 5,84 % au niveau de la	1-La Chaîne 3 devance Canal Algérie dans ce genre.

Résultats essentiels de l'étude empirique

5-Analyse	Chaîne 3 contre 0,89 % au niveau de Canal Algérie. 2-L'analyse au niveau de la Chaîne 3 concerne surtout l'évènement international.	2-L'analyse concerne l'évènement international. 3-L'analyse de l'évènement national est négligée.
1-Evènement rapporté	-Il représente 83,44 % à Canal Algérie et 88,62 % à la Chaîne 3	-La Chaîne 3 devance légèrement Canal Algérie.
2-Evènement provoqué	Il représente 15,61 % Canal Algérie et 5,48 % à la Chaîne 3.	-Canal Algérie devance la Chaîne 3. En diffusant un grand nombre de reportages. Concernant les invités des éditions 0% pour les deux médias.
3-Evènement commenté	-Il représente 5,84% à la Chaîne 3 et 0,89 % à Canal Algérie.	-L'évènement commenté est minimisé au niveau des deux médias.

4. Les intervenants externes dans les éditions

La grille d'analyse	Les résultats de la recherche	Comparaison entre les deux médias
1-Hommes d'Etat et du gouvernement	1-Les Hommes d'Etat et du gouvernement constituent le grand pourcentage pour les deux médias (36 %). 2-L'éthos du président Abdelaziz Bouteflika (destruction de l'éthos). 3-L'éthos du premier ministre Abdelmalek Sellal (humour exagéré). 4-Contradiction de la parole des ministres (manque de crédibilité) 5-Le pourquoi de l'évènement (l'agenda quotidien)	-L'image est plus significative sur Canal Algérie.
2-Les représentants des institutions	1-Les institutions sont présentes avec 34.81% à Canal Algérie contre 29.89 % à la Chaîne 3. 2-Concepteurs des évènements(le dit rapporté). 3-Ils représentent le coté officiel du reportage.	-La même pratique au sein des deux médias.
3-Acteurs sociaux	1-Ils sont présents avec 16.95 % au sein de Canal Algérie contre 10.53 % à la Chaîne 3. 2-Ils sont sollicités dans les reportages	1-La parole des acteurs sociaux est décalée en deuxième lieu dans les reportages au sein de Canal Algérie 2-l'intervention de ces acteurs au niveau des deux chaînes est un décor. 3-La parole de revendication est occultée.

Résultats essentiels de l'étude empirique

4-Experts	<p>1-Les experts sont présents avec 16.36 % au sein de la Chaîne 3 et de 2,02 % au niveau de Canal Algérie.</p> <p>2-Experts algériens à Canal Algérie (événements occasionnels).</p> <p>3-Experts étrangers (événement international)</p>	<p>1-Analyse positive de l'évènement national au niveau des deux médias.</p> <p>2-Les grands événements Nationaux sont occultés de l'analyse.</p>
5-Société civile et citoyens	<p>1-Cette frange de la société est présente avec 9.32 % au niveau de Canal Algérie et 6.93 % au niveau de la Chaîne 3.</p> <p>2-Parole de réaction</p> <p>3-Pour étayer l'avis du responsable sur une question donnée.</p>	<p>- Le même traitement au niveau des deux chaînes.</p>

5-Dérives et contraintes de l'information

5-1. Dérives

Critères d'analyse	Résultats de l'analyse	Comparaison entre Canal Algérie et Chaîne 3
1-Les sources	<p>1-Les deux médias récoltent les informations des sources des institutions de l'Etat</p> <p>2-La reprise des dépêches des agences de presse se fait selon la position politique de l'Algérie vis-à-vis des événements en question.</p>	<p>1-Repandre le discours de la source (institutionnel) est une dérive pour les deux médias.</p> <p>2- la sélection des dépêches selon les orientations politiques au niveau des deux chaînes est une dérive.</p>
2-Le traitement de l'information	<p>1-Le trop-dit : les sujets officiels sont très développés.</p> <p>2- Le non-dit : les deux médias occultent quelques événements rapportés par la presse nationale.</p> <p>3-Le mal-dit :</p> <ul style="list-style-type: none"> -La hiérarchisation des sujets : les sujets officiels sont toujours à l'ouverture des éditions -L'orientation des sujets : le traitement souvent positif -La langue de bois par le biais des intervenants. - La reprise des chiffres ambigus avancés par les intervenants. -Les images du président montées -Les experts sur les événements nationaux : une analyse positive 	<p>1-Le trop dit est remarquable surtout au niveau de Canal Algérie.</p> <p>2-Quelques événements sont rapportés par la Chaîne 3 et occultés par Canal Algérie.</p> <p>3- le traitement positif des événements est une spécificité surtout de Canal Algérie.</p> <p>4- La reprise du discours des officiels fait que les deux médias tombent dans des clichés et stéréotypes.</p> <p>5- Des «chiffres sans explication » cela constitue une dérive au niveau des deux médias.</p> <p>6-Les experts sur les événements nationaux sont sélectionnés.</p>

Résultats essentiels de l'étude empirique

3-La dérive de la mission de service public	<p>1-Les sujets officiels sont d'ordre de 59,67 % à Canal Algérie contre 56,60 % à la Chaîne 3.</p> <p>2- Au niveau de la Chaîne 3, les sujets de service public sont de l'ordre de 43,40 % contre 40,33 % à la Chaîne 3.</p>	<p>1-Les deux médias échouent à leur mission de service public mais visiblement Canal Algérie encore plus.</p> <p>2- Le contrôle de l'Etat sur la télévision est plus serré.</p>
--	---	--

5-2.Les contraintes

Critères de l'analyse	Les résultats de l'analyse	Comparaison entre la Chaîne 3 et Canal Algérie
1-La ligne éditoriale	-Le cahier des charges des deux médias, une contrainte majeure.	-Ces cahiers des charges représentent une contrainte pour les deux médias.
2-Le positionnement	-95 % des sujets sont traités d'une manière (positive).	-La même contrainte pour les deux médias
3-Contrainte du genre	-Le compte-rendu s'impose au niveau des deux médias.	-La manière de gérer l'information en favorisant l'officiel impose cette contrainte.
4-Contrainte organisationnelle	-Manque d'effectifs au niveau des deux chaînes.	-Le recrutement bloqué est une contrainte qui touche les médias publics en général.
5-Contrainte liée à la censure et autocensure	-Les deux chaînes subissent ce problème.	-Cette contrainte est plus forte au niveau de la télévision.
6-La doxa	-Plusieurs sujets sont occultés faute de la doxa.	Cette contrainte touche les deux médias.
7-Traduction et doublage	<p>1-Le journaliste lui-même assure la traduction</p> <p>2-Le doublage avec la même voix</p>	-Cette contrainte est plus aigüe au niveau de Canal Algérie où la majorité des sujets sont empruntés à la Chaîne terrestre.
8-Interview par téléphone	-Recours à cette pratique à cause du manque d'effectif.	-C'est une contrainte radiophonique.
9-Contrainte liée au temps de la fabrication du journal	-La précipitation pousse les journalistes à réaliser un travail moins perfectionné.	-Cette contrainte est plus ardue au niveau de la télévision.

6. Discussion des résultats

Dans cette partie pratique nous avons essayé d'illustrer tout d'abord le processus de fabrication de l'édition depuis la conférence de la rédaction jusqu'à la présentation.

Dans ce processus, il ressort que l'information passe par plusieurs gatekeepers « portiers », avant sa diffusion. Commencant déjà par la conférence de la rédaction où le choix des sujets à couvrir favorise l'activité protocolaire.

Ce choix se renforce aussitôt dans la hiérarchisation des sujets où ce genre d'activité prend la tête de l'édition en ignorant les critères universels de la sélection de la nouvelle. Ni le principe de la déviance développé par Shoemaker, ni le critère de la saillance évoqué par Charaudeau, ni d'autres valeurs professionnelles validées ne sont pris en considération dans l'agencement des sujets. Le seul critère consiste à respecter la ligne éditoriale de ces médias. Ce problème est plus aigu encore au niveau de la télévision où nous assistons généralement à un agencement suivant la hiérarchie des institutions de l'Etat en commençant par les départements régaliens tels que la défense et l'intérieur en arrivant en dernier lieu aux ministères jugés moins importants tels que le tourisme ou la culture.

Cette manière de faire, de « noyer les sujets » concernant directement les citoyens en les privant de cette opportunité d'être classés à la « Une » des éditions, selon nous, est une atteinte aux valeurs de l'information, dans le sens où d'autres sujets concernant directement les citoyens ne sont pas envisagés par cette valorisation en prenant l'ouverture des éditions. L'actualité liée directement aux citoyens est présente dans les éditions des deux chaînes, mais elle est noyée et décalée en deuxième lieu après l'information officielle.

Restons toujours dans le processus des résultats de notre analyse quant à la présentation. Les pratiques de la paléo-télévision semblent toujours incarnées. Le présentateur est contraint de lire une liste d'informations officielles, où il doit adopter cette logique du sérieux. Mais en dehors de ce genre de sujets, nous avons observé cette tendance à manier le sérieux et le ton interactif.

Arrivant aux rubriques qui dominent les éditions, en premier lieu, nous avons observé l'insertion de l'information officielle dans toutes les rubriques, surtout les domaines, politique, économique et social, une dominance qui veut une présence de toutes les activités

Résultats essentiels de l'étude empirique

des autorités sur ces supports médiatiques, ces derniers ne faisant donc qu'une reproduction de leur discours.

Dans toutes les rubriques, la couverture des sujets se concentre surtout sur le concepteur de l'événement et non pas sur l'événement lui-même. Ce qui nous donne de ces images un défilé des officiels tout au long des éditions, surtout au niveau de la télévision.

En deuxième lieu, nous avons constaté que l'information internationale et sportive est mieux considérée et développée au niveau de la Chaîne 3 qu'au niveau de Canal Algérie sous prétexte que l'information officielle occupe la grande partie du journal. À notre sens, ceci est une atteinte à la diversité des thématiques inscrites dans la mission de service public des médias.

Concernant l'information internationale diffusée sur Canal Algérie, la majorité des dossiers mettent l'accent sur la politique extérieure de l'Algérie, en rappelant la position du pays vis-à-vis des événements internationaux et en négligeant l'évènement lui-même.

À travers ce genre de traitement, nous apercevons que même dans l'information internationale, l'Etat est présent ; d'abord par le choix du sujet à traiter et puis par l'introduction de la réaction ou bien de la position algérienne vis-à-vis de ces événements.

La retransmission des comptes- rendus en direct sur Canal Algérie est presque inexistante, car on favorise des sujets préenregistrés de manière à mieux contrôler les propos des journalistes et des intervenants externes.

La présence du direct au sein de la Chaîne 3 concerne surtout la culture et le sport en minimisant les interventions inhérentes aux sujets politiques.

Les résultats de notre recherche révèlent aussi que c'est la ligne éditoriale de ces médias qui définit le genre journalistique que les informations vont adopter. La suprématie de l'événement rapporté est en l'occurrence le compte- rendu sur les autres genres et elle est expliquée par la manière de gérer l'information au quotidien au sein de ces deux médias de façon à couvrir toutes les activités des officiels.

Quant au reportage, sa présence est minime au sein des deux chaînes. Et sa meilleure position au niveau de Canal Algérie par rapport à la Chaîne 3 est sans importance étant donné que ces reportages tracent toujours un tableau positif de tous les secteurs.

Résultats essentiels de l'étude empirique

Le commentaire et la chronique, sont deux genres qui ont marqué leur absence dans les éditions des deux médias où aucune présence de ces deux genres n'est signalée même si l'évènement est d'une grande ampleur.

Nous relevons cependant l'absence des invités en direct dans les journaux des deux médias pour commenter les informations. De ce fait, l'évènement provoqué concernant ce genre est visiblement ignoré.

Quant aux sources, les deux médias, Canal Algérie et la Chaîne 3, glanent la majorité de leurs informations des canaux officiels, ce qui explique la reproduction du discours des sources de ces médias. En revanche les sources recherchées par le journaliste lui-même sont très modestes. Ceci est expliqué par le verrouillage des sources d'investigation et de l'enquête à l'égard des journalistes si l'initiative est déjà autorisée.

Les résultats de notre analyse ont révélé que les intervenants officiels dominant l'agenda médiatique des deux médias à travers des déclarations sur leurs activités quotidiennes. Leurs paroles prennent toujours la tête de la hiérarchie des éditions même si elles ne véhiculent aucune information qui nécessite de l'intérêt. Toutes les paroles médiatisées sont orientées vers un seul but : « tout va bien » dans tous les secteurs et ceci, selon nous est considéré comme une atteinte à l'éthique de l'information.

Dans ce sens, nous avons analysé l'éthos du président de la République Abdelaziz Bouteflika et celui du Premier ministre Abdelmalek Sellal. En démarrant à partir de leurs apparitions et de leur discours, nous sommes arrivés à conclure que les deux personnages sont sans grande crédibilité vis-à-vis du public. La parole contradictoire de quelques ministres détruit encore profondément cette crédibilité.

Concernant les acteurs sociaux, la société civile et les citoyens, leur représentation dans ces médias est considérée comme accessoire ; on ne leur tend le micro que quand le besoin nécessite de meubler un reportage avec des voix différentes, mais qui portent un seul discours, sélectionné et orienté vers le « positif ».

Suite à ce résultat nous arrivons à confirmer notre deuxième hypothèse qui est :

« L'actualité liée directement aux citoyens est modestement présente dans les éditions des deux chaînes et elle est placée en deuxième lieu après l'information officielle ».

À travers notre analyse, nous avons mentionné quelques dérives dans la fabrication des éditions et parmi ces dérives, la plus importante pour nous, est celle liée essentiellement à la vraie mission de ces deux médias publics qui est de transmettre haut et fort la voix de l'Etat

Résultats essentiels de l'étude empirique

en ignorant la voix du public. Il ressort de notre analyse que le grand pourcentage des sujets concerne l'information officielle ; par contre les sujets de service public sont toujours décalés en deuxième rang.

En arrivant à ce résultat, nous confirmons notre première hypothèse secondaire qui est la suivante : « Les médias publics audiovisuels en Algérie semblent favoriser l'information officielle en détriment de celle concernant directement le citoyen, et la notion de « service public » est interprétée par ces médias de « (service de l'Etat) ».

D'autres dérives constituent aussi dans les sources de l'information qui émanent majoritairement des institutions de l'Etat, et représentent plus de 50 % des sources de ces deux médias.

Une autre dérive dans le traitement des nouvelles où l'information est parfois trop-dite, parfois mal dite ou encore non- dite.

Le trop-dit, nous l'avons mentionné, concerne surtout l'information officielle, où les nouvelles de ce genre sont très détaillées sans apporter une valeur ajoutée à l'information de base.

Tout cela en véhiculant des messages explicites et implicites. Cette pratique, selon nous, est une atteinte aux fondamentaux de l'éthique de l'information.

Le non-dit apparaît surtout dans ce mutisme imposé sur quelques sujets. Cette politique est exercée par les responsables de ces médias afin d'occulter les sujets qui dérangent à leurs yeux. Nous avons observé l'occultation de plusieurs sujets qui font l'agenda de l'actualité nationale.

Le mal dit englobe cette manière de fabriquer les éditions où nous avons constaté des dérives dans la hiérarchisation et l'orientation des sujets. Tous les sujets n'illustrent que le bon côté des choses comme les réalisations et les acquis sociaux. La langue de bois domine surtout le discours des intervenants en reprenant les paroles des officiels.

L'exploitation des images à des fins bien déterminées est une autre dérive que nous avons illustrée. Fabriquer et maquiller les images dans les éditions de l'information, à notre avis n'est pas seulement une simple dérive, mais une atteinte majeure à l'éthique qui vise à tromper le public.

Résultats essentiels de l'étude empirique

Le choix des experts est une autre dérive, dans le sens où Canal Algérie fait rarement appel à eux et dans les rares cas où elle leur fait appel, ces derniers sont briefés de manière à « caresser dans le sens du poil ». La Chaîne 3 n'analyse que l'événement international en négligeant l'événement national.

Concernant les contraintes qui entravent le bon déroulement de la pratique journalistique au sein de Canal Algérie et la Chaîne 3, nous avons tenté de présenter quelques-unes parmi tant d'autres. Le manque d'effectifs, la censure et l'autocensure, la contrainte temporelle, etc. Ce sont des entraves qui pèsent lourd sur la pratique journalistique de ces deux médias. Et la contrainte la plus épineuse, selon nous est celle liée au cahier des charges, en l'occurrence les articles 12 et 17 relatifs à la Télévision et Radio algérienne. Et malgré ces entraves, les journalistes de la radio et la télévision, à travers un combat quotidien, tentent de lever cette mainmise de l'Etat sur ces médias publics en passant des informations jugées utiles pour le public sans se référer à chaque fois aux responsables pour avoir leur avis. Cette pratique est répandue surtout au niveau de la Chaîne 3 et la radio en général où l'état de l'Etat sur ce média est moins resserré. De ce fait, nous confirmons notre troisième hypothèse secondaire qui est : « Entre la volonté de répondre aux exigences de service public et le respect de la ligne éditoriale de ces médias, les journalistes sont dans l'obligation de faire l'équilibre entre les deux impératifs ».

Dans le processus de notre recherche, dans la comparaison entre les deux médias Canal Algérie et la Chaîne 3, nous relevons ce qui suit :

1-Concernant la hiérarchisation des sujets, la Chaîne 3 se démarque de temps en temps par des ouvertures concernant d'autres sujets d'actualité en dehors de l'activité officielle.

2-En évoquant le registre de la présentation, les deux médias tentent d'adopter une posture moderne basée sur l'interactivité. Néanmoins la Chaîne 3, favorise plus ce ton qui est intrinsèquement lié au média radio.

3-Les dossiers internationaux sont mieux cernés, par cette même chaîne, en contactant par ailleurs, des spécialistes et observateurs à l'étranger concernés par les domaines de l'actualité du moment.

4-L'actualité sportive est fortement prise en compte au niveau de la Chaîne 3.

Résultats essentiels de l'étude empirique

Quant aux dérives, nous tenons à signaler qu'au niveau de la Chaîne 3, selon nous, elles sont moins considérables qu'à Canal Algérie. Les sujets du service public sont plus présents à la Chaîne 3. Ceci explique que l'état est plus resserré sur la télévision que sur la radio.

Pour illustrer cette hégémonie de l'Etat sur les médias publics en Algérie, nous avons assisté en achevant cette thèse, au mutisme de la Télévision et de la Radio algérienne au sujet des manifestations du 22 février (Hirak, 2019) contre le cinquième mandat du Président Abdelaziz Bouteflika.

Le JT de 20h 00 de l'ENTV de ce jour du 22 février a ignoré l'un des événements politiques les plus importants de ces dernières années où des milliers de citoyens sont sortis dans les rues de la capitale et dans d'autres wilayas. Les journalistes des médias publics ont reçu des instructions de ne rien dire au moment où les réseaux sociaux ont montré en simultané le déroulement des manifestations. Seule l'agence de presse APS a balancé une dépêche à 19 :43, en minimisant l'ampleur de ces manifestations.⁴⁹⁵ Voici une partie de cette dépêche :

« Alger- Plusieurs centaines de citoyens, des jeunes pour la plupart, se sont rassemblés après la prière du vendredi à Alger et dans d'autres régions du pays pour appuyer des revendications d'ordre politique, a-t-on constaté sur place.

Encadrés par un dispositif sécuritaire renforcé, les manifestants brandissaient des drapeaux et des banderoles sur lesquelles on pouvait lire "oui à la justice", "marche pacifique" et "changement et reformes". Les manifestants ont également demandé au président sortant de renoncer à sa candidature à un nouveau mandat.

Les forces de sécurité ont bloqué tous les axes et rues adjacents menant vers la Place du 1er Mai afin d'empêcher les manifestants d'y affluer en provenance des quartiers environnants, etc. ».

Certes, aucune partie n'a fourni les chiffres de la participation à ces marches, mais les vidéos et les photos partagées sur les réseaux sociaux montrent clairement que des millions de personnes étaient, dans les rues d'Alger, et dans d'autres wilayas du pays pour exprimer leur rejet du 5ème mandat.

Au niveau de la radio nationale, la journaliste Meriem Abdou, rédactrice en chef de la Chaîne 3 de la Radio nationale, a décidé de démissionner de son poste. « J'ai décidé, moi Meriem Abdou, de déposer, dès demain, ma démission de mon poste de rédactrice en chef, membre de l'encadrement de la Chaîne 3. Je refuse catégoriquement de cautionner un comportement qui foule aux

⁴⁹⁵<http://www.aps.dz/algerie/85979-manifestations-a-alger-et-dans-plusieurs-wilayas-pour-appuyer-des-revendications-d-ordre-politique>.

Résultats essentiels de l'étude empirique

pieds les règles les plus élémentaires de notre noble métier », a-t-elle écrit dans un post publié le 22 février 2019 sur sa page Facebook.⁴⁹⁶

Il fallait attendre cinq jours après, soit le 27 février pour que la radio commence à fournir des informations sur les manifestations, et ce après que le collectif des journalistes des différentes chaînes de la radio I, II, III et RAI a exprimé son opposition au diktat de leur direction qui impose une couverture partielle de l'actualité politique. Ces journalistes de la radio ont même adressé une lettre, au directeur de l'ENRS, Chaâbane Lounakel ; les professionnels de ces médias publics lui demandent de clarifier leur statut et leur dire s'ils sont des journalistes étatiques ou de service public. Même les journalistes de la télévision publique algérienne ont organisé un sit-in devant le siège de l'EPTV le 27 février, pour dénoncer la couverture médiatique de ces manifestations ; ils ont eux aussi adressé une lettre au directeur général de l'EPTV. Dans ce courrier, les journalistes, les techniciens et les réalisateurs ont exprimé leur refus d'être « l'outil » utilisé pour « dissimuler ou manipuler » les informations.

Suite à ce constat amer de l'exercice des médias publics, une refonte générale de la notion de « service public » est préconisée ; d'ailleurs, c'est la proposition fondamentale de la majorité des journalistes et professionnels des médias que nous avons interviewés ; ils recommandent plusieurs points, entre autres :

- aller vers une nouvelle philosophie avec de nouvelles méthodes et pratiques journalistiques en s'inspirant des expériences réussies à l'étranger et en hissant la communication nationale respectant d'une manière générale les standards internationaux.

- Bannir les injonctions politiques

-élaboration d'une loi ou d'un code qui effacerait les traces des anciennes lois.

-Accorder un intérêt particulier à la formation des journalistes.

-Prendre en charge toutes les revendications socioprofessionnelles des journalistes

-Une refonte totale du travail au sein des rédactions.

Nous concluons que la télévision publique en particulier et les médias publics en général constituent en premier lieu et avant tout un enjeu politique depuis leur récupération en 1962

⁴⁹⁶Arab Chih, Journal liberté, 23 février 2019. <https://www.liberte-algerie.com/actualite/meriem-abdou-demissionne-de-la-redaction-en-chef-de-la-chaîne-iii-310111>.

Résultats essentiels de l'étude empirique

jusqu'à nos jours (2019). De ce fait, nous confirmons notre hypothèse principale : « les médias publics audiovisuels constituent un enjeu politique, renfermant une très grande charge symbolique et émotionnelle intégrée dans la conscience collective des Algériens, comme les premiers vecteurs de l'information sur la guerre de libération nationale. De ce fait, ces médias sont considérés comme des institutions de souveraineté qui ne doivent pas échapper au contrôle systématique de l'Etat, et ceci explique la domination d'un discours officiel, qui est jugé incompatible à la mission de service public et des règles de l'éthique et de la déontologie de l'information ».

Redynamiser la mission de l'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel (ARAV), comme organe indépendant est une question fondamentale dans la refonte de service public des médias qui consiste à garantir l'objectivité et la transparence et à veiller au respect de l'expression plurielle des courants de pensée et d'opinion dans les programmes de la radio et la télévision notamment lors des émissions d'information politique et générale.

Dans ce cadre, cet organe(ARAV) a le devoir d'initier et d'encourager les opérations de sondages et de mesure d'audience auprès des téléspectateurs.

La grande réforme, selon nous, pour améliorer le service public de l'audiovisuel, est de changer la perception de l'Etat sur ces médias considérés jusqu'ici comme des atouts de propagande. Elle doit commencer par une refonte des cahiers des charges de la radio et des télévisions considérées comme dépassés car ils ne répondent plus aux exigences actuelles de la société algérienne. Ensuite donner la chance aux jeunes journalistes d'exercer leur métier dans un climat de liberté d'expression et les faire sortir du carcan du journaliste fonctionnaire. De cette manière, les journaux télévisés surtout, vont sans doute regagner leur crédibilité.

Dans ce sens, nous constatons que les textes réglementaires qui abordent la mission des médias publics sont abondants particulièrement ceux qui traitent de l'éthique et de la déontologie, ces dernières restant sans aucune application sur le terrain. L'idéal, selon nous, est que des chartes soient élaborées par les journalistes eux-mêmes afin de protéger la profession. Nous plaidons aussi pour la création de chaînes gouvernementales qui servent à revaloriser les institutions de l'Etat et la libération des médias publics.

Conclusion générale

Conclusion générale

À travers cette recherche, nous nous sommes attelés à étudier le discours d'information des médias publics audiovisuels en Algérie. L'objectif principal de cette étude était de lever le voile sur le discours de ces médias par des procédés analytiques et comparatifs. Ces médias publics étaient censés initialement présenter un produit informationnel dont le credo est le service public. Une confusion majeure a pendant longtemps caractérisé la vraie mission de ces médias publics. Nous assistons à une interprétation ambiguë même de la part de quelques responsables et journalistes de ces médias qualifiant ces derniers de médias d'Etat. Ce constat est le résultat de la mainmise de l'Etat sur ces médias qu'il considère toujours comme des institutions de souveraineté qui ne doivent pas échapper à son contrôle. De ce fait, les vraies missions assignées à ces médias sont ignorées et négligées. Ces médias publics se retrouvent donc à jouer le rôle des porte- paroles des pouvoirs politiques en reproduisant leur discours. Un discours confectionné et fabriqué de manière à n'illustrer souvent que le « positif ». À travers ces médias publics, accaparés par l'Etat, comme nous l'avons constaté, on diffuse un discours déformé qui est en déphasage avec le vécu des citoyens. Dans la logique de cette réalité, il est évident qu'il existe un contenu latent, implicite, un sens caché derrière le contenu manifeste, explicite du discours informatif de ces médias. Les chaînes publiques s'attellent à défaufiler en filigrane, dans l'imaginaire du public une représentation d'un pouvoir fort, solide, maîtrisant les événements et possédant une haute notion des intérêts de la nation et ceux de l'ensemble des citoyens algériens. L'état est encore plus resserré sur la télévision considérée par l'Etat comme la courroie de transmission du pouvoir officiel. La radio, elle aussi est contrôlée, mais à un degré moindre ; elle est décalée en deuxième lieu derrière la télévision. Toute l'importance est donnée à l'image en voulant la maîtriser et l'orienter de manière à façonner une opinion publique sur- mesure. Ce n'est ni le manque de compétence, ni l'absence de professionnalisme qui sont derrière cette image terne des JT au niveau de la télévision. C'est uniquement cette gestion directe et administrée par l'Etat qui oriente le traitement des informations au sein de l'établissement public de la Télévision (EPTV). Le paradoxe est que plusieurs journalistes de la Chaîne 3 de la Radio nationale travaillent comme collaborateurs au sein de la rédaction de Canal Algérie. Avec presque le même effectif, nous assistons à un traitement différent de l'information. Ceci explique clairement cette règle de « deux poids deux mesures » dans la gestion de ces médias. À l'aune des nouvelles technologies de l'information et la multiplication des journaux électroniques (en ligne) et l'immédiateté des nouvelles, surtout avec l'essor de ce journalisme citoyen qualifié par Ignacio Ramonet de cinquième pouvoir, il devient impératif de passer à un autre mode de

Conclusion générale

management des médias publics. Le nouveau mode de management doit tenir compte du fait que le citoyen aujourd'hui est alimenté quotidiennement par une multitude d'informations grâce aux nouveaux médias sur Internet. C'est la raison pour laquelle les médias publics audiovisuels doivent opérer un repositionnement qui leur permettra de jouer leur vrai rôle de service public en se présentant comme un podium où les idées s'expriment en toute liberté, un forum où circulent l'information, les opinions et la critique avec des programmes qui doivent refléter la diversité des intérêts du public. La qualité et le cachet particulier des programmes se manifestent avec cette touche d'innovation et de création de nouveaux créneaux en jouant le rôle de locomotive dans l'univers de l'audiovisuel.

Cette mission ne peut être accomplie sans les critères de l'éthique fondés sur l'intérêt général où l'un des premiers devoirs des journalistes est de diffuser une information qui soit d'intérêt public. Cela veut dire que l'information doit être utile pour toutes les catégories de la société ; elle doit leur servir à mieux connaître leur environnement social, à comprendre la politique de leur pays de façon à les aider à porter des jugements sur les événements qui ont un impact réel sur le déroulement de leur vie quotidienne.

Cet objectif ne peut être atteint sans une information objective qui répondra aux critères de l'éthique et de la déontologie du journalisme. Une information objective qui se soucie de la rigueur et de l'exactitude. Les journalistes doivent être neutres dans leur travail et sans parti-pris.

Mais malheureusement, le constat est autre au sein de la Radio et la Télévision algérienne. Ces médias sont toujours gérés avec des cahiers de charges obsolètes(1991) conçus dans un contexte spécifique où l'Algérie a adopté la nouvelle Constitution(1989) qui a instauré pour la première fois le pluralisme politique. De ce fait, ces cahiers des charges ne répondent guère ni au contexte actuel du pays ni aux préoccupations des citoyens. Avec la gestion actuelle, ces médias lourds sont en décalage avec leur mission essentielle de service public. Cette faille mène sans doute à la rupture du contrat de la communication entre le public et ces médias de service public comme cela a été évoqué par Patrick Charaudeau. Dans ce contexte, nous rappelons l'expression des jeunes commentant ironiquement le contenu des JT de la télévision nationale « On aimerait tous vivre dans l'Algérie des JT de 20 heures».⁴⁹⁷ Ces derniers toujours convaincus de la «non-partialité» de ces médias publics qui font constamment les louanges des réalisations de l'Etat.

⁴⁹⁷Sofia Ouahib, Ce qu'on ne voit pas à la télévision, El Watan, 3 mai 2019. <https://www.elwatan.com/edition/actualite/ce-quon-ne-voit-pas-a-la-tele-03-05-2019>

Conclusion générale

Ces médias sont façonnés par une situation d'autocensure de manière à construire et à orienter des événements sous différents angles d'attaque, tout en les proposant comme reflet de ce qui se passerait réellement dans l'espace public.

La mainmise des pouvoirs publics sur ces médias pèse lourdement sur le quotidien des journalistes, car ils se trouvent muselés devant des événements censés être médiatisés. Le verrouillage des sources d'information est une pratique qui bloque le travail des journalistes en les rendant incapables de prendre l'initiative de réaliser des reportages où bien des enquêtes qui pourraient divulguer des anomalies dans la gestion des différents secteurs en jouant complètement ce rôle du quatrième pouvoir.

Dans ce climat, les journalistes se trouvent dans une situation contradictoire entre ce que stipulent les lois sur l'information et la pratique au quotidien de leur métier.

Cette situation convient aux notions du « champ » et « l'habitus » avancé par Bourdieu.

Ce champ représente le milieu professionnel de ces deux médias gérés par les lois et des textes. Un champ est aussi un espace de domination et de conflits. De ce fait, les journalistes interagissent dans des « champs de forces » pour obtenir des acquis.

L'habitus forme les conduites ordinaires. Il les rend automatiques et impersonnelles, et se voit reproduit par chacun des acteurs leur permettant le maintien de manière conjoncturelle, en reproduisant le discours officiel d'une manière machinale avec des stéréotypes refoulés et boudés par le public.

Dans l'absence des sondages fiables, nous ne pourrions pas mesurer l'ampleur du recul du public de ces médias, mais la chose que nous pouvons confirmer, c'est que ces médias ne représentent plus la première source d'information du grand public. Ce public qui puise l'information de différentes sources mêmes si ces dernières ne sont pas toujours crédibles.

Délimités par notre problématique de recherche, nous n'avons pas cette opportunité d'étudier la réception de ces médias à travers un sondage d'opinion, ce champ étant tellement important surtout dans la conjoncture actuelle.

Cette recherche n'a pas pu aussi aborder tous les médias publics pour plusieurs raisons. La première contrainte est liée aux considérations méthodologiques. Il fallait limiter le champ de notre recherche de manière à être bien précis.

Le deuxième facteur concerne cette crainte de réaliser un travail superficiel face à un corpus large et hétérogène. Étudier encore la presse écrite publique et l'agence de presse APS, selon nous, cette manière de faire pourrait nous donner un aperçu probablement plus exhaustif, mais contraint à une superficialité du traitement.

Conclusion générale

De ce fait, les résultats de notre recherche portant sur le discours de Canal Algérie et la Radio Chaîne 3, nous donnent juste un aperçu sur le discours diffusé par les médias publics audiovisuels sans être exhaustif. Le champ de l'audiovisuel public ces dernières années est multiple et où la télévision nationale est dotée de cinq chaînes. La radio nationale est arrivée aussi à implanter une station de radio locale dans chaque wilaya, venues renforcer les quatre chaînes de la radio nationales ainsi que les chaînes thématiques.

En réalisant notre thèse, nous avons constaté à quel point la recherche concernant le champ de l'audiovisuel en Algérie est toujours vierge. Peu d'ouvrages relatent l'histoire et la pratique de ces médias, surtout concernant l'information. La responsabilité incombe en premier lieu aux professionnels qui peuvent transmettre leur savoir-faire et leurs expériences au sein de ces médias pour le grand public. Car personne ne peut décrire les pratiques professionnelles comme les journalistes qui travaillent au sein de ces médias.

Le problème qui se pose avec ces médias audiovisuels est que jusqu'à présent, ils sont considérés comme jeunes, novices par rapport à la date de leur nationalisation (28 octobre 1962). De ce fait, la première génération des journalistes et producteurs même les techniciens de ces médias, la plupart ne sont pas diplômés ; ils ont acquis le savoir-faire de la profession par la pratique en travaillant avec les Français pendant la période coloniale. De nos jours, la majorité de ces professionnels sont partis en retraite ou décédés. Quant à la deuxième génération des professionnels elle représente ces universitaires munis des diplômes intégrant ces médias dans les années quatre-vingts et quatre-vingt-dix. C'est à cette génération qu'incombe la responsabilité d'écrire sur ces médias en rapportant les témoignages de ces anciens avant que cette première génération ne disparaisse. Ce travail ne peut être complet sans la touche des académiciens qui peuvent s'étaler davantage sur les études de la réception et d'analyse.

Analyser le discours des médias publics audiovisuels ou privés en Algérie est un champ considérablement nouveau. Des recherches peuvent être effectuées sur le traitement médiatique du « Hirak 2019 », mouvement qui rentre dans l'histoire de l'Algérie contemporaine. Nous avons observé pendant les premiers jours de ce mouvement comment, sous pression incessante, les médias publics n'ont pas pu accomplir leur mission de service public. Mais après la démission du président Abdelaziz Bouteflika et le sit-in des journalistes de la radio et de la télévision, nous avons constaté un semblant d'ouverture, mais quelques jours après les pouvoirs publics ont repris leur contrôle surtout sur la télévision.

Cette Révolution pacifique pour le changement a mis en évidence l'incapacité d'accompagner les Algériens dans leurs préoccupations.

Conclusion générale

Les médias audiovisuels privés sont aussi victimes de l'absence de liberté d'expression qui ne leur a pas permis d'occuper, un tant soit peu, le terrain abandonné ou délaissé par les médias publics.

Dans ce climat de marasme et de confusion, il est évident qu'on assiste à des discours contradictoires. L'intervention de l'autorité de régulation de l'audiovisuel (ARAV) est indispensable pour mettre les garde-fous.

Le moment est venu pour que les médias publics et privés se mettent au diapason des changements qui s'opèrent en Algérie sur tous les plans accompagnés de celui des technologies de l'information et de la communication.

Références bibliographiques

Les ouvrages en français

- Ahcene- Djaballah Belkacem. (2005). *La com. dans tous ses états*. Oran: Dar El Gharb.
- Agnès Yves (2008). *Manuel de journalisme*. Paris : La découverte.
- Ameey Patrick (2003). *La parole à la télévision*. Paris : L'Harmattan.
- Ancer Ahmed (2001). *Encre rouge, le défi des journalistes algériens*. Alger : Editions El Watan.
- Andreas Freund (1991). *Journalisme et mésinformation*. France : La pensée sauvage.
- Arnault Mercier (1996). *Le journal télévisé*. Paris : Presses des Sciences Po.
- Aubenas Florance, Benasayag Miguel(1999), *la fabrication de l'information*. Paris : La découverte.
- Aurélien Leclerc, Guay Jaques (1997). *L'entreprise de presse et le journaliste*. Canada Presses de l'université du Québec.
- Bediar Tahar (2011). *L'ouverture de l'audiovisuel en Algérie ?* Alger : éditions Houma.
- Bensalah Mohamed (2014). *L'espace algérien : lorsque le civisme de l'information fait cruellement défaut, cinquante ans de medias algériens : histoire, réalités et défis de liberté d'expression*.in 50 ans de médias algériens. Algér : Editions Les Amis De Abdelhamid Benzine.
- Berger Peter, Luckmann Thomas (1986). *La construction sociale de la réalité*. Paris : Aramand Colin.
- Bernier Marc-François (2004). *L'éthique et déontologie du journalisme*. Canada : Les presses de l'université de Laval Sainte-Foy.
- Bonville Jean (2000). *L'analyse de contenu des médias : De la problématique au traitement statistique*. Paris : De Boeck.
- Bourdieu Pierre (1984). *Questions de sociologie*. Paris : Les éditions de Minuit.
- Bourdieu Pierre(1996).*Sur la télévision*. Paris : Raisons d'agir édition.
- Bourdon Jérôme (2005). *Une télévision sans service public*. Paris : Médiamorphoses.
- Brabant Stéphane (2012). *Le reportage à la télévision*. Paris : CFPJ.
- Brahimi Brahim (1989), *Le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie*. Paris : L'Harmattan.

Références bibliographiques

- Brahimi Brahim (2012). *Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie*. Alger : ENAG édition.
- Brahimi Brahim, (2002). *Le droit à l'information à l'épreuve du parti unique et l'état d'urgence*. Alger : édition SAEC Liberté.
- Breton Philippe, Proulx Serge (2012). *L'explosion de la communication*, 4eme édition. Paris : La découverte.
- Brunet J. Patrick (2001). *L'éthique dans la société d'information*. Canada : Les presses de l'université de Laval.
- Charaudeau Patrick (1997). *Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social*. Paris : Nathan.
- Charaudeau Patrik,Lochard Guy,Soulages Jean-Claude,Fernandez Manuel ,Croll Ann(2001).*La télévision en guerre, déformation ou construction de la réalité ? le conflit en Bosnie (1990-1994)*. Bruxelles :De Boeck Université.
- Charaudeau Patrick (2005). *Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours*, 1ere édition. Paris : De Boeck.
- Charaudeau Patrick(2005).Le discours politique, les masques du pouvoir :Vuibert
- Chartier Lise (2003). *Mesurer l'insaisissable, Méthode d'analyse du discours du presse*. Canada : Presses de l'Université du Québec.
- Cheurfi Achour (2010). *La presse algérienne (genèse, conflits et défis*. Alger : Casbah éditions.
- Civard-Racinais Alexandrine(2003).*La déontologie des journalistes, principes et pratiques*. Paris :Ellipses Editions Marketing S.A.,
- Cornu Daniel (2009). *Journalisme et vérité*. Genève : éditions Labor et Fides.
- De Bussière Michele,M adel Cécile,Ulmann-Mauriat(dir),(1999)*Radios et télévision au temps des  v nements d'Algerie,1954-1962* :L'Harmatan.
- De Maesneer Paul (1992). *A vous l'antenne*. Paris : Nouveaux Horizons.
- Derieux Emmanuel (2015). *Droit des médias*, 7eme édition. Paris : Lextenso  ditions.
- Dorna Alexandre, Quellien Jean, Simonnet Stephane, Lefébure Thierry (dir) (2008). *L'influence par la parole, la propagande : images, paroles et manipulation*. Paris : L'Harmattan.
- Freund Andreas (1991). *Journalisme et mésinformation*. Paris : La pensée sauvage  ditions.
- Gauriat Laurent, Cuoq Joël (2016). *Journaliste radio*. Paris : Presses universitaires de Grenoble.
- Grawitz Madeleine (1990). *Méthodes des sciences sociales*. Paris : Dunod.

Références bibliographiques

- Grevisse Benoit (2010). *Déontologie du journalisme*. Bruxelles : De Boeck.
- Huyghe François Bernard (2005). *Comprendre le pouvoir stratégique des médias*. Paris : Eyrolles.
- Ihddaden Zahir (2012). *L'information en Algérie, de 1965 à 1982*. Alger : OPU.
- Irigoyen William(2014).*Jeter le JT*. Paris : Editions François Bourin
- Jeanneney Jean Noel (2001). *Une histoire des médias*. Paris : édition Le Seuil.
- Jespers, Jean-Jacques (2009).*Journalisme de télévision*. Bruxelles : De Boeck
- Jost François (2007). *Introduction à l'analyse de la télévision*, 3eme édition. Paris : ellipses.
- Kerbrat Orecchionni Kerbrat (2009). *Discours en interaction*. Paris : Armand Colin.
- Khelifi Mustapha (2005). *Algérie, reconstruire le service public de télévision*. Alger : Images éditions.
- Kovach Bill, Rosenstiel(2004).*Principes du journalisme*. Paris : Nouveaux horizons.
- Lagardette Jean –Luc Martin (2005). *Le guide de l'écriture journalistique*. Paris : La découverte.
- Lagardette, Jean-Luc Martin (2006), *l'information responsable : un défi démocratique*(Paris) éditions Charles Léopold Mayer.
- Lamizet Bernard(1999).*Histoire des médias audiovisuels*. Paris : Edition marketing S.A
- Lamizet Bernard (2013). *Le langage politique, discours, images, pratiques*. Paris : Ellipses.
- Lochard Guy Lochard (2005). *L'information télévisée*. Paris : Vuibert.
- Luckmann Thomas,Berger Peter (2014).*La construction sociale de la réalité*. Armand Colin
- Maingueneau –Dominique(2009). *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris : éditions Le Seuil.
- Maingueneau Dominique (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Colin.
- Manier Paul Stéphane (2011). *Le journalisme audiovisuel*. Paris : Ina éditions
- Martin Vincent (2014). *Journalisme radio, la pratique au quotidien*. Paris : CFPJ éditions.
- Mazière Francine (2005). *L'analyse du discours*. Paris : Presses universitaires de France.
- Mercier Arnaud (1996). *Le journal télévisé*. Paris : Presses des sciences po.

Références bibliographiques

- Missika Jean Louis (2006). *La fin de la télévision*. Paris : éditions Le Seuil.
- Mostefaoui Belkacem (2013). *Médias et liberté d'expression en Algérie, repères d'évolution et éléments d'analyse critique*. Alger : El Othmania.
- Orecchionni Kerbrat (2009). *Discours en interaction*. Paris : Armond Colin.
- Pinto Eveline (dir),(2007).*Pour une analyse critique des médias*. Paris : Editions de croquant
- Ramonet Ignacio (1999). *La tyrannie de la communication*. Paris : éditions Galilée.
- Ricalens -Philippe (dir), (2003). *La manipulation à la française*. Paris : Economica.
- Ringoot Roselyne et Utard Jean Michel (dir), (2009). *Les genres journalistiques, savoir et savoir-faire*. Paris : L'Harmattan.
- Ringoot Roselyne Ringoot, Rochard Yves (2005). *Proximité, Mots, les langages politique*. Lyon(France): ENS éditions.
- Ringoot Roselyne (2014). *Analyser le discours de presse*. Paris : Armand Colin.
- Riocreux Ingrid(2016).*La langue des médias*. Paris : Editions l'Artilleur.
- Sandré Marion (2013). *Analyser les discours oraux*. Paris: Armand Colin.
- Sarfati Georges-Elia (2005). *Eléments d'analyse du discours*. Paris : Armand Colin.
- Soulages jean Claude (dir),(2015).*L'analyse de discours, sa place dans les sciences du langage et de la communication*. France : Presses Universitaires de Rennes.
- Stéphane Paul (2011). *Le journalisme audiovisuel*. Paris : INA éditions.
- Strowel Alain et Tulkes François (2008). *Medias et droit*. Bruxelles : CIACO.
- Theodoros Koutroubas, Lits Marc (2011). *Communication politique et lobbying*. Bruxelles : De Boeck.
- Valette Jean-Paul (2000). *Service public à la Française*. Paris : Ellipses éditions marketing.
- Volkoff Vladimir , (2001). *Désinformation par l'image*. Paris : Editions du Rocher
- Volkoff Vladimir (2002). *Le mot et la chose, revue panoramiques*. Paris : éditions Corlet Narianne.
- Wolton Dominique(2004).*La télévision au pouvoir*. France :Encycloedia universalis.

Références bibliographiques

Xavier Alix François- (1997). *Une éthique pour l'information de Gutenberg à l'internet*. Paris : L'Harmattan.

Webographie

Adam J.M (1997, Juin). *Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite*. *Pratique*, 94. 2018. http://pratiques-cresef.fr/p094_ad1.pdf, 10aout

Allemand Laetitia et Oullion Jean-Michel (2005). *Les grandes questions des médias : enjeux et stratégies des médias contemporains*. Paris : L'Étudiant.
https://books.google.dz/books/about/Les_grandes_questions_des_médias.html?id=7Vb7Ufg_ldAC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Aloy Elise et L'évêque François (1997). *La définition, les outils d'évaluation et de financement du service public en situation de concurrence ouverte*. Capitale : Cerna.
<https://www.yumpu.com/fr/document/read/31275908/la-definition-les-outils-devaluation-et-de-financement-du-cerna>

Beauchamp Michel et Watine Thierry (dir) (2006). *Médias aux milieux francophones*. Canada : Les presses de l'université LAVAL.
<https://books.google.dz/books?id=DLtBDs3YJpgC&printsec=frontcover&dq=Médias+aux+milieux+francophones&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwjA5L3cjfviAhX8BWBHSA3BrQQ6AEIKDA#v=onepage&q=Médias%20aux%20milieux%20francophones&f=false>

Bernier Marc-François (2005). *L'ombudsman de radio-canada*. Canada : Les presses de l'université LAVAL.
https://books.google.dz/books?id=Fp1sEJ9_aAMC&printsec=frontcover&dq=L'ombudsman+de+radio-canada&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwjG2fHwjfviAhUKxoUKHYilB9IQ6AEIKjAA#v=nepage&q=L'ombudsman%20de%20radio-canada&f=false

Bernier Marc-François (2007, mars). Équité et dignité pour justiciables face aux intérêts commerciaux des médias. *Le magazine philosophique Médiante*, Vol 1, n°2. Université d'Ottawa.
<http://crej.ca/archives/equite.html>

Bonnafous, Malika Temmar (2007). *Analyse du discours et sciences humaines*. Paris, éditions Ophrys.
[https://books.google.dz/books?id=VQkLdxPdorgC&pg=PA71&dq=Bonnafous,+Malika+Temmar+\(2007\).+Analyse+du+discours+et+sciences+humaines.+Paris,+%C3%A9ditions+Ophrys.&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiY8_rftiAhXECOWKHWC7Be8Q6AEIKjAA#v=onepage&q=Bonnafous%2C%20Malika%20Temmar%20\(2007\).%20Analyse%20du%20discours%20et%20sciences%20humaines.%20Paris%2C%20%C3%A9ditions%20Ophrys.&f=false](https://books.google.dz/books?id=VQkLdxPdorgC&pg=PA71&dq=Bonnafous,+Malika+Temmar+(2007).+Analyse+du+discours+et+sciences+humaines.+Paris,+%C3%A9ditions+Ophrys.&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiY8_rftiAhXECOWKHWC7Be8Q6AEIKjAA#v=onepage&q=Bonnafous%2C%20Malika%20Temmar%20(2007).%20Analyse%20du%20discours%20et%20sciences%20humaines.%20Paris%2C%20%C3%A9ditions%20Ophrys.&f=false)

Brin Colette, Charon Jean et Bonville Jean (2004). *Nature et transformation du journalisme, théories et recherches empiriques*. Canada : Les Presses de l'université de LAVAL.

Références bibliographiques

https://books.google.dz/books/about/Nature_et_transformation_du_journalisme.html?id=5Vokfj_svosC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Charron Jean (1995). Les médias et les sources, Les limites du modèle de l'agenda-setting. *Hermès*, 3 n° 17-18, 73-92. C.N.R.S. Editions.
https://books.google.dz/books/about/Les_Journalistes_les_médias_et_leurs_so.html?id=2eYjPQ_AACAAJ&redir_esc=y.

Dorna Alexandre, Quellien Jean, Simonnet Stephane (dir) (2008). *L'influence par la parole, la propagande : images, paroles et manipulation*. Paris : L'Harmattan.
https://books.google.dz/books/about/La_propagande_images_paroles_et_manipula.html?id=9_U-PFDb_QEC&source=kp_book_description&redir_esc=y.

Gingras Anne Marie (2009). *Medias et démocratie, le grand malentendu*, 3eme édition. Canada : Presses de l'université du Québec.

Colette Brin, Jean Charron, Jean de Bonville (2004), *Nature et transformation du journalisme: théorie et recherches empiriques*, Canada : Presse de l'université Laval.
https://books.google.dz/books?id=5Vokfj_svosC&printsec=frontcover&dq=Brin+Colette+nature+et+transformation.

Jacquemin Marc, Bruno Frère Bruno (dir) (2008). *Epistémologie sociologie, paradigmes pour le XXI siècle*, 1ère édition. Bruxelles : De Boeck.
https://books.google.dz/books/about/Épistémologie_de_la_sociologie.html?id=Z9bOD5CQXwoC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Leclerc-Aurélien, Guay Jaques (1997). *L'entreprise de presse et le journaliste*. Presses de l'université du Québec.
https://books.google.dz/books?id=YvEXmxB78joC&printsec=frontcover&dq=L'entreprise+de+presse+et+le+journaliste&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEWjzqZyuv_vAhVCURoKHUeYDh0Q6AEIKjAA#v=onepage&q=L'entreprise%20de%20presse%20et%20le%20journaliste&f=false

Lemieux Cyril (2010). *Le président élu par les médias, regard sociologique sur la présidentielle*. Paris : Les presses des mines.

https://books.google.dz/books?id=EOQ-gvDHJQgC&pg=PA11&dq=Le+président+élu+par+les+médias&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwiAg52_v_vAhVOZ4UKHfkhAM4Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Le%20président%20élu%20par%20les%20médias&f=false

Mathien Michel (1992). *Les journalistes et le système médiatique*. Paris : Hachette.
<https://books.google.dz/books?id=5FvGQgAACAAJ&dq=Mathien+Michel+les+journalistes+et+le+syst%C3%A8me+m%C3%>

Références bibliographiques

Payette Dominique, Brunelle Anne-Marie (2007). *Le journalisme radiophonique*. Canada : Les Presses de l'université de Montréal. <https://books.google.dz/books?id=A-g0PQAACAAJ&dq=Le+journalisme+radiophonique&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEWjx4cOhxfviAhUOyx0KHbIOBT0Q6AEIKDAA>

Raymond Corriveau Guillaume (1950). *L'information la nécessaire perspective citoyenne*. Québec : Presses de l'université de Québec. https://books.google.dz/books?id=JuG2-tCrDgYC&pg=PA32&dq=L%27information+la+nécessaire+perspective+citoyenne&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEWj32_XRv_vAhUQxYUKHel3CX4Q6AEIKDAA#v=onepage&q=L'information%20la%20nécessaire%20perspective%20citoyenne&f=false

Stoffaes Cristian (1995). *Publics questions d'avenir*. Paris : éditions Odile Jacob. <https://books.google.dz/books?id=ff2AUVfzY0EC&pg=PA423&dq=Publics+questions+d%27avenir&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEWjw5f-5xfviAhUKTBoKHVZmAkoQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Publics%20questions%20d'avenir&f=false>

Ouvrages et articles en anglais

A.Cramer Peter, (2011). *Controversy as News Discourse*. Nexw York: Springer. <https://books.google.dz/books?id=RyH84cjrpxcC&pg=PA75&dq=Controversy+as+News+Discourse&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEWiovvPYxfviAhVDyoUKHZrKDaMQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Controversy%20as%20News%20Discourse&f=false>.

Bass Abraham (1969). *Redefining the gatekeeper's concept : A UN. Radio case study, journalism*. London : Quarterly.

Bedmarek Monika, Caple Helen (2017). *The discouse of news values*. USA : Oxford university Press. <https://books.google.dz/books?id=ODTjDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=The+discourse+of+news+values&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEWifzMenxvviAhULBWMBHUpmA-EQ6AEIKzAA#v=onepage&q=The%20discourse%20of%20news%20values&f=false>

Berger Peter, Luck Mann Thomas (1966). *The Social Construction of Reality*. USA : Doubleday and company Inc. <https://books.google.dz/books?id=Jcma84waN3AC&dq=The+Social+Construction+of+Reality&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEWj7wo24xvviAhVLQRoKHRsaDZgQ6AEIKzAA>

Christ Roberts (2009). *Gate keeping theory :an evolution*. USA : The university of south Carolina.

Scannel Paddy (2007). *Media and communications*. USA: Sage publications.

Références bibliographiques

Tesch Renate (2013). *Qualitative research: analysis types and software tools.*, London and New York: Routledge

Thaddeus Delaney John, February (2010). 7th 1852, *Times in the media and political processus.* London: Sage publications INC

Van jik Teun (2009). *Discourse and power.* New York, Palgrave, Macmillan.

Vand jik Teun (1985). *Discourse and communication. New approaches to the analysis of mass media discourse.* New York : Academia Press,

Vand jik Teun (1988). *A News as discours,* Routledge, New York et London. IM LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS 1988 Hillsdale, New Jersey Hove and London.

Wilson John (2006). *Understanding journalism, a guide to issues.* London and New York : Routledge

Ouvrages en arabe :

القادر نور، شاهد علي ميلاد صوت الجزائر ذوات وحقائق، دار هومة، الجزائر، 2000.ع
محمد بوضياف، الأحزاب السياسية واجتمتع المدني في الجزائر، دار اعلماهد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

Articles scientifiques :

Achard-Bayle Guy (2006). Textes, discours et co(n)textes. *Pratiques*, n°129,130, 20-49.

Addi Lahouari (2006, mars). Les partis politiques en Algérie. *Revue des mondes musulmans.* <https://journals.openedition.org/remmm/2868>. Consulté 12/01/2019.

Addi Lahouari (2016, février). Révision constitutionnelle-Algérie- : "Une façon de constitutionnaliser l'autoritarisme, Hassina Mechai, publié le 8/2/2016, http://afrique.lepoint.fr/actualites/revision-constitutionnelle-algerie-lahouari-addi-une-facon-de-constitutionnaliser-l-autoritarisme-08-02-2016-2016300_2365.php. Consulté 19/12/2018.

Amossy Ruth (2014). L'ethos et ses doubles contemporains, perspectives disciplinaires. *Langage et société*, 3 (n°149), 13-30. <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe--3-page-13.htm>. Consulté 30/03/2018.

Barry Ousmane (Sans date). Les textes de méthodologie, les bases théoriques en analyse du discours. <http://www.chaire-mcd.ca/p2>. Consulté le 24/01/2016.

Références bibliographiques

Benoit Grevisse (2003). Légitimité, éthique et déontologie. *Hermès*, n°35. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2003-1-page-223.htm#>. Consulté le 23/04/2016.

Berg Anne-Catherine, Anne-Wagner Michael (2015). Principes de Gouvernance pour les médias de service public. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Legal-Focus-Gov-Prin_FR.pdf. Consulté le 10/02/2017.

Bernier Marc-François (2003). *L'éthique et la déontologie comme élément de la légitimité du journalisme*. Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest. <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic>. Consulté le 25/06/2017.

Blanchet Phillipe (2017). in IMPLICITE, PRÉSUPPOSÉ ET SOUS-ENTENDU / IMPLICIT, Studii și cercetări filologice. Seria Limbi Străine Aplicate, <http://scf-lsa.info/wp-content/uploads/2017/04/4-IVAN-Mirela-1.pdf>. Consulté le 28/07/2018. Bourdieu Pierre (1996). Journalisme et éthique. *Cahier du journalisme*, n°1. <http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/Bjournal.html>. Consulté le 02/03/2018.

Bourdon Jérôme. Le direct : une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccomplie. In: *Réseaux*, volume 15, n°81, 1997. Le genre télévisuel. pp. 61-78. DOI : <https://doi.org/10.3406/reso.1997.2886>. Consulté le 13/01/2019.

Charaudeau Patrick, « Des Catégories pour l'Humour ? », *Questions de communication* [En ligne], 10 | 2006. <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7688>. Consulté le 23/06/2018.

Charaudeau Patrick (2007). Le discours politique ou le pouvoir du langage. www.franparler-oif.org/images/stories/.../charaudeau_ciep. Consulté le 13/12/2018

Charaudeau Patrick (2009). Une éthique du discours médiatique est-elle possible ? *Revue Communication*, Vol.27, n°2. Québec, Éditions Nota Bene. <http://www.patrick-charaudeau.com/Une-ethique-du-discours-mediatique.html>. Consulté le 04/01/2016.

Charaudeau Patrick (2011). Que vaut la parole d'un chroniqueur à la télévision ? L'affaire Zemmour, comme symptôme d'une dérive de la parole médiatique. *Réseaux*, 135-161. <http://www.patrick-charaudeau.com/Que-vaut-la-parole-d-un.html>. Consulté le 10/12/2018.

Charaudeau, Patrick (2011). Une éthique du discours médiatique est-elle possible ? <https://journals.openedition.org/communication/3066>. Consulté 14/06/2017.

Charron Jean (1995). Les médias et les sources, Les limites du modèle de Y agenda-setting, *Hermès* n°17-18, 73-92. <https://doi.org/10.4267/2042/15209>. Consulté 16/08/2017.

Charron, Jean, De Bonville Jean (2003) Le paradigme journalistique : usage et utilité du concept. <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic>. Consulté le 12/03/2016.

Références bibliographiques

Chevalier Jaques (2010). Essai sur la notion juridique de service public, <https://www.u-picardie.fr/curapp-revues/root/7/chevallier.pdf>. Consulté le 10/10/2015.

Croll Anne, Ould Tayeb Nacer. Presse gouvernementale et presse dite « indépendante » en Algérie : quelles différences ?. In: *Mots*, n°57, décembre 1998. Algérie en crise entre violence et identité, sous la direction de Lamria Chetouani et Maurice Tournier. pp. 72-89. DOI : <https://doi.org/10.3406/mots.1998.2386>. Consulté le 02/03/2016.

Delforce Bernard (1996). La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens. *Les cahiers du journalisme*, n°2, 16-32. http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/02/02_DELFORCE.PDF. Consulté le 23/05/2017.

Delforce Delforce, « Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication* [En ligne], 6 | 2004. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.4345. Consulté le 15/07/2018.

DiDry Claude (2005). Léon Duguit ou le service public à l'action. *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n°52-3, 88-97. https://www.researchgate.net/publication/280811998_Leon_Duguit_ou_le_service_public_en_action_in_LE_SERVICE_PUBLIC_L'ECONOMIE_LA_REPUBLIQUE_1780_-_1960_Dossier_prepare_par_Michel_MARGAIRAZ_et_Olivier_DARD_Michel_MARGAIRAZ_Olivier_DARD_Introduction_REV. Consulté le 25/09/2015.

Djefafla Daoud (2012). Quel avenir pour la télévision de service public en Algérie à l'ère numérique ? *Revue sciences humaines et société*, vol 1, n°3, 3-43. <http://revues.univ-biskra.dz/index.php/fshs/article/view/69>>. Consulté le 15/01/2015.

Driss Cherif (2012). La nouvelle loi organique sur l'information de 2012 en Algérie : vers un ordre médiatique néo-autoritaire ? *L'Année du Maghreb*, <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/1506>. Consulté le 17/06/2017.

Driss Cherif (2017). Algérie 2016 : Révision constitutionnelle sur fond de normalisation de l'impunité. *L'Année du Maghreb* [En ligne], 17 | 2017. <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/3286>. Consulté le 20 février 2018.

Éric George (1998, février). Service public de la télévision et marchandisation de la communication. *Sciences de la société*, n° 43, 147-163. http://aix1.uottawa.ca/~egeorge/textes_enligne/marchandisation_tele.pdf. Consulté le 18/08/2016.

Références bibliographiques

Gilles Gauthier, « Critique du constructivisme en communication », *Questions de communication* [En ligne], 3 | 2003. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7502. Consulté le 23/07/2017.

Gauthier Gille (2004). Journalisme et réalité : l'argument constructiviste. *Communications langages*, n°131. https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2004_num_139_1_3248. Consulté le 20/06/2015.

Gauthier Gilles (2004), la vérité : visée obligée du journalisme. *Printemps*, n°13, 168,169. http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/13/10_Gauthier.pdf. Consulté le 14/02/2016.

Gautier Gilles (2005). La réalité du journalisme. *Communication* [En ligne], Vol. 23/2.. DOI : 10.4000/communication.4120. Consulté le 09/02/2017.

Géze François et Kettab Sahra (2004). Comité Justice pour l'Algérie Les violations de la liberté de la presse. *Dossier n° 7*. https://www.algerie-tpp.org/tpp/pdf/dossier_7_presse.pdf. Consulté le 12/03/2018.

J. Maarek Philippe (1989). Le message télévisé a-t-il besoin du discours politique ? *Mots. Les langages du politique*, 23-41. https://www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1989_num_20_1_1484. Consulté le 29/12/2018.

Jean-Sébastien Pilczer (2010). La notion de service public. Cairn. Info n°158, 6-9. <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2010-2-page-6.htm?contenu=article>. Consulté le 7/12/2015.

Judith Lazar (2005). Variation sur le malentendu ambiguïté, Ignorance, déformation. Cairn.info, (vol.7), Paris, 109-118. <https://www.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2005-1-page-109.htm?contenu=article>. Consulté le 15/08/2017.

Jeanneney, Jean-Noël; Ferro, Marc; Veyrat-Masson, Isabelle; Missika, Dominique (2001). L'histoire à la télévision : Quels supports ? Quelles écritures, Quels dispositifs. *Médiamorphoses*, INA, Bry-sur-Marne (FRA). <http://hdl.handle.net/2042/22382>. Consulté 23/08/2015.

Laurent Martin, « Censure répressive et censure structurale : comment penser la censure dans le processus de communication ? », *Questions de communication* [En ligne], 15 | 2009. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.461. Consulté le 03/12/2019.

Lazar Judith, Guy Lochard, Jean-Claude Soulages, Manuel Fernandez et Anne Croll (2005). Variation sur le malentendu ambiguïté, Ignorance, déformation. <https://www.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2005-1-page-109.htm>. Consulté le 13/06/2017.

Léveque Sandrine (2013), « Cadrage médiatique et production journalistique du genre », *Genre, sexualité & société* [En ligne], Hors-série n° 2. DOI : 10.4000/gss.2624. Consulté le 10/01/2019.

Références bibliographiques

Macé Éric (1992). De l'acte d'énonciation et l'expérience de réception de la télévision du pauvre : Sociologie du « public participant » : une relation « enchantée » à la télévision, *Hermès*, 11-12. https://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=HERM_011_0159. Consulté le 14/02/2019.

Maingueneau Dominique (2002). L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours, "Problèmes d'ethos". *Pratiques*, n° 113-114. <http://dominique.maignueneau.pagesperso-orange.fr/pdf/Ethos.pdf>. Consulté le 18/02/2019.

Maingueneau Dominique (2012, Octobre). Argumentation et analyse du discours. *Revue électronique du groupe ADAAR 15*. https://www.jstor.org/stable/27889375?seq=1#page_scan_tab_contents. Consulté le 18/04/2018.

Marc-François Bernier (2010, mai). *Les enjeux éthiques du journalisme en milieu minoritaire francophone au Canada*. Colloque à l'université d'Ottawa, Canada. <http://crej.ca/publications/Bernier.pdf>. Consulté le 16/08/2016.

Maria Margherita Mattioda (2009). Euphémismes et atténuation du dire dans la presse économique spécialisée : l'exemple du domaine de l'emploi, synergie Italie, revue, numéro spécial, 73-83. <https://gerflint.fr/Base/Italie-special/mattioda.pdf>. Consulté le 12/10/2018.

Martin Laurent (2009). Censure répressive et censure structurale : comment penser la censure dans le processus de communication ? *Question de communication*, <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/461>. Consulté le 05/04/2017.

Martin Stéphane (2004). Vérité et objectivité journalistique. *Les cahiers du journalisme*, n°13. http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/13/09_Martin.pdf. Consulté le 18/11/2017.

Mehel Dominique (2008). La télévision de l'intimité, pp 265-279. <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2008-1-page-265.htm?contenu=resume>. Consulté le 12/02/2019.

Merah Aissa (2009). Les sujets sociaux dans les médias en Algérie. Pour une sociomédiatique professionnelle. <http://journals.openedition.org/communiquer/322>. Consulté 20/02/2019.

Moumouni Charles (2003). L'image de l'Afrique dans les médias occidentaux, une exploration par le modèle de l'agenda setting. *Les cahiers du journalisme*, n°12. http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/12/10_Moumouni.pdf. Consulté le 08/04/2017.

Teniou Afef, Bentorki Azzeddine (2014). Réformes de l'administration publique algérienne : travers du passé et leçons internationales. *Revue Dirassat Iqtissadia*, n°:01. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/11183>. Consulté le 12/12/2017.

Têtu Jean François (2004). La radio un média délaissé. *Hermès*, 38, 63-69. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-63.htm>. Consulté le 29/03/2018.

Références bibliographiques

Tudoret Patrick. La Paléo-Télévision : une nouvelle fenêtre sur le monde. In: *Quaderni*, n°65, Hiver 2007-2008. L'ambivalence du mythe de l'ORTF. pp. 93-101.
DOI : <https://doi.org/10.3406/quad.2007.1832>. Consulté le 31/03/2017.

UNESCO (2005). *La radiotélévision de service publique, une sélection de bonnes pratiques*, Première édition. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141584_fre. Consulté 23/12/2017.

Veron Eliseo (1986). Il est là, il me regarde, il me parle. *Revue communication, énonciation et cinéma*, 98-120. https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1983_num_38_1_1570. Consulté le 10/01/2019.

Veyrat-Masson Isabelle (2003). Censure, autocensure : maladies des médias ? Le Temps des médias 2003/1 (n° 1), pages 213 à 222. https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=TDM_001_0213&download=1. Consulté le 26/01/2019.

Wander Emediato, « L'argumentation dans le discours d'information médiatique », *Argumentation et Analyse du Discours*, 7 | 2011. DOI : 10.4000/aad.1209_ Consulté 07/08/2018.

Wolfe Tom, (1989). Vanité du journalisme. Chantal de Grand pré. <https://www.erudit.org/en/journals/liberte/1989-v31-n2-liberte1461324/60501ac.pdf>. Consulté le 16/09/2017.

Articles de presse :

Ben Abdel Aziz Mourane (2018, 9 mars). Subventions de l'Etat, font-elles vraiment plus de bien que de mal. <https://www.liberte-algerie.com/espaceslibres/subventions-de-letat-font-elles-vraiment-plus-de-bien-que-de-mal-288413>. *Liberté*. Consulté le 10/12/2018.

Faycel Métaoui, (2017, 27 décembre). Entretien avec Farida Sellal, ne touchez pas à mon honneur. <https://www.tsa-algerie.com/entretien-avec-farida-sellal-ne-touchez-pas-a-mon-honneur/>. *TSA*. Consulté le 25/02/2019.

Mohamed Mouloudj (2016, 1 juillet). Fuite des sujets du BAC 2016, un complot contre Benghabrit ? <https://www.liberte-algerie.com/actualite/un-complot-contre-benghabrit-248685>. *Liberté*

Ouahab K (2016, 21 décembre). Les habitants des 400 logements en colère. <https://www.liberte-algerie.com/actu-alger/les-habitants-des-400-logements-en-colere->. *Liberté*
Sans auteur, La présidentielle pas une si mauvaise blague (2014, 27 février) <https://www.elwatan.com/archives/magazine-archives/la-presidentielle-pas-une-si-mauvaise-blague->. Consulté le 20/01/2019.

Références bibliographiques

Sans signature, Meriem Abdou de la chaîne 3 honorée, (2013, 5 octobre) <https://www.elwatan.com/edition/culture/meriem-abdou-de-la-chaîne-3-honoree-05-10-2013>. *Journal El Watan*. Consulté le 19/04/2018

Selmani Charef (2018, 5 janvier). Importation des véhicules Discours-contradictaires des ministres https://www.reflexiondz.net/IMPORTATION-DES-VEHICULES-Discours-contradictaires-des-ministres_a49879.html. Consulté 10/01/2019.

S.H (2014, 17 mars). Quand les blagues de Sellal provoquent la colère des algériens. <https://www.liberte-algerie.com/actualite/quand-les-blagues-de-sellal-provoquent-la-colere-des-algeriens-202789>. *Liberté*. Consulté 13/12/2018.

Youcef Maallemi (2017, 19 Septembre). L'Algérie a un répit de seulement trois ans pour changer de cap. <https://afrique.latribune.fr/think-tank/entretiens/2017-09-19/l-algerie-a-un-repit-de-seulement-trois-ans-pour-changer-de-cap-750705.html>. *La tribune*. Consulté 5/03/2019.

Discours

Discours du président de la république Abdelaziz Bouteflika le 14 avril 2011 à Sétif.

Message du président de la république Abdelaziz Bouteflika à l'occasion du 54^{ème} anniversaire de l'indépendance, le 4 juillet, 2016. <http://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20160704/82617.html>.

Reportages

Reportage (2016, 2 juillet). Hogra jusqu'à la Harga : les dirigeants algériens vus par les habitants de Barbès. <https://www.youtube.com/watch?v=rQwAC8kz9nQ>. *Focus TV*,

Colloques

Colloque nationale sur la numérisation de la radio, 6 janvier 2011, Sétif.

Chelouche Mohamed (2014, 16 décembre). La radio Algérienne, genèse et processus.

Sans Nom (2018, 13 décembre). Gaïd Salah : « L'ANP est sur le point de venir à bout définitivement du terrorisme ». *Journal El Watan*

Chartes, lois et rapports

Cahier des charges, décret exécutif n°91-101 du 20 avril 1991, portant concession à l'établissement public de télévision, des biens domaniaux des prérogatives et des activités inhérentes au service public de la télévision.

Décret exécutif n°16-222 du 11 août 2016, portant cahier des charges générales fixant les règles imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore.

Décret exécutif n°91-102 du 20 avril érigeant l'entreprise nationale de radiodiffusion sonore en établissement public de radiodiffusion sonore.

Décret exécutif n°16-220 du 8 Dhou El Kaâda 1437 correspondant au 11 août 2016 fixant les conditions et les modalités de mise en œuvre de l'appel à candidature pour l'octroi de l'autorisation de création d'un service de communication audiovisuelle thématique.

Décret exécutif n°91-102 du 20 avril 1991, érigeant l'entreprise nationale de radiodiffusion sonore en établissement public de radiodiffusion sonore. Journal officiel de la République algérienne N19, cahier des charges.

Décret exécutif n°91-100 du 20 avril 1991 érigeant l'entreprise nationale de télévision en établissement public à caractère industriel et commercial de télévision.

La loi n° 82-652 (France) du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.

Loi n° 90-07 du 3 avril 1990 relative à l'information, (N° JORA : 014 du 04-04-1990).

Loi n14-04 du 24 Rabie Ethani 1435 correspondant au 24 février 2014 relative à l'activité audiovisuelle.

Loi organique n° 12-05 du 18 Safar 1433 correspondant au 12 janvier 2012, portant sur l'information.

Décret exécutif n°16-222 du 8 Dhou EL Kaâda 1437, correspondant au 11 août 2016 portant cahier des charges générales fixant les règles imposables tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore.

Rapport du conseil national des droits de l'homme (2017, 15 juillet). Droit de l'homme en Algérie : 2016, une année charnière. <http://www.elmoudjahid.com/fr/actualites/111327>. *El Moudjahid*.

Thèses :

حكيم حمزاوي, تأثير العوامل الاجتماعية والمهنية على الممارسة المهنية للصحافيين في الإذاعة الجزائرية, دراسة سوسيو مهنية على صحفي القنوت الأولى والثانية والثالثة والدولية و"رايوت", إشراف رضوان بوجمعة, جامعة الجزائر 3, كلية علوم الإعلام و الإتصال 2017.

Djamel Maafa (2013). La perception des journalistes de l'EPTV sur le service public, thèse master, sous la direction de Pr. Abdesselam Benzaoui, Ecole nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information.

Dictionnaires :

François Géré (2011), *Le dictionnaire de la désinformation*. Paris : Armand Colin.

Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau (dir) (2002). *Le dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Le Seuil.

Conférences :

Abdelkader Nour (2012, 15 Décembre). Conférence au siège du journal El Moujahid à l'occasion de l'anniversaire de la création de la radio secrète.

Bouadjimi Djamel (2014) du pluralisme politique au pluralisme médiatique : l'expérience algérienne. Université de Mohamed Khider, Biskra, faculté de droit et des sciences politiques.

Documents Sonores :

Belkacem Ahcene Djeballah (2016, Septembre). Emission « قراءات », Dzair News, diffusée entre 21h et 22h.

Les journaux parlés de l'édition de dix-heures, Radio Chaine 3 (2016).

Les journaux télévisés de l'édition de dix-neuf heures, Canal Algérie (2016).

Documents historiques :

Documents algériens de la radiodiffusion (1946-1953). *Série politique*, n°28, 15 février 1954, http://alger-roi.fr/Alger/documents_algeriens/politique/28_radiodiffusion.pdf.

Sites internet

Le site de l'Agence Presse Algérie (APS), <http://www.aps.dz/>.

Le site de la radio algérienne : www.radioalgerienne.dz.

Le site de la télévision algérienne : <https://www.entv.dz>.

Le site de l'Agence France Presse(AFP), <https://www.afp.com/>

Entretiens

Adel Boukhames, rédacteur en chef de Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

Fella Abraz, présentatrice à Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

Hacene Meftahi, directeur de l'information de la chaîne3, interview le 30 septembre 2018.

Nora Akkak, redactrice en chef adjointe chargée du reportage au niveau de Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

Nadia Madaci, présentatrice à Canal Algérie, interview le 22 février 2018.

La liste des annexes

Annexe n°1 : billet de Said Mekbel

Annexe n°2 : missions et attributions de l'autorité de régulation de l'audiovisuel (la loi de l'audiovisuelle, 2014).

Annexe n°3 : la composante de l'ARAV

Annexe n°4 : cahier des charges EPTV

Annexe n°5 : cahier des charges de la Radio algérienne.

Annexe N°6 : la charte de l'éthique et de la déontologie (2000)

Annexe N°7 : interview par questionnaire (Modèle de réponses)

Annexe n°8 : feuille de route de la Télévision Nationale (Canal Algérie)

Annexe n°9 : feuille de route de la Radio Nationale(Chaine3)

Annexe n°10 : rubriques des éditions de la Chaine 3 et Canal Algérie

Annexe n°11 : les sources de l'information de Canal Algérie et la Chaine

Annexen°12 : les modes discursifs/ genres de Canal Algérie et Chaine3

Annexe n°13 : intervenants, Canal Algérie/Chaine 3

Annexe n°14 : sujets de service public, Canal Algérie et Chaine 3

Annexe n° 15: sujets officiels, Canal Algérie et Chaine 3

Annexe n°16 : liste des tableaux et des graphiques

Annexe n°1 : Billet de Said Mekbel : Publié dans le journal Le Matin d'Algérie, 3décembre 1994.

Ce voleur qui, dans la nuit, rase les murs pour rentrer chez lui, c'est lui. Ce père qui recommande à ses enfants de ne pas dire dehors le méchant métier qu'il fait, c'est lui.

Ce mauvais citoyen qui traîne au palais de justice, attendant de passer devant les juges, c'est lui. Cet individu, pris dans une rafle de quartier et qu'un coup de crosse propulse au fond du camion, c'est lui.

C'est lui qui, le matin, quitte sa maison sans être sûr d'arriver à son travail et lui qui quitte, le soir, son travail sans être sûr d'arriver à sa maison. Ce vagabond qui ne sait plus chez qui passer la nuit, c'est lui.

C'est lui qu'on menace dans les secrets d'un cabinet officiel, le témoin qui doit ravalé ce qu'il sait, ce citoyen nu et désemparé...

Cet homme qui fait le vœu de ne pas mourir égorgé, c'est lui. C'est lui qui ne sait rien faire de ses mains, rien d'autres que ses petits écrits.

Lui qui espère contre tout parce que, n'est-ce pas, les rosiers poussent bien sur les tas de fumier. Lui qui est tout cela et qui est seulement journaliste.

Annexe n°2 : missions et attributions de l'autorité de régulation de l'audiovisuel (la loi de l'audiovisuelle,2014).

Titre III

Art. 54. L'autorité de régulation de l'audiovisuel a pour missions notamment de :

- Veiller au libre exercice de l'activité audiovisuelle dans les conditions définies dans la présente loi et par la législation et la réglementation en vigueur ;
- Veiller à l'impartialité des personnes morales exploitant les services de communication audiovisuelle relevant du secteur public ;
- Veiller à garantir l'objectivité et la transparence ;
- Veiller à la promotion et au soutien des deux langues nationales et de la culture nationale ;
- Veiller, par tous moyens appropriés, au respect de l'expression plurielle des courants de pensée et d'opinion dans les programmes des services de diffusion sonore et télévisuelle, notamment lors des émissions d'information politique et générale ;
- Veiller à ce que tous les genres de programmes présentés par les éditeurs de services de communication audiovisuelle reflètent la diversité culturelle nationale ;
- Veiller au respect de la dignité humaine ;
- Veiller à la protection de l'enfant et de l'adolescent ;
- Faciliter l'accès des personnes souffrant de déficiences visuelles et/ou auditives aux programmes mis à la disposition du public par toute personne morale exploitant un service de communication audiovisuelle ;
- Veiller à valoriser la protection de l'environnement et de la promotion de la culture environnementale et la préservation de la santé de la population, de façon permanente ;

- Veiller à ce que les événements nationaux d'importance majeure définis par voie réglementaire, ne soient pas retransmis en exclusivité de manière à priver une partie importante du public de la possibilité de les suivre en direct ou en différé sur un service de télévision à accès libre.

Annexe n°3 : La composante de l'ARAV (2016)

Article premier : Sont nommés et forment la composition de l'autorité de régulation de l'audiovisuel, les membres

Suivants :

- . M. Zouaoui BENHAMADI, président ;
- . M. Zoheir IHADDADEN, membre ;
- . M. Zaïm KHENCHELAOUI, membre ;
- . M. Abdelmalek HOUYOU, membre;
- . M. Ahmed BEYOUUD, membre;
- . Mme. Aïcha KASSOUL, membre ;
- . M. Abderrezak ZOUINA, membre ;
- . M. Ghaouti MEKAMCHA, membre ;
- . M. Lotfi CHERIET, membre.

Annexe n°4 : Cahier des charges EPTV

Chapitre I : Obligations générales

Article 1 : Pour la conception, la programmation et la diffusion de ses émissions, l'établissement public de télévision est soumis au respect des dispositions du cahier des charges annuel fixées par arrêté de l'autorité de tutelle.

Article 2 : L'établissement fait diffuser ses émissions sur le territoire national. Il est tenu de faire connaître ses programmes une semaine au plus tard avant leur diffusion.

Article 3 : L'établissement doit concevoir, programmer et diffuser ses émissions dans le but de proposer aux différentes composantes des téléspectateurs les informations, l'enrichissement culturel, les loisirs et les divertissements, en fonction des prérogatives culturelles, éducatives et sociales qui lui sont assignées par sa mission de service public.

L'établissement est tenu d'avertir les téléspectateurs sous une forme appropriée, lorsqu'il programme des émissions de nature à heurter leur sensibilité et notamment le public des enfants et des adolescents.

Article 4 : L'établissement doit assurer l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans le respect du principe d'égalité de traitement, de l'honnêteté, de l'indépendance et des recommandations du Conseil supérieur de l'information (1).

L'établissement public de télévision prend les mesures permettant l'exercice des droits de rectification et de réponse tels qu'ils découlent de la mise en œuvre des dispositions des articles 41 à 52 de la loi n° 90-07 du 3 avril 1990 relative à l'information.

Lorsque le droit de réponse s'exerce au titre des émissions programmées par l'établissement pour le compte des tiers, ceux-ci prennent en charge le coût afférent à la production et à la diffusion de la réponse.

Article 5 : L'établissement doit contribuer à la promotion et à l'illustration de la langue nationale dans le respect des recommandations du Conseil supérieur de l'information.

A ce titre, l'établissement doit :

- Assurer la diffusion de la production audiovisuelle nationale en langue arabe ;
- Acquérir en priorité, les films et documentaires à caractère scientifique, culturel et éducatif et à assurer leurs commentaires respectifs en langue arabe ;
- Faire respecter de manière stricte le bon usage de la langue arabe dans tous les programmes destinés à la diffusion ;
- Produire et programmer des émissions éducatives et pédagogiques en langue arabe destinées aux enfants et aux adolescents en s'assurant le concours d'une structure éducative consultative appropriée.

Article 6 : L'établissement doit encourager, développer et promouvoir la diffusion et le rayonnement de la culture nationale avec toutes ses spécificités et ses composantes.

Article 7 : L'établissement est tenu de promouvoir la conservation, d'entreprendre le recensement et de procéder à l'archivage rationnel des productions télévisuelles nationales.

Il doit veiller dans l'immédiat à la gestion et à l'exploitation de ce patrimoine, tout en préconisant et en participant activement à la conception d'une structure nationale spécialisée de conservation des documents audiovisuels dont la création doit être envisagée et réalisée dans les meilleurs délais.

Article 8 : L'établissement veille à s'adapter aux mutations engendrées par les techniques nouvelles et à mener des actions de recherche dans le domaine de la création audiovisuelle.

Il doit assurer la maintenance, l'exploitation et le développement des moyens techniques de production mis à sa disposition par l'Etat.

Article 9 : L'établissement est tenu de promouvoir seul ou de concourir avec les institutions concernées à la formation, au recyclage et au perfectionnement de ses personnels.

Article 10 : En cas de cessation concertée du travail, l'établissement assure la continuité du service dans les conditions fixées par la législation et la réglementation en vigueur.

Chapitre II : obligations particulières

Article 11 : Sous réserve des dispositions des articles 12 à 16 du présent cahier des charges, il est interdit à l'établissement de programmer et de faire diffuser des émissions produites par ou pour des partis politiques, des organisations syndicales, professionnelles, religieuses, qu'elles donnent lieu ou non à des paiements au profit de l'établissement.

D)-Communications du Gouvernement :

Article 12 : L'établissement assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du Gouvernement, sans limitation de durée et à titre gratuit.

Les campagnes de communication sociale, d'intérêt général et d'importance nationale sont financées par l'Etat ou par les collectivités publiques qui les ont initiées.

L'établissement met en œuvre le droit de réplique dans le respect des dispositions légales et des modalités fixées par le Conseil supérieur de l'information.

II)-Campagnes électorales :

Article 13 : L'établissement public de télévision produit, programme et fait diffuser les émissions relatives aux consultations électorales pour lesquelles une campagne officielle est prévue conformément aux dispositions de l'article 59 (alinéa 7) de la loi n° 90-07 du 3 avril 1990 susvisée et dans le respect des règles édictées par le Conseil supérieur de l'information.

L'Etat prend en charge les frais occasionnés par ses émissions.

III)-débats de l'Assemblée populaire nationale :

Article 14 : L'établissement public de télévision est tenu de programmer et de diffuser, sous le contrôle du bureau de l'Assemblée populaire nationale, les principaux débats selon des modalités établies d'un commun accord.

Le choix des débats à retransmettre est effectué en accord avec le bureau de l'Assemblée populaire nationale qui doit déterminer les conditions dans lesquelles le temps d'antenne est réparti entre les divers orateurs, dans le respect de l'obligation générale de pluralisme et d'équilibre.

IV)-expression des partis politiques :

Article 15 : L'établissement public programme et fait diffuser des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques notamment celles représentées par un groupe de l'Assemblée populaire nationale dans le respect des modalités définies par le Conseil supérieur de l'information.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de l'établissement public dans les limites d'un plafond fixé, pour chaque émission par les dispositions du cahier de charges annuel prévu à l'article 2 du décret exécutif n° 91-101 du 20 avril 1991 ci-dessus .

V)-Expression des associations, des organisations syndicales et professionnelles :

Article 16 : L'établissement public de télévision programme et fait diffuser les émissions régulières consacrées à l'expression directe des associations, des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale dans le respect des modalités définies par le Conseil supérieur de l'information.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de l'établissement dans les limites d'un plafond fixé, pour chaque émission par les dispositions du cahier des charges annuel prévu à l'article 2 du décret exécutif n°91-101 du 20 avril 1991 ci-dessus.

VI-Emission à caractère culturel ou religieux :

Article 17 : L'établissement programme et fait diffuser la prière du vendredi et les émissions à caractère culturel ou religieux au cours des autres jours de la semaine et à l'occasion des fêtes religieuses des principaux cultes pratiqués en Algérie.

Ces émissions qui sont réalisées sous la responsabilité des représentants désignés par les hiérarchies respectives de ces cultes se présentent sous la forme de cérémonies culturelles ou de commentaires religieux.

Les frais de réalisation de ces émissions sont pris en charge par l'établissement dans les limites d'un plafond fixé, pour chaque émission par les dispositions du cahier des charges annuel prévu à l'article 2 du décret exécutif n°91-101 du 20 avril 1991 ci-dessus.

VII)-Emissions d'informations spécialisées

Article 18 : l'établissement public de télévision programme et fait diffuser, au moins une fois par jour et à une heure de grande écoute, les informations météorologiques fournies par l'office national de la météorologie.

Article 19 : Pour les émissions spécialisées destinées à des publics déterminés, les modalités de coopération de l'établissement avec les ministères ou les organismes qui en dépendent sont définies par une convention respective conclue avec chacun d'entre eux.

Les frais de production et de diffusion sont à la charge de chaque autorité ou organisme initiateur.

Chapitre III : obligations relatives à certains programmes

Article 20 : L'établissement public de télévision doit d'une part promouvoir et développer des actions de conception et de réalisation par ses moyens propres des productions audiovisuelles et d'autre part, participer à la coproduction, coopérer ou établir des relations contractuelles avec les producteurs algériens, pour que la diffusion annuelle des œuvres audiovisuelles d'origine nationales puisse atteindre 40% du volume programmé et effectivement diffusé.

I)-Informations et documentaires :

Article 21 : L'établissement programme et fait diffuser quotidiennement au moins deux journaux d'information.

Article 22 : L'établissement programme et fait diffuser des émissions documentaires sur les problèmes économiques, sociaux, culturels, scientifiques et techniques du monde contemporain ainsi que des magazines ou des séries d'émissions portant sur les différents aspects de la vie culturelle nationale.

II)-Théâtre, musique et danse :

Article 23 : L'établissement programme et fait diffuser des spectacles théâtraux, lyriques et chorégraphiques produits par les théâtres, festivals et organismes d'action culturelle subventionnés.

Dans ses émissions, l'établissement fait connaître les diverses formes d'expression théâtrale et rend compte de l'actualité théâtrale.

Article 24 : L'établissement procède à la réalisation et à la programmation et à la diffusion d'émissions et de documentaires à caractère musical.

Le contenu de ces émissions doit permettre de faire connaître aux téléspectateurs les diverses formes de la musique et de rendre compte de l'actualité musicale.

Des émissions sont réservées à l'initiation théorique et pratique de la musique destinées aux enfants et aux adolescents.

Article 25 : pour l'illustration sonore des génériques des émissions qu'il produit, l'établissement fait notamment appel au concours de compositeurs contemporains nationaux et étrangers.

III)-Variétés :

Article 26 : Dans ses programmes de variétés pris dans leur ensemble, l'établissement est tenu de donner une place majoritaire aux chansons d'expressions originales algériennes et s'attacher à promouvoir les nouveaux talents.

Il doit veiller à illustrer toutes les formes d'expression de la musique en ouvrant ses programmes aux transmissions de divers spectacles publics présentés sur le territoire national.

IV)-Sport :

Article 27 : L'établissement conclut, en tant que de besoin, des conventions avec les organismes sportifs dirigeants, détenteurs ou délégataires de droits et notamment les fédérations sportives, parties intégrantes du mouvement sportif national et les membres du Comité national olympique pour déterminer les modalités et les conditions dans lesquelles il assure la retransmission des manifestations sportives.

L'établissement réalise des émissions d'information et d'initiation sportives. Il veille à réserver dans ses programmes une information périodique aux sports de faible audience.

V)-Emissions pour les enfants et les adolescents :

Article 28 : L'établissement programme et fait diffuser aux jours et heures auxquels ce public est disponible, des émissions destinées aux enfants et aux adolescents en tenant compte des caractéristiques propres à chacune de ces tranches d'âge.

VI)-Œuvre de fiction télévisuelle :

Article 29 : L'établissement veille à encourager ou à susciter des créations originales spécialement destinées à la télévision.

A ce titre, l'établissement doit réserver une place importante aux œuvres des nouveaux créateurs, auteurs, réalisateurs et interprètes. Il veille à présenter également des adaptations originales du répertoire universel et des œuvres spécifiques des autres nations.

Pour l'illustration musicale, des émissions de fiction télévisuelle, l'établissement s'attache tout particulièrement à recourir à des œuvres originales de compositeurs algériens notamment contemporains.

Article 30 : Par œuvre de fiction il convient d'entendre toute œuvre dramatique dont la production fait appel à un scénario et dont la réalisation repose sur la prestation d'artistes interprètes pour l'essentiel de sa durée.

La fiction télévisuelle comprend les genres suivants :

- Feuilletons : œuvres diffusées par épisodes se succédant ;
- Téléfilms ou dramatiques : œuvres constituant une entité en une ou plusieurs parties ;
- Séries : autres œuvres diffusées en plusieurs parties ;
- Œuvres d'animation ;
- Œuvres théâtrales, lyriques et chorégraphiques ne constituant pas des retransmissions de spectacles publics.

Les émissions documentaires ne peuvent être assimilées à des œuvres de fiction.

Article 31 : les œuvres audiovisuelles de fiction diffusées annuellement devraient, dans la mesure du possible :

- Pour 30% au moins d'entre elles, être d'origine nationale ;
- Pour 60% au moins d'entre elles, être d'expression originale ou doublées en langue nationale.

VII)-Œuvres cinématographiques :

Article 32 : aucune œuvre cinématographique, de production nationale, ne sera diffusée moins de deux années, après l'obtention du visa d'exploitation.

Pour les œuvres cinématographiques coproduites par l'établissement, le délai entre le visa de sortie de l'œuvre et la date de sa première diffusion à l'antenne est fixée par un accord entre l'établissement et les coproducteurs.

Au vu des résultats d'exploitation en salle, les délais indiqués ci-dessus peuvent être réduits par dérogation accordée par le Conseil national de l'audiovisuel.

Article 33 : Les œuvres cinématographiques annuellement incluses dans les programmes mis à la disposition du public devront, dans la mesure du possible :

- pour 10% au moins d'entre elles, être issues de la production nationale.
- pour 50% au moins d'entre elles, être d'expression originale ou doublées en langue arabe.

Chapitre IV : Conditions générales de production des œuvres audiovisuelles

Articles 34 :L'établissement doit recourir à ses moyens de production pour la réalisation des émissions d'information.

Pour la réalisation des œuvres de fiction, l'établissement peut recourir à ses moyens de production dans la mesure où leur utilisation et leur indisponibilité temporaire ne porte pas préjudice aux activités d'information qui demeurent impératives et absolument prioritaires.

L'établissement est autorisé à participer à des accords de coproduction.

Article 35 : L'établissement consacre un budget, dont le montant est fixé par les dispositions annuelles du cahier des charges, à la production des œuvres d'animation conçues par des auteurs et réalisateurs algériens.

Les recettes tirées de l'exploitation des droits dérivés des œuvres d'animation doivent être réinvesties dans la production de ces œuvres.

Article 36 : les modalités selon lesquelles, l'établissement peut faire appel aux établissements ou entreprises de création ou de production audiovisuelles pour la production et la coproduction d'œuvres ou de documents audiovisuels et pour les prestations techniques sont déterminées par la voie conventionnelle.

Chapitre V : Obligations relatives à la publicité

Article 37 : L'établissement est autorisé à programmer et à faire diffuser des messages de publicité commerciale de marque et de publicité collective et d'intérêt général.

L'objet, le contenu et les modalités de programmation de ces messages sont régis par les lois et règlements en vigueur et sont soumis au contrôle du Conseil supérieur de l'information.

I)-Déontologie :

Article 38 : Le contenu des messages publicitaires doit être conforme aux exigences de véracité, de décence et de respect de la personne humaine.

Il ne peut porter atteinte au crédit de l'Etat.

Article 39 : Les messages publicitaires doivent être exempts de toute discrimination raciale ou sexuelle, de scènes de violence ou d'éléments pouvant provoquer la peur, ou encourager les abus, les imprudences ou les négligences.

Article 40 : Les messages publicitaires ne doivent contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs.

Article 41 : La publicité doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs. Les messages publicitaires ne doivent pas, directement ou indirectement par exagération, par omission ou en raison de leur caractère ambigu, induire en erreur le consommateur.

Article 42 : La publicité ne doit en aucun cas, exploiter l'inexpérience ou la crédulité des enfants et des adolescents.

Tout message publicitaire doit respecter la personnalité de l'enfant et ne pas nuire à son épanouissement.

L'utilisation des enfants dans les messages publicitaires doit rester modérée. Ils ne peuvent être acteurs principaux que s'il existe un rapport direct entre eux et le produit ou le service concerné. Ils ne peuvent être les prescripteurs ou participants au choix du produit ou du service faisant l'objet de la publicité.

II)-Diffusion des messages publicitaires :

Article 43 : Les messages publicitaires sont diffusés en langue arabe.

Toutefois, il peut être dérogé à cette disposition, lorsque l'usage sur le territoire national de marques comportant des termes et des mentions, qui dans une langue étrangère, sont

nécessaires, génériques ou descriptifs des produits ou services concernés. La dérogation est accordée par le Conseil supérieur de l'information.

Article 44 : Les messages publicitaires doivent être clairement annoncés comme tels, et sont diffusés à l'occasion d'interruptions normales du programme.

A l'exception des campagnes d'intérêt général de l'administration que le Chef du Gouvernement aura déclarées prioritaires, ces messages sont programmés dans des écrans spécialisés.

III)-Secteurs interdits à la publicité télévisée :

Article 45 : Sont interdits les messages publicitaires concernant les produits, les services et les secteurs économiques faisant l'objet d'une interdiction législative et réglementaire.

IV)-Temps minimum consacré à la publicité

Article 46 : Le temps consacré à la diffusion de messages publicitaires ne peut être supérieur à quatre minutes par heure d'antenne en moyenne dans l'année.

V)-Prévision des recettes procurées par les messages publicitaires.

Article 47 : Le montant des recettes définitives effectivement réalisées par l'établissement au titre de la publicité commerciale est communiqué à l'autorité de tutelle et au Conseil supérieur de l'information. Dans le cadre des principes de transparence et d'égalité d'accès des annonceurs, les tarifs publicitaires sont fixés et rendus publics par l'établissement public de télévision.

Chapitre VI : Relations avec les autres organismes du secteur public

Article 48 : Les relations entre l'établissement public de télévision et les autres organismes du secteur public doivent être définies par une convention conclue avec chacun d'entre eux, dans le cadre des dispositions du présent cahier des charges et des recommandations du Conseil supérieur de l'information.

Article 49 : Tout différent de toute nature dans les rapports entre l'établissement de télévision et ses partenaires du secteur public qui n'aurait pas pu être réglé à l'amiable sera tranché par voie d'arbitrage de l'autorité de tutelle.

Chapitre VII : Obligations relatives à l'action audiovisuelle

Article 50 L'établissement prend les dispositions nécessaires, permettant le respect et l'exécution des engagements internationaux.

Article 51 : L'établissement s'emploie à conclure avec les organismes de télévision intéressés des accords de coopération notamment pour assurer la continuité des accords déjà conclus.

Sous couvert de l'autorité de tutelle, l'établissement doit consulter préalablement le ministère des affaires étrangères chaque fois qu'un projet d'accord peut avoir des incidences sur la politique générale de coopération ou des conséquences financières qui ne seraient pas prises en charge par l'établissement.

L'établissement accueille les délégations envoyées auprès de lui par les organismes étrangers, répond aux demandes de renseignements des professionnels étrangers et des correspondants locaux des organismes étrangers.

L'établissement s'efforce de faire figurer dans les contrats d'achat de droits et de coproduction qu'il passe avec ses partenaires, des clauses autorisant la distribution à titre culturel ou commercial des programmes à l'étranger.

Article 52 : L'établissement adhère aux communautés internationales des télévisions dans les conditions prévues par les statuts de ces organisations.

L'établissement doit participer activement aux travaux de ces communautés et veiller à promouvoir des échanges et la production comme de programmes avec les organismes de télévision des autres pays membres.

Article 53 : l'établissement organise, dans ses services à titre gratuit et dans la mesure de ses possibilités d'accueil, des séjours d'information professionnelle, qui lui sont demandés par l'autorité de tutelle au profit de professionnels étrangers de l'audiovisuel. Il ne prend pas en charge les frais de voyage, d'hébergement et de formation éventuellement nécessités par ces séjours.

Chapitre VIII : contrôle du respect des dispositions du cahier des charges

Article 54 : L'établissement est tenu d'adresser chaque année avant le 30 juin, à l'autorité de tutelle et au Conseil supérieur de l'information un rapport sur l'exécution des dispositions permanentes et annuelles du cahier des charges général et celles du cahier des charges annuel.

(1)-Le Conseil supérieur de l'information (CSI) a été suspendu en octobre 1993.

Art. 3. — L'établissement public de radiodiffusion est tenu d'assurer lui-même l'exécution du service public. Cette obligation n'exclut pas la possibilité pour lui, de recourir sous sa responsabilité à des prestataires extérieurs nationaux ou étrangers, étant entendu qu'il doit conserver l'entière maîtrise de sa mission.

Art. 4. — Le présent décret sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 20 avril 1991.

Mouloud HAMROUCHE.

ANNEXE

CAHIER DES CHARGES

CHAPITRE I

OBLIGATIONS GENERALES

Article 1^{er}. — Pour la conception, la programmation et la diffusion de ses émissions, l'établissement public de radiodiffusion sonore est soumis au respect des dispositions permanentes prévues par le présent cahier des charges et des dispositions du cahier des charges annuel fixées par arrêté de l'autorité de tutelle.

Art. 2. — L'établissement fait diffuser ses émissions sur l'ensemble du territoire national et vers l'étranger.

Art. 3. — L'établissement doit concevoir, programmer et diffuser ses émissions dans le but de proposer aux différents composants des auditeurs les informations, l'enrichissement culturel et le divertissement, en fonction de la mission culturelle, éducative et sociale qui lui est assignée par sa mission de service public.

Il assure, notamment par ses programmes, la mise en valeur du patrimoine et participe à son enrichissement par les créations radiophoniques.

Art. 4. — L'établissement assure l'expression pluraliste dans le respect du principe d'égalité de traitement, d'indépendance et des recommandations du Conseil supérieur de l'information.

Art. 5. — L'établissement veille au respect de la personne humaine et de la dignité, de l'égalité entre les citoyens, sans distinction de sexe ainsi qu'à la protection des enfants et des adolescents.

Il avertit les auditeurs sous une forme appropriée, lorsqu'il programme des émissions de nature à heurter leur sensibilité, notamment le public des enfants et des adolescents.

Art. 6. — L'établissement public de radiodiffusion sonore prend les mesures permettant l'exercice des droits de rectification et de réponse tels qu'ils découlent de la mise en œuvre des dispositions des articles 41 à 52 de la loi n° 90-07 du 03 avril 1990 susvisée.

Lorsque le droit de réponse s'exerce au titre des émissions programmées par l'établissement pour le compte de tiers, ceux-ci prennent en charge le coût afférent à la production et à la diffusion de la réponse.

Art. 7. — L'établissement veille à la promotion de la langue nationale au niveau des moyens de production et de diffusion.

Art. 8. — L'établissement veille à s'adapter aux mutations engendrées par les techniques nouvelles et à mener des actions de recherche dans le domaine de la création radiophonique.

Art. 9. — L'établissement fait connaître ses programmes avant leur diffusion.

Art. 10. — L'établissement doit encourager, développer et promouvoir la diffusion et le rayonnement de la culture nationale avec toutes ses diversités et ses composantes.

Art. 11. — L'établissement est tenu de faire connaître le patrimoine culturel et civilisationnel de l'Algérie et les aspirations de son peuple à travers les différentes langues étrangères de diffusion.

Art. 12. — L'établissement est tenu de mettre en œuvre à travers la ou les chaînes spécialisées, les dispositions de l'article 13 de la loi n° 90-07 du 3 avril 1990 susvisée relative à l'information.

Art. 13. — L'établissement est tenu de promouvoir la conservation, d'entreprendre le recensement et de procéder à l'archivage rationnel des productions radiophoniques. Il doit veiller dans l'immédiat à la gestion et à l'exploitation de ce patrimoine, tout en préconisant et en participant activement à la conception d'une structure nationale spécialisée de conservation des documents radiophoniques dont la création doit être envisagée et réalisée dans les meilleurs délais.

Art. 14. — L'établissement est tenu de promouvoir seul ou de concourir avec les institutions concernées à la formation, au recyclage et au perfectionnement de ses personnels.

Art. 15. — En cas de cessation concertée du travail, l'établissement assure la continuité du service dans les conditions fixées par la législation et la réglementation en vigueur.

CHAPITRE II

OBLIGATIONS PARTICULIERES

Art. 16. — Sous réserve des dispositions des articles 17 à 21 du présent cahier des charges, il est interdit à l'établissement de programmer et de faire diffuser les émissions produites par ou pour des partis politiques, des organisations syndicales professionnelles ou religieuses, qu'elles donnent lieu ou non à des paiements au profit de l'établissement.

1) Communications du Gouvernement

Art. 17. — L'établissement assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du Gouvernement, sans limitation de durée et à titre gratuit.

L'établissement met en œuvre le droit de réplique dans le respect des dispositions légales et des modalités fixées par le Conseil supérieur de l'information.

2) Campagnes électorales

Art. 18. — L'établissement public de radiodiffusion sonore produit, programme et fait diffuser les émissions relatives aux consultations électorales pour lesquelles une campagne officielle est prévue conformément aux dispositions de l'article 59 alinéa 7 de la loi n° 90-07 du 3 avril 1990 susvisée et dans le respect des règles édictées par le Conseil supérieur de l'information.

L'Etat prend en charge les frais occasionnés par ces émissions.

3) Débats de l'Assemblée populaire nationale

Art. 19. — L'établissement public de radiodiffusion sonore est tenu de programmer et de diffuser les principaux débats de l'Assemblée populaire nationale.

Le choix des débats à retransmettre est effectué en accord avec le bureau de l'Assemblée populaire nationale qui doit déterminer les conditions dans lesquelles le temps d'antenne est réparti entre les divers orateurs, dans le respect de l'obligation générale de pluralisme et d'équilibre.

4) Expression des partis politiques

Art. 20. — L'établissement programme et fait diffuser des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques, notamment celles représentées par un groupe de l'Assemblée populaire nationale dans le respect des modalités définies par le Conseil supérieur de l'information.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de l'établissement dans les limites d'un plafond fixé, pour chaque émission, par les dispositions du cahier des charges annuel prévu à l'article 2 du décret exécutif n° 91-103 du 20 avril 1991 susvisé.

5) Expression des associations, des organisations syndicales et professionnelles

Art. 21. — L'établissement programme et fait diffuser les émissions régulières consacrées à l'expression directe des associations, des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale dans le respect des modalités définies par le Conseil supérieur de l'information.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de l'établissement dans les limites d'un plafond fixé, pour chaque émission par les dispositions du cahier des charges annuel prévu à l'article 2 du décret exécutif n° 91-103 du 20 avril 1991 susvisé.

6) Emissions à caractère culturel ou religieux

Art. 22. — L'établissement programme et fait diffuser des programmes religieux à travers ses différentes chaînes, notamment la prière du vendredi et des fêtes religieuses.

Ces émissions, réalisées en collaboration avec les représentants désignés par les hiérarchies respectives des cultes, se présentent sous la forme de cérémonie culturelle ou de commentaires religieux.

Les frais de réalisation de ces programmes sont pris en charge par l'établissement dans la limite du plafond fixé, pour chaque émission, par les dispositions du cahier des charges annuel prévu à l'article 2 du décret exécutif n° 91-103 du 20 avril 1991 susvisé.

7) Emissions d'informations spécialisées

Art. 23. — L'établissement public de radiodiffusion sonore programme et fait diffuser, au moins une fois par jour et à une heure de grande écoute, les informations météorologiques fournies par l'Office national de la météorologie.

Art. 24. — L'établissement est tenu d'entreprendre la réalisation et la diffusion d'émissions régulières consacrées à l'histoire contemporaine de l'Algérie notamment à la guerre de libération nationale.

Art. 25. — L'établissement réalise, programme et fait diffuser des émissions régulières destinées à l'émigration algérienne.

Art. 26. — Pour les émissions spécialisées destinées à des publics déterminés, les modalités de coopération de l'établissement avec les ministères ou les organismes qui en dépendent sont définies par une convention respective conclue avec chacun d'entre eux.

Les frais de production et de diffusion sont à la charge de chaque autorité ou organisme initiateur.

Annexe N°6 : La charte de l'éthique de déontologie (2000)

Charte de l'éthique et de la déontologie des journalistes algériens

Déclaration des devoirs et des droits

Le journaliste professionnel, quel que soit son statut, est celui qui a pour Occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans un ou plusieurs médias et qui en tire le principal de ses ressources.

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales qui participent de la défense de la démocratie et du pluralisme médiatique. De ce droit à connaître et faire connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

La responsabilité du journaliste vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de son employeur et des pouvoirs publics.

La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes s'imposent et s'appliquent librement. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulés ici.

Mais les devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession que si les conditions concrètes de l'indépendance du journaliste sont réunies. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

Ni loi qui contraint et réprime, ni code qui impose et astreint, cette charte de l'éthique et de la déontologie définit un ensemble de règles de conduite basées sur des principes universellement admis. Celles-ci régissent les rapports des journalistes entre eux et entre ces derniers et le public.

Librement acceptées et démocratiquement adoptées, ces règles doivent servir de guide de conduite à la pratique du journalisme.

Un conseil supérieur de l'éthique et de la déontologie composé de pairs veille au respect de ces principes.

Déclaration des devoirs

Le journaliste se fait un devoir de :

Respecter la vérité quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même et ce en raison du droit que le public a de la connaître.

Défendre la liberté d'information, d'opinion, du commentaire et de la critique.

Séparer l'information du commentaire.

Respecter la vie privée des personnes et leur droit à l'image.

Publier uniquement les informations vérifiées. S'interdire d'altérer l'information. S'efforcer de relater les faits en les situant dans leur contexte.

S'interdire de diffuser des rumeurs.

Rectifier toute information diffusée qui se révèle inexacte.

Garder le secret professionnel et ne pas divulguer ses sources.

S'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement.

Ne pas confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire ou de propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs.

N'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction et dans le strict respect de la clause de conscience.

S'interdire de faire l'apologie, sous quelque forme que ce soit, de la violence, du terrorisme, du crime, du fanatisme, du racisme, du sexisme et de l'intolérance.

Tout journaliste digne de ce nom, reconnaissant le droit en vigueur dans chaque pays, n'accepte en matière d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre.

S'interdire de tirer une quelconque faveur d'une situation où sa qualité de journaliste, ses influences et ses relations seraient susceptibles d'être exploitées.

Ne pas solliciter la place d'un confrère, ne pas provoquer son licenciement ou sa rétrogradation en offrant de travailler à des conditions inférieures.

Ne pas confondre son rôle avec celui du juge ou du policier.

Respecter la présomption d'innocence.

Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents.

Déclaration des droits

Le journaliste a le droit :

Au libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. On ne peut lui refuser l'accès aux sources que par exception et en vertu de motifs dûment exprimés.

A la clause de conscience.

A l'information de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise.

A un statut professionnel.

A la formation continue et au perfectionnement dans le cadre de son travail.

A des conditions socioprofessionnelles nécessaires à l'exercice de son métier. A un contrat personnel dans le cadre des conventions collectives garantissant la sécurité matérielle et l'indépendance économique.

A la reconnaissance et au bénéfice du droit d'auteur.

Respect du produit journalistique et la fidélité de son contenu.

Alger, le 13 avril 2000

Annexe N°7 : Entretien par questionnaire (Modèle de réponses)

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information

Dans le cadre de la réalisation de notre thèse de doctorat, portant sur les médias publics en Algérie, nous avons le plaisir de vous soumettre ce questionnaire destiné aux professionnels et experts des médias en Algérie. Nous comptons vivement sur votre collaboration et nous vous remercions d'avance.

Il est à préciser que les informations recueillies ne seront utilisées que dans un but académique et universitaire.

Bendou Louiza, doctorante ENSJSI

Partie I : Identification

Nom : BOUKHLEF

Prénom : Ali

Age :40 ans

Profession : Journaliste

Etablissement (entreprise, organisme) : El-Watan

Occupation actuelle : Journaliste. Chef de rubrique Société

Occupations précédentes : Rédacteur en chef adjoint

Nombre d'années d'exercice : 16 ans

Partie II : La perception du service public du JT (Canal Algérie) et le JP de (la Chaîne3)

1-Quelle est votre définition du service public de l'audiovisuel ?

- Le service public est souvent confondu avec service gouvernemental. C'est notamment le cas pour la télévision publique. Canal Algérie se contente souvent des activités gouvernementales laissant peu de place à la société et presque pas du tout à l'opposition politique et aux syndicats autres que l'UGTA. La chaîne 3 le fait également mais avec moins de dépendance vers les autorités.

2-Selon vous, la télévision et la radio rendent- elles compte de l'actualité nationale et locale avec indépendance et neutralité ?

Oui :

Non : NON

Expliquez : Dans la radio et télévision publiques (je préfère gouvernementales), toute l'actualité est traitée sous le prisme des autorités politiques. Ces médias sont fortement dépendants du pouvoir politique, ce qui ne laisse pas de place à l'indépendance.

3-Existe-il, selon vous, un équilibre dans le traitement de l'information par rapport aux différentes régions du pays ?

Oui : Oui

Non :

Expliquez : Les médias publics –ici Canal Algérie et la radio Chaîne 3- tentent effectivement de traiter des informations traitant à toutes les régions du pays.

4-L'équité est-elle respectée dans le traitement des sujets ? (En donnant la parole à toutes les parties concernées).

Oui :

Non : NON

Expliquez : Ni la télévision publique ni la radio ne font cas de l'équilibre de l'information, surtout quand elle est politique. Il est vrai que sur des questions de société, il arrive en effet que ces médias équilibrent leur information.

5-La diversité d'opinion est-elle garantie dans les informations de ces médias ?

Oui :

Non : Non

Expliquez : Dans les deux canaux, seule la voix officielle est privilégiée. Il arrive que le Journal Télévisé soit consacré, dans sa grande majorité, à l'activité officielle, laissant peu de places à d'autres opinions. En dehors des périodes électorales, les autres opinions opposantes ne sont pas admises dans les médias publics.

6-En abordant l'information politique, l'opposition est-elle largement introduite dans ces médias ?

Oui :

Non : NON

Expliquez : L'opposition est pratiquement exclue des débats politiques, notamment à la télévision publique. En dehors des périodes électorales et de certains débats économiques, les partis de l'opposition sont quasiment interdits de ces médias. Exemple : la chaîne 3 a une émission matinale durant laquelle il lui arrive d'inviter des personnalités plusieurs fois par mois. Mais jamais de l'opposition. Cela est valable d'ailleurs pour tous les médias gouvernementaux.

7-Etes-vous d'accord sur ces concepts opératoires :

L'information politique dans les médias publics est :

a- L'action de l'Etat et du gouvernement

b- L'information officielle

c- Autres Je pense que les deux sont valables. Puisque certains communiqués officiels sont diffusés sans traitement d'information qui doit aller avec cela. Le classement protocolaire des responsables de l'Etat qui détermine la hiérarchie de l'information politique. C'est également cela qui détermine le choix des sujets.

Oui :

Non :

-Pourquoi ?

Partie III : Ethique et déontologie de l'information

8-L'un des piliers phares de l'éthique et de la déontologie de l'audiovisuel est la transmission des informations d'intérêt public. Selon vous ce principe est-il respecté dans le menu de JT.

-Oui

-Non Non

-Expliquez : On ne peut pas parler du principe de l'intérêt public à partir du moment où seule la voix officielle est admise. Le service public suppose que tous les citoyens soient traités de la même manière quelque soit leur opinion politique, religieuse ou autre. Or, nous sommes très loin du compte.

9-L'information diffusée, selon vous, est-elle objective ?

Oui :

Non : Non

Expliquez : L'objectivité suppose que l'information doit être expurgée de toute connotation politique ou idéologique. Or, dans les médias publics, toute information doit répondre à l'objectif de plaire au pouvoir politique. L'objectivité est donc extraite lors du traitement de l'information.

10- Les sources de l'information de ces médias vous paraissent-elles crédibles ?

Oui :

Non : Non

Expliquez : Il est vrai que les médias publics recourent, le plus souvent, aux sources officielles. Mais en l'absence de l'équilibre de l'information, la crédibilité est remise en cause.

11- Parmi les trois sortes de dérives de l'information suivantes, Selon vous laquelle est la plus dominante dans les JT et JP de ces médias ?

1-Le Non-dit

2-Le trop-dit

3-Le mal-dit

-Autres : Il y a plus grave ; l'autocensure.

Expliquez : Les journalistes de ces médias sont souvent des hommes et femmes professionnels (les). Mais la menace politique pèse souvent sur leur tête d'où l'obligation de s'autocensurer pour échapper à des représailles. Ce qui enlève toute crédibilité à l'information et risque de compromettre la réalité.

12- Jugez-vous qu'il y a certaines contraintes quant au traitement de l'information ?

Oui

Non Oui

Si oui, seraient-elles :

a- La ligne éditoriale.

b- La censure et autocensure.

c- Habitude et stéréotypes.

d- La culture.

Expliquez : Je pense que la ligne éditoriale est indissociable de l'autocensure. Il y a un cahier des charges que les journalistes travaillant pour ces médias se doivent de respecter. C'est cela qui poussent beaucoup de ces journalistes à faire très attention lors du traitement de l'information

13- Propositions et recommandations

-Selon vous la concurrence des chaînes offshore (privées), a-t-elle conduit à l'amélioration des JT des chaînes publiques.

Oui :

Non : Non

Expliquez : Les médias gouvernementaux n'ont pas beaucoup changé avec l'arrivée de chaînes concurrentes. Vous venez de démontrer que l'information officielle, gouvernementale, occupe toujours le haut du pavé. Cela les conduit parfois à se transformer ou outils de propagande.

En revanche, il y a parfois des efforts qui ont été accomplis sur certains problèmes de société.

Pouvez-vous citer quelques exemples de JT et JP de service public réussis à l'étranger ?

- Les médias publics français –j'évoque notamment France 2 et Radio France- sont un exemple de passage de service gouvernementale à service public. Seul un 1/3 de l'information est consacrée, au maximum à l'activité officielle. Même le président de la République et le Premier ministre n'apparaissent qu'à de rares occasions.
- Je note également l'exemplarité de la BBC britannique qui ne fait aucun cadeau au gouvernement britannique. C'est le cas pour la radio et la télévision.

Selon vous, par quels moyens est-il possible d'améliorer le service public audiovisuel ?

- Il y a un moyen efficace : une vraie démocratisation du pays peut conduire à un service public de qualité. Pour cela, il faut des contre-pouvoirs crédibles. Un rôle que peut jouer l'ARAV (Autorité de régulation de l'activité de l'audiovisuel).

Annexe n°8 : Feuille de route de la Télévision Nationale



ورقة طريق الأربعاء 21 فبراير 2018

02/21	متوقع	بوزيان	المحافظة السامية للأمازيغية تشرف على الاحتفال باليوم الدولي للغة الام	تمنراست
02/21	متوقع	بطاش	قافلة طبية متنقلة الى مداشر وقرى البدو الرحل	النعامة
02/21	متوقع	بجاوي	روبورتاج حول مركب صناعة وتحويل الحديد	سطيف
02/21	متوقع	بعطوش	روبورتاج حول آليات التكفل بالأشخاص دون مأوى	قسنطينة
02/21	متوقع	بن مريم	روبورتاج حول محطة مياه السقي	تقرت
02/21	متوقع	بلخير	روبورتاج حول المشاريع الأجنبية للسكن في اليزي	اليزي
02/21	متوقع 13	عمارية	المقاهي الشعبية بين الاصاله والتاريخ والتذوق الرفيع	تلمسان
02/20	جاهز	بطاش	حملة تحسيسية لقناة القران الكريم حول المخدرات	النعامة
02/20	جاهز	بن فرج الله	تدعيم قطاع الشباب و الرياضة بالولاية	تندوف
02/19	جاهز	ماضي	مؤسسة "ماد كابل" الجزائر لإنتاج الكوابل الهاتفية و الكهربائية	غليزان
02/15	جاهز	يوطالب	نموذج لمشتلة في زراعة الأشجار المثمرة بشراكة القطاعين العام و الخاص	مستغانم
02/12	جاهز	مزوار	القوات البحرية تتدعم بسفينة شراعية " الملاح 936"	وهران
02/11	جاهز	بن زردة	التطبيق الجديد علي شبكة الانترنت للنقل "يسير" يدخل حيز الخدمة في وهران	وهران
02/11	جاهز	تومي	الحزام الأخضر..مشروع بأبعاد تنموية ينتظر الاهتمام	ورقلة
02/08	جاهز	منصور	روبورتاج حول البرنامج السكني للولاية	ادرار

Annexe n°9 : Feuille de route de la Radio Nationale(Chaine 3)

Note Matinale Lundi 03 Décembre 2018

L'Invité de la Rédaction : Souhila El-Hachemi reçoit ce matin : Mustapha Mekideche - Vice président du CNES (Conseil Economique et Social).1/ - A la veille de la tenue de la réunion de l'OPEP, l'Algérie et l'Arabie Saoudite opteront-ils pour une baisse de la production de pétrole pour le maintien des prix autour des 60 - 70 dollars le baril?2/-Les assurances de la Russie parviendront-elles à stabiliser les prix ?3/ -L'économie algérienne est fragilisée de par sa dépendance aux fluctuations des prix du baril. Comment mettre en œuvre les orientations des plus hautes autorités pour diversifier l'économie?

3 Décembre/Journée Mle des handicapés/Portrait : les personnes à mobilité réduite sont de facto exclues de la cité : presque rien n'est fait pour leur faciliter l'accès aux administrations, institutions et autres structures de service public, faute d'un mobilier urbain adapté : en cette journée Mondiale qui leur est consacrée : Ahcene Chemache dépeint le quotidien d'Abdelkader, handicapé physique, à travers ce **portrait** :

SDF/Hiver : Si les temps sont déjà durs pour les sans domicile fixe, l'hiver vient davantage aggraver leur situation : Pour leur venir en aide, certaines âmes charitables à l'image de ces associations qui se mobilisent en distribuant , couvertures, vêtements et repas chaud, entre autre aide : **Reportage** de Nouhad Belkhadem.

Santé/SIDA/Stigmatisation : Vivre avec le sida, c'est être à la fois malade et rejeté par la société : en plus de la lourdeur des traitements médicaux, la société leur impose un tout autre traitement social des plus pénibles à vivre, même en milieu hospitalier : pourtant un arsenal juridique contre leur stigmatisation existe, mais au quotidien, la situation n'est guère reluisante: **reportage** de Nouredine Himed.

Economie bleue/Conférence : Alger abrite aujourd'hui et demain une conférence méditerranéenne pour le développement de l'économie bleue et de sa préservation : **avant papier (emballé)** de Narimane Mendil.

Economie/Régions Frontalières/El-Oued : des trois communes frontalières d'El-Oued, seule la commune Taleb Larbi dispose d'un poste frontalier pour passagers, opérationnel et un autre à vocation commercialeactuellement en chantier : De quoi inspirer une dynamique économique à cette région frontalière. Reportage de Djaouida Azzoug : (extrait du reportage de la semaine)

Accident de la route/Constantine : une voiture dévale des escaliers et percute mortellement quatre personnes : **compte rendu** de Hayet Kerboua : correspondante de la chaîne trois à Constantine. (Voir dépêche)

Culture : Cinéma : 9e Fica: projection en avant-première du film "La voix des anges" de Kamel Laïche : Hayet Rahmani l'a rencontré pour vous : (voir dépêche)

International : **Mexique** : prise de fonctions le 1^{er} décembre du nouveau pdt élu en Juillet dernier : papier Tarek Draoui

Annexe n°10 : Rubriques des éditions de la Chaîne 3 et Canal Algérie

1-Les rubriques des éditions de la Chaîne 3.

Chaîne 3	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Durée du journal	01:30:00	01:38:14	01:42:00	01:45:00	06:35:14	100%
Politique	00:24:48	00:24:06	00:28:03	00:25:53	01:42:50	26.02%
Economie	00:13:07	00:09:51	00:18:25	00:13:30	00:54:53	13.89%
Social	00:12:45	00:14:54	00:14:35	00:19:21	01:01:35	15.58%
Sécuritaire	00:03:22	00:04:45	00:06:40	00:02:39	00:17:26	4.41%
Culture	00:06:20	00:04:58	00:13:58	00:10:30	00:35:46	9.05%
Sport	00:07:48	00:16:07	00:09:00	00:14:50	00:47:45	12.08%
Metéo	00:01:52	00:01:51	00:01:59	00:01:52	00:07:34	1.91%
International	00:19:58	00:21:42	00:09:20	00:16:25	01:07:25	17.06%
						100.00%

2-Les rubriques des éditions de Canal Algérie

Canal Algérie	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Durée du journal	02:34:00	02:48:00	02:57:00	02:55:00	11:14:00	100.00%
Politique	00:45:55	00:58:04	00:52:56	01:02:55	03:39:50	32.62%
Economie	00:39:35	00:32:35	00:46:30	00:37:35	02:36:15	23.18%
Social	00:28:40	00:24:46	00:38:03	00:33:20	02:04:49	18.52%
Sécuritaire	00:14:05	00:22:27	00:12:18	00:17:10	01:06:00	9.79%
Culture	00:12:40	00:15:45	00:14:55	00:18:00	01:01:20	9.10%
Sport	00:00:00	00:02:00	00:07:24	00:00:00	00:09:24	1.39%
International	00:13:05	00:12:23	00:04:54	00:06:00	00:36:22	5.40%
						100.00%

3-Les rubriques des éditions des deux Chaînes

Rubriques	Canal Algérie	Chaîne3
Politique	32.62%	26.02%
Economique	23.18%	13.89%
Sociale	18.52%	15.58%
Sécuritaire	9.79%	4.41%
Culturelle	9.10%	9.05%
Sportive	1.39%	12.08%
Internationale	5.40%	17.06%
Météo	0%	1.91%
Total	100%	100%

Annexe n°11 : Sources de l'information de Canal Algérie et Chaîne3

1-Sources de l'information de Canal Algérie

Canal Algérie	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Agences	00:16:17	00:35:15	00:34:56	00:26:50	01:53:18	21.64%
Institutions de l'Etat	01:12:00	01:05:25	01:11:53	01:26:30	04:55:48	56.51%
Journaliste/Reporter	00:17:55	00:55:55	00:31:37	00:08:55	01:54:22	21.85%
Total	01:46:12	02:36:35	02:18:26	02:02:15	08:43:28	100.00%

2-Sources de l'information de la Chaîne 3

Chaîne 3	Janvier	Avril	Septembre	Decembre	Total	%
Agences	00:20:40	00:35:05	00:13:10	00:25:45	01:34:40	29.77%
Institutions de l'Etat	00:45:30	00:56:40	00:54:45	00:49:11	03:26:06	64.81%
Journaliste/Reporter	00:07:40	00:00:00	00:06:55	00:02:40	00:17:15	5.42%
Total	01:13:50	01:31:45	01:14:50	01:18:36	05:18:01	100.00%

3-Les sources de l'information des deux chaînes

Sources	Canal Algérie	Chaîne3
Institutions de l'Etat	56.51%	64.81%
Agences	21.64%	29.77%
Journaliste/Reporter	21.85%	5.42%
Total	100.00%	100.00%

Annexe n°12 : Les modes discursifs/ genres de Canal Algérie et Chaîne3

1- Les genres journalistiques des éditions de Canal Algérie

Canal Algérie	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Brèves	00:17:43	00:34:56	00:34:56	00:26:50	01:54:25	22.39%
Comptendus	01:22:41	00:57:03	00:57:03	01:20:30	04:37:17	54.27%
Reportage	00:20:41	00:15:25	00:31:37	00:08:55	01:16:38	15.00%
Interview	00:05:27	00:11:45	00:14:50	00:06:00	00:38:02	7.44%
Analyse	00:00:17	00:00:00	00:02:20	00:01:56	00:04:33	0.89%
Total	02:06:49	01:59:09	02:20:46	02:04:11	08:30:55	100.00%

2- Les genres journalistiques des éditions de la Chaîne 3

Chaîne 3	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Brèves	00:18:40	00:19:05	00:09:10	00:17:45	01:04:40	20,55%
Compte rendus	00:38:15	00:28:05	00:33:00	00:35:31	02:14:51	42,85%
Reportage	00:03:30	00:00:00	00:06:55	00:02:40	00:13:05	4,16%
Interview	00:17:15	00:30:35	00:13:45	00:22:10	01:23:45	26,61%
Analyse	00:08:35	00:07:10	00:01:32	00:01:18	00:18:23	5,84%
Total	01:26:15	01:24:55	01:04:22	01:19:24	05:14:44	100,00%

3-Les genres journalistiques des deux médias Canal Algérie et Chaîne 3

Les genres	Canal Algérie	Chaîne3
Brèves	22.39%	20,55%
Compterendus	54.27%	42,85%
Reportage	15.00%	4,16%
Interview	7.44%	26,61%
Analyse	0.89%	5,84%
Total	100.00%	100,00%

4-Les modes discursifs des deux médias

Genres	Canal Algérie	Chaîne 3	Type d'évènements	Canal	Chaîne 3
Total	100.00%	100.00%	/	83.44%	88.62%
Compte rendu	54.27%	42.85%	Evènement rapporté		
	(direct, 47%)	(direct, 44%)			
Brèves	22.39%	20.55%	Evènement rapporté		
Interview	7.44%	26.61%	Evènement rapporté		
Reportage	15.00%	4.16%	Evènement rapporté/Provoqué	15.61%	5.48%
Analyse	0.89%	5.84%	Evènement commenté	0.95%	5.90%

Annexe n°13 : Intervenants, Canal Algérie/Chaîne 3

1-Les intervenants au niveau de Canal Algérie

Canal Algérie	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Hommes d'Etat et gouvernement	00:14:16	00:22:00	00:18:12	00:20:30	01:14:58	36.87
Experts TV	00:02:05	00:00:25	00:00:37	00:01:02	00:04:09	2.04
Institutions de l'Etat	00:26:26	00:16:50	00:13:56	00:13:35	01:10:47	34.81
Citoyen/société civile	00:06:34	00:07:52	00:03:11	00:01:20	00:18:57	9.32
Acteurs sociaux	00:09:08	00:04:45	00:09:29	00:11:06	00:34:28	16.95
Total	00:58:29	00:51:52	00:45:25	00:47:33	03:23:19	100

2-Les intervenants au niveau de la Chaîne 3

Chaîne 3	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Hommes d'Etat et gouvernement	00:08:49	00:12:57	00:10:48	00:07:55	00:40:29	36.29
Experts	00:06:27	00:06:43	00:02:47	00:02:18	00:18:15	16.36
Institutions de l'Etat	00:06:52	00:08:09	00:08:25	00:09:55	00:33:21	29.89
Citoyen/Société civile	00:03:56	00:00:50	00:01:55	00:01:03	00:07:44	6.93
Acteurs sociaux	00:02:52	00:00:00	00:05:25	00:03:28	00:11:45	10.53
Total	00:28:56	00:28:39	00:29:20	00:24:39	01:51:34	100

3-Les intervenants au niveau de Canal Algérie et la Chaîne 3

Intervenants	Canal Algérie	Chaîne3
Hommes d'Etat et du gouvernement	36.87%	36.29%
Institutions	34.81%	29.89%
Acteurs sociaux	16.95%	10.53%
Experts	2.04%	16.36%
Société civile et citoyens	9.32%	6.93%
Total	100.00%	100.00%

Annexe n°14 : sujets de service public, Canal Algérie et Chaîne

3 1-Sujets de service public au niveau de Canal Algérie

Canal Algérie	Javier	Avril	September	December	Total	%
Politique(Opposition)	00:08:32	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:08:32	4.31
Education	00:01:10	00:00:50	00:07:07	00:01:11	00:10:18	5.20
Santé	00:04:04	00:00:48	00:02:02	00:00:00	00:06:54	3.48
Habitat	00:06:57	00:00:58	00:00:00	00:00:00	00:07:55	4.00
Société	00:17:26	00:12:10	00:20:02	00:14:07	01:03:45	32.19
Eco/dev	00:12:16	00:09:07	00:10:33	00:11:35	00:43:31	21.97
Culture	00:19:54	00:12:15	00:13:18	00:11:40	00:57:07	28.84
Total	01:10:19	00:36:08	00:53:02	00:38:33	03:18:02	100.00

2-Sujets de service public au niveau de la Chaîne 3

Chaîne 3	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	%
Politique (Opposition)	00:05:53	00:00:57	00:00:00	00:00:00	00:06:50	6.57
Education	00:01:00	00:05:37	00:02:38	00:02:29	00:11:44	11.28
Santé	00:00:35	00:00:28	00:00:21	00:01:00	00:02:24	2.31
Habitat	00:02:28	00:01:24	00:00:10	00:01:26	00:05:28	5.26
Société	00:11:46	00:09:06	00:12:54	00:10:35	00:44:21	42.65
Eco/dev	00:04:00	00:03:25	00:00:00	00:03:47	00:11:12	10.77
Culture	00:05:20	00:03:55	00:05:25	00:07:20	00:22:00	21.16
Total	00:31:02	00:24:52	00:21:28	00:26:37	01:43:59	100.00

3-Sujets de service publique au niveau Canal Algérie et la Chaîne 3

Rubriques	Canal Algérie	Chaîne3
Politique (Opposition)	4.31%	6,57%
Education	5.20%	11,28%
Santé	3.48%	2.31%
Habitat	4.00%	5,26%
Société	32.19%	42,65%
Eco/dev	21.97%	10,77%
Culture	28.84%	21,16%
Total	100.00%	100.00%

Annexe n° 15 : Sujets officiels Canal Algérie et Chaîne 3

1-Canal Algérie

Sujets officiels, Canal	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	Pourcentage
Eco off	00:14:00	00:07:20	00:13:45	00:06:35	00:41:40	14,22%
Président	00:02:46	00:00:43	00:04:22	00:07:22	00:15:13	5,19%
Premier ministre	00:00:44	00:11:12	00:00:40	00:04:18	00:16:54	5,77%
Parlement	00:05:50	00:03:09	00:00:58	00:02:55	00:12:52	4,39%
Ministres	00:09:04	00:35:42	00:34:13	00:29:41	01:48:40	37,09%
Institutions de l'Etat	00:35:36	00:22:30	00:20:36	00:19:00	01:37:42	33,34%
Total	01:08:00	01:20:36	01:14:34	01:09:51	04:53:01	100,00%

2-Chaîne 3

Sujets officiels Ch3	Janvier	Avril	Septembre	Décembre	Total	Pourcentage
Eco/off	00:04:02	00:07:10	00:04:11	00:05:19	00:20:42	15,27%
Président	00:02:05	00:00:50	00:01:20	00:05:04	00:09:19	6,87%
Premier ministre	00:00:00	00:03:03	00:02:04	00:00:24	00:05:31	4,07%
Parlement	00:01:00	00:02:49	00:00:33	00:00:25	00:04:47	3,53%
Ministres	00:10:04	00:16:49	00:06:24	00:08:12	00:41:29	30,60%
Institutions de l'Etat	00:12:10	00:12:22	00:13:35	00:15:40	00:53:47	39,67%
Total	00:29:21	00:43:03	00:28:07	00:35:04	02:15:35	100,00%

3-Comparaison entre les deux Chaines

Service public/Officiel	Canal Algérie	Chaîne 3
Sujets de service public	40.33%	43.40%
Sujets officiels	59.67%	56.60%
Total	100.00%	100.00%

Annexe n°16 : Liste des tableaux et des graphiques

Tableau n°1 : Les missions de la Radio et la Télévision à travers les statuts	80-81
Tableau n°2 : Echantillonnage de l'étude	143
Tableau n°3 : Grille d'analyse du discours médiatique.	145
Tableau n° 4 : Liste des journalistes et spécialistes des médias	147
Tableau n° 5 : L'information régionale au sein de Canal Algérie et la Chaîne 3	207
Tableau n°6 : Modes discursifs, Canal Algérie et la Chaîne3	227
Tableau n°7 : Les sujets de service public et officiel à Canal Algérie et Chaîne 3	298
Liste des graphiques	
Graphique n°1 : Rubriques des éditions de 19 heures de Canal Algérie et la Chaîne 3 des mois du janvier, avril, septembre et décembre, 2016.	191
Graphique n°2 : Les sources de l'information.....	211
Graphique n°3 : Intervenants dans les éditions de 19 heures de Canal Algérie et la chaîne3	251

Table des matières

Table des matières

Remerciement	iv
Plan	v
Résumé	vi
Introduction	10
Partie I : Les médias audiovisuels en Algérie et le traitement de l'information	20
Chapitre I : La politique de l'information en Algérie	21
1-Politique de gestion des médias pendant la période coloniale et post coloniale.....	22
1-1.L'information et la propagande pendant la révolution.....	22
1-2. La période post colonial et le vide juridique informationnel	24
2- L'organisation du secteur des médias en Algérie.....	26
2-1 - Le Code de l'information de 1982.....	27
2-2. Les évènements d'octobre 1988 et la nouvelle constitution	28
2-3. Le code de l'information de 1990 et l'ouverture médiatique.....	30
2-3-1.Code de l'information de 1990	30
2-3-2.Lutte anti-terroriste et la gestion de l'information sécuritaire	32
2-3-3.La loi de l'information de 2012 et l'ouverture de l'audiovisuel.....	36
2-3-3-1. La loi organique de l'information de 2012.....	36
2-3-3-2.La loi sur l'audiovisuel.....	38
2-3-3-3.Missions et composante de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel(ARAV)	39
3- Aspect historique et organique de la radio algérienne	44
3-1 .Aspect historique	44
3-1.1.Epoque coloniale.....	44
3-1-2.Après l'indépendance	48
3-3. l'Aspect organique de la radio et la Télévision algérienne.....	50
3-3-1.Aspect organique de Radio algérienne.....	50
3-3-2.Aspect organique de la Télévision(EPTV)	52
Conclusion	56
Chapitre II : Service public des médias	58
1-L'évolution historique de la notion de service public	58
1-1. L'émergence du service public dans le monde	58
1-2.La notion et la doctrine juridique du service public en France.....	61
1-3.Service public, fonction publique et secteur public.....	63

2- Les principes de service public	64
2-1. Le principe de continuité	64
2.2.L'égalité	65
2-3.Le principe de mutabilité	65
3-Service public de l'audiovisuel	66
3-1. Définition de l'Organisation des Nations Unis pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO).....	67
3-2.Critères du service public de l'audiovisuel	68
3-2-1.L'universalité.....	68
3-2-2. Diversité	68
3-2-3.L'indépendance.....	69
3-2-4.spécificité.....	69
3-3.Mission de service public audiovisuel	71
3-3-1.Informer	71
3-3-2.Eduquer.....	71
3-3-3.Divertir	72
4- Les modèles de service public de l'audiovisuel dans le monde	72
4-1.Le modèle Britannique	72
4-2. Le modèle français de l'audiovisuel du service public.....	74
5- Le service public de la radio et la télévision algérienne	76
5-1.Le service public à travers les lois qui gèrent le secteur de l'audiovisuel en Algérie.....	77
5-1-1.La notion de service public à travers le code de l'information de 2012	77
5-1-2. La notion de service public à travers la loi sur l'audiovisuel de 2014	78
5-1-3. Loi 2016 et cahier des charges de l'audiovisuel.....	79
5-2.La mission de service public de la Télévision et la Radio algérienne à travers les statuts.....	80
2-1. La mission de la Télévision Algérienne à travers les cahiers des charges	81
5-2-2. Les missions de la Radio à travers le cahier des charges	82
Conclusion	84
Chapitre III : L'éthique de l'information médiatique	86
1. Les notions de l'éthique et la déontologie	86
1-1.Définition de l'éthique	87
1-2.Définition de la déontologie.....	89

1-3.Les piliers de l'éthique et de la déontologie du journalisme.....	90
1.3-1.L'intérêt public	90
1-3-2.La vérité.....	91
1-3-3.L'exactitude et la rigueur.....	92
1-3-4.L'équité	93
1-3-5.L'impartialité	93
1-3-6 L'intégrité	94
2. L'éthique et la déontologie du journalisme dans la législation algérienne	95
2-1.Les textes et les lois qui régissent l'éthique et la déontologie du journalisme de l'indépendance jusqu'au multipartisme	95
2-1-1.Le statut des journalistes de 1968	95
2.1.2. L'éthique et la déontologie à travers le code de l'information de 1982	96
2-2.L'éthique et la déontologie après 1988.....	97
2-2-1.L'éthique et la déontologie à travers le code de l'information 1990	97
2-2-2.La charte de l'éthique et la déontologie des journalistes algériens.....	99
2-2-3 .Le statut des journalistes de 2008	101
2-2-4.L'éthique et la déontologie à travers le code de l'information de 2012	102
2-2-5.L'éthique et la déontologie à travers La loisur l'audiovisuel	103
2-2-6.Cahier des charges de 2016	104
Conclusion	107
Chapitre IV : le traitement de l'information entre le constructivisme et le réalisme	108
1-constructivime en journalisme.....	109
1-1.L'approche de Bernard Delforce	109
1-2.La vision de Gregory Derville.....	111
1-3.L'approche de Pierre Bourdieu	111
1-4. Le constructivisme de Peter berger et Thomas Lukmann	113
2. Constructivisme en journalisme et les théories du traitement de l'information.....	115
2-1. La théorie de l'agenda setting.....	115
2-2.L'agenda building	117
2-3.La théorie de cadrage	118
2-4.La théorie de gatekeeping	120
2-4-1.Le modèle de Kurt Lewin.....	121
2-4-2.Le modèle de David Manning White.....	121

2-4-3.Le modèle d'Abraham Bass	122
2-4-4.Le modèle de John Dimmick	122
3- Le réalisme en journalisme	123
3-1. La réalité social de John R. Searle	124
3-2.L'approche de Gilles Gauthier	125
3-3 .Le réalisme de Tom Wolf.....	127
Conclusion	128
Chapitre V : Analyse du discours médiatique en contexte	130
1- Analyse du discours, une définition interdisciplinaire	130
1.1. L'école Française	131
1-2.La tendance anglo-saxonne	133
1-3.La tendance Allemande.....	133
2- Analyse du discours et les sciences de l'information et de la communication	134
2-1.L'analyse du discours médiatique selon Patrick Charaudeau	136
2-2.Le contrat de communication.....	137
3-Présentation du corpus	141
3-1 . Constitution du corpus	142
3-1-1 .La transcription des éditions.....	144
3-1-2. Elaboration d'une grille d'analyse.....	144
3-2.Les entretiens	146
3-2-1.Entretien en direct	146
3-2-2.L'entretien par questionnaire	146
3.3. L'observation participante.....	148
3-4.La méthode comparative	148
4- Le contexte spatial et temporel de la recherche	148
4-1.Le contexte politique	149
4-2.Le contexte sécuritaire	152
4-3. L'état des droits de l'Homme	153
4-4. Le contexte économique	154
4-5.Le contexte Social	156
4-6. Le contexte international	157
Conclusion	159

Partie II : Le discours d'information de Canal Algérie et de la Chaîne 3	162
Chapitre VI : L'organisation de la rédaction et conception de l'édition	162
1-L'organisation structurelle et fonctionnelle de la rédaction	162
1-1.Le directeur de l'information	162
1-2.Le rédacteur en chef.....	163
1-3.Le chef d'édition.....	164
1-4.Le chef du service des reportages	164
1-5.Les reporters	164
1-6.Les journalistes de desk.....	165
1-7.Les correspondants	165
2-Conférence de la rédaction la fabrication du journal	165
2-1.La première conférence de la rédaction	166
2-2 .La deuxième conférence de la rédaction	167
2-3.Le briefing avec le directeur général	167
3-Fabrication du journal	168
3-1. La sélection des sujets entre l'effet de l'agenda et les normes de l'information	168
3-2. Les valeurs de l'information.....	168
3-2-1.Proximité et production de l'information	169
3-2-2. La ligne éditoriale et l'agenda building	170
3-2-3.La hiérarchisation des sujets et l'agenda setting	172
3-2-3-1.Les titres.....	174
4-La présentation du journal télévisé(JT) et le journal parlé (JP).....	176
4-1.La présentation entre la notion de la paléo et la néo	179
4-2.Le look	182
4-3.Le regard	183
4-4.Les mains	184
4-5.Le sourire.....	185
Conclusion	186
Chapitre VII : Les rubriques des éditions et les sources	189
1-L'agencement des rubriques dans les éditions	190
1-1.L'information politique	191
1-2.L'information économique.....	195

1-3.L'information sociale.....	198
1-4.L'information culturelle.....	200
1-5.L'information sécuritaire.....	201
1-6.L'information internationale.....	202
1-7.L'actualité sportive.....	206
1-8.La météo.....	207
1-9.L'information régionale dans les éditions.....	207
2- Les sources des informations présentées par Canal Algérie et la Chaîne 3.....	2011
2-1. Les sources institutionnelles.....	2011
2-2.Agences de presse.....	2012
2-3. Le terrain.....	2016
Conclusion.....	220
Chapitre VIII : Les modes discursifs.....	224
1-Les modes discursifs ou le discours du genre.....	224
1-1.Les comptes rendus.....	227
1-1.1.Les comptes- rendus en direct.....	232
1-2.Les brèves.....	234
1-3.L'interview.....	237
1-4. Le reportage.....	240
1-5.L'analyse.....	245
Conclusion.....	248
Chapitre IX : Les intervenants dans les éditions.....	250
1. Les Hommes d'Etat et du gouvernement.....	251
1-1.L'éthos du président Abdelaziz Bouteflika.....	255
1-2.L'éthos du premier ministre Abdelmalek Sellal.....	259
1-3. Le discours des ministres.....	261
2. Représentants des Institutions.....	265
3. Les acteurs sociaux.....	268
4. Les experts.....	269
5. La société civile et les citoyens.....	273
Conclusion.....	277
Chapitre X : Dérives et contraintes de l'information sur Canal Algérie et sur la Chaîne 3.....	280

1-Dérives de l'information au sein de Canal Algérie et à la chaîne 3.....	280
1-1.Les manières de la dérive de l'information au sein de Canal Algérie et la Chaîne 3	284
1-1.1.Les sources	284
1-1-2.Agences de presse.....	284
1-2.La dérive dans le traitement de l'information	286
1-2-1.la responsabilité du journaliste.....	287
1.2.2. Le trop-dit.....	287
1-2-3.Le non-dit	288
1-2-4.Le mal dit.....	290
1-2-4-1.La hiérarchisation des sujets.....	290
1-2-4-2.L'orientation des sujets	291
1-2-4-3.La langue.....	291
1-2-4-4.Les chiffres	293
1-2-4-5.Les images.....	294
1-2-4-6.Les experts	295
1-2-5.La dérive de la mission de service public	296
2-Contraintes de l'information au niveau de Canal Algérie et la chaîne 3.....	298
2-1.Contraintes liées aux cahiers des charges.....	299
2-2. Contrainte de positionnement	300
2-3.Contrainte du genre	301
2-4.Contraintes organisationnelles	301
2-5.Contrainte liée à la censure et l'autocensure	302
2-6.La Doxa	303
2-7.La traduction et le doublage.....	304
2-8.Interview par téléphone.....	305
2-9.Contrainte liée au temps de la fabrication du journal.....	306
Conclusion	307
Résultats essentiels de l'étude empirique.....	311
1-L'organisation de la rédaction et conception de l'édition	311
2-Rubriques et sources.....	312
2-1. Les rubriques des éditions.....	312
2-2. Les sources	314

3- Les modes discursifs.....	314
4- Les intervenants externes dans les éditions.....	315
5- Dérives et contraintes de l'information	316
5-1. Les dérives	316
5-2. Les contraintes	317
6. Discussion des résultats	318
Conclusion générale	327
Bibliographie.....	1
Les annexes	19
Tables des matières.....	46

Résumé

Cette recherche consiste à apporter une réflexion sur le discours des médias publics audiovisuels en Algérie, en prenant comme échantillon deux médias, Canal Algérie (La Télévision algérienne) et la chaîne 3 (la Radio nationale), pendant l'année 2016.

Le dessein de notre thèse est de s'interroger sur la compatibilité du discours d'information de ces médias avec les notions du service public et les critères de l'éthique et de la déontologie de l'information médiatique.

Notre analyse du discours d'information, se focalise essentiellement sur le texte et le contexte du produit informationnel de ces deux médias, tout en appuyant notre recherche sur des données collectées par l'outil d'entretien.

La mainmise de l'Etat sur les médias lourds, à travers des cahiers des charges spécifiques, nous apparaît un facteur déterminant qui fait de ces médias des simples instruments de propagande, particulièrement la télévision, en délaissant leur vraie mission du service public.

ملخص

هذا البحث يتمحور حول التصور عن الخطاب الإخباري عبر وسائل الإعلام العمومية في المجال السمعي البصري في الجزائر و أخذنا كعينة لذلك قناة كانال الجيري الناطقة بالفرنسية و التابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري و عن الإذاعة الوطنية أخذنا القناة الثالثة بالفرنسية أيضا وهذا خلال سنة 2016. إن الهدف من دراستنا يتمحور حول إشكالية مطابقة الخطاب الإخباري لهاتين الوسيطتين الإعلاميتين مع مفاهيم الخدمة العمومية وكذا شروط أخلاقيات المهنة الصحفية.

ان تحليلنا للخطاب الإخباري اعتمد أساسا على النص و النسق بالتركيز على المعطيات التي استقينها عن طريق المقابلة, ويظهر أن سيطرة الدولة على وسائل الإعلام الثقيلة عبر دفاثر الشروط الخاصة تعتبر من العوامل التي جعلت هاتين القناتين مجرد وسيلة للدعاية بالخصوص التلفزيون وهذا بالتخلي عن المهام الأساسية المنوطة بها و التي تتمثل في الخدمة العمومية.

Abstract

This research consists on reflecting on the discourse of the public media in Algeria, taking as sample two media, Canal Algérie (Algerian television) and Chaîne 3 (the national radio), during the year 2016.

The purpose of our thesis is to question the compatibility of the information discourse of these media with the notions of public service and the criteria of the ethics and deontology of media information.

Our analysis of the information discourse focuses primarily on the text and context of the informational product of these two media, while supporting our research on data collected by the interview.

The state's control over the so-called "heavy media", through particular specifications, seems to us a determining factor that makes these media pure propaganda tools, especially television, by abandoning their true mission which is public service.