

*Traitement médiatique des événements : Problématique d'une logique double**Cas du journal Algérien « Echourouk »**Dr. Nasreddine Bouziane**Université Constantine-3***Résumé :**

Depuis des années, on recense en Algérie des centaines d'étude qui s'intéresse à la façon dont on traite un événement quelconque par les médias.

Cet article se propose non pour étudier la façon mais plutôt la logique ou plus précisément les logiques qui s'imposent dans le traitement médiatique en prétendant que cette démarche nous permettra une meilleure compréhension des mécanismes de traitement effectives et également une vue d'ensemble qui facilitera notamment la prévention de mauvais usage de l'information et à faire progresser les pratiques journalistiques en Algérie car il est à noter que la grande partie des études scientifiques focalisées sur le traitement médiatique des événements déplorent des anomalies qui peuvent provoquer des phénomènes médiatiques complexes.

Bref, l'article nous introduit tout d'abord dans la problématique et présente un ensemble de réflexions et de contributions théoriques. Puis, il expose les étapes cruciales de l'étude (développement de la problématique, choix de l'événement et de média,...). Enfin, les critères de jugements et les résultats obtenus seront exposés.

Mots clés : Traitement médiatique, événement, journal, Echourouk.

الملخص :

منذ سنوات، يمكن أن نخصي بالجزائر مئات الدراسات التي تهتم بدراسة كيفية معالجة وسائل الإعلام للأحداث المختلفة (سياسية، اقتصادية، ثقافية...).

من خلال هذا المقال نرمي ليس لدراسة كيفية المعالجة الإعلامية للأحداث بل المنطق الذي يحكم هذه المعالجة، زاعمين أن مثل هذه الدراسات تسمح بفهم أفضل لميكانيزمات المعالجة الفعلية للأحداث وتقديم نظرة أوسع تسهل سيما الوقاية من الاستعمال السيئ للمعلومة وتساهم في تطوير الممارسة الصحفية بالجزائر خصوصا وأن العديد من الدراسات التي اهتمت بدراسة المعالجة الإعلامية للأحداث تكشف جملة من النقائص والانحرافات التي من شأنها التسبب في ظواهر اعلامية معقدة.

باختصار، يستعرض المقال في البداية الاشكالية ويقدم مجموعة من الأفكار والمساهمات النظرية ذات الصلة، ثم يتوقف عند أهم المراحل التي مرت بها الدراسة، وأخيرا يعرض أهم النتائج المتوصل إليها والمؤشرات المعتمد عليها في صياغتها.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، الأحداث، صحيفة، الشروق.

Introduction :

Certes, Le monde connait de profonds changements, des changements dus essentiellement aux avancés technologiques très considérables d'une part et l'utilisation de cette technologie et ces différents supports d'une autre part. Le secteur des médias, lui aussi, est profondément touché par ces avancés. On note, il y'a déjà assez du temps, que le célèbre Mucluhan disait « Le médium est le message »¹, c'est avec cette phrase immortelle que ce grand théoricien attira l'attention à l'effet du support technique sur la communication.

Il est tout à fait clair maintenant que le progrès technique réalisé ces dernières décennies a influencé la communication et le travail journalistique, objet de cet article. C'est vrai qu'il est très difficile d'apporter un jugement complètement objectif sur le changement profond que connaît le journalisme et notamment le traitement journalistique de l'information, il est également difficile de limiter ce changement aux avancés technologiques parce que ces changements sont le fruit d'un ensemble d'opérations interactives entre plusieurs éléments politiques, économiques, culturels, sociétaux d'une part et du technologie résultat (parfois) ou moteur (autrefois) de ces opérations interactives d'une autre part.

Cette dynamique, caractéristique principale du changement médiatique, a engendré «une nouvelle sphère médiatique» ou disant tout simplement de nouvelles pratiques journalistiques dues principalement à la multiplication des établissements médiatiques et à la compétition qui se confirme du jour à l'autre.

Un enjeu de taille est désormais déterminant pour chaque média, c'est celui d'avoir une tranche respectable du public. Cet enjeu, qui devient une obsession voire même une phobie parfois, pousse les médias à créer, à changer, à renouveler et à diversifier leurs programmes et leurs façons de traiter l'information. Bref, Les médias qui voulaient se confirmer ou avoir une place respectable ont été, en quelque sorte, obligé à affranchir ou chercher de nouvelles pistes susceptible à les faire gagner plus du lectorat ou d'audience ou disant vendre leurs produits.

L'objectif de conquérir le marché ou une part du marché est indispensable voire même recommandé, il est tout à fait légitime que les médias veulent imposer et vendre leurs produits et donc assurer la survie de l'entreprise et les ressources financières qu'il faut pour continuer l'activité de production. Mais la spécificité de produit médiatique et sa double nature² ou sa double dimension³ crée un paradoxe très compliqué et difficile à gérer surtout pour les professionnels qui se trouve entre « le marteau et l'enclume ». Patrick Charoudeau, éminent chercheur, s'exprime sur ce paradoxe dans son ouvrage « Les médias et l'information ». Pour lui, les médias d'information fonctionnent selon une double logique ; une logique économique qui fait que tout organe d'information agit comme entreprise ayant pour finalité de fabriquer un produit qui se définit par la place qu'il occupe sur le marché ; et une logique symbolique qui fait que tout organe d'information se donne pour vocation de participer à la construction de l'opinion publique⁴.

Charoudeau, qui a utilisé l'expression « double logique » et non pas l'expression « double nature », voulait d'abord souligner la difficulté de regrouper entre deux logiques, la première vise le gain d'argent et accroître les bénéfices et une deuxième logique qui s'inscrit dans un rôle hyper-important c'est celui d'informer les citoyens, de les faire comprendre, suivre et analyser les évènements pour les aider par la suite à construire une opinion publique. En second lieu, il voulait distinguer entre l'intérêt de l'entreprise et l'intérêt public pour en dire que se sont deux choses complètement différentes. Et puis, il mentionnait le gap et la distance énorme qui existe entre les fins économiques et les fins culturelle. Il voulait également mentionner l'impossibilité d'une coexistence entre la logique économique et la logique symbolique. Et enfin montrer le paradoxe dans lequel se trouve un produit médiatique.

Pour les professionnels avertis, il est très difficile de faire face à ce paradoxe. Ils se trouvent assez souvent confronter à deux types de pression objectives et subjectives surtout dans quelques circonstances comme le manque d'informations, la routine d'évènements, l'absence des nouveautés, et également la pression des responsables, l'envi de faire mieux et de surmonter les difficultés liées aux moments durs mais aussi des difficultés liées à la nature de travail en lui-même.

Erik Neveu, célèbre chercheur qui a pu marquer la scène scientifique par ces analyses et ces contributions très remarquables, attire l'attention de la communauté scientifique à des éléments très

important. C'est à travers son article paru en 1999 que Neveu montre l'importance de comprendre ce qu'il a appelé « la logique interne de la presse »⁵. Même s'il le fait dans un autre contexte, il arrive à inclure et à mettre en valeur les mécanismes internes qui font bouger les médias et pourtant ils ne sont que rarement pris en considérations dans l'analyse des questions reliées aux médias. Cette logique interne des médias se compose de deux parties ; la première représente les différentes circonstances auxquelles les médias peuvent être confrontés entre autres les circonstances citées dans le paragraphe précédent comme le manque d'informations, la routine d'évènement... et bien d'autres circonstances comme les crises à titre d'exemple ; tandis que la deuxième partie représente la façon de faire face, une façon ou une réaction qui est, en effet, à l'origine de plusieurs phénomènes médiatiques.

Neveu et dans le même article cite une réaction qu'elle n'est pas tout à fait une réaction mais une stratégie en réalité, elle s'inscrit dans la logique d'« agir pour obtenir des articles ». Pour mieux comprendre cette logique, il est préférable de commencer par la logique interne des médias, c'est-à-dire que les médias passent de temps en temps par des périodes de pénurie d'informations. Avant « Le frigo » était une solution privilégiée mais actuellement et à cause de la compétition il faudrait recourir à la production d'un article voire d'un évènement au lieu de recourir au frigo.

D'autres manifestations de cette logique interne des médias est le phénomène des « Bulles médiatiques » qui a pris d'ampleur depuis quelques années dans pas mal de pays. Ce phénomène consiste principalement dans le fait d'« exploser des bombes médiatique inattendu » sous des formes diverses comme les accusations des hauts personnalités et les révélations de quelques sucres à titre d'exemple. Mais il ne faut surtout pas oublier la notion des bulles qui reflète que ce genre d'évènement est d'abord éphémère et puis il est vide au fond et enfin il n'a pas de vraie valeur et on peut le reproduire mainte fois.

Bref, les changements que connaît le travail journalistique et notamment la manière de traiter l'information sont très considérables et il ne faut surtout pas les négliger parce que le produit journalistique peut éventuellement représenter un danger public. D'abord, c'est un produit de large consommation, et puis c'est un produit précieux qui transmet des valeurs, des modes de vie, des connaissances ou disant c'est un porteur de culture, enfin et pour ne pas tardé c'est un produit unique qui a des fonctions multiples difficiles à savoir leurs effets. Par ces quelques arguments, on peut facilement réaliser le danger que peut représenter un produit médiatique dans l'espace public. La problématique classique relative à l'effet des médias ou même l'autre problématique concernant la bienfaisance ou la malfaisance des médias sur l'individu demeurent dépassées. Le fond de questionnement alors s'oriente vers le comment. C'est dans ce volet qu'on trouve des travaux pionniers comme ceux de Gamson, Gitlin et Champagne mais aussi des travaux récents comme ceux de Neveu. Ces travaux et autres se sont penchés principalement à montrer la relation entre les médias et les différents composants de l'espace public et justement montrer comment les médias influencent et s'influencent.

Pour Neveu, c'est les médias qui détiennent la force de doter une action d'un sens commun, ils peuvent créer à travers une action tout un débat public voire même la transformer en un problème social⁶. Marc Raboy ne manque pas de signaler ce fait dans un article scientifique, il a tenu à préciser que l'activité principale des médias se situe dans le champ symbolique ; il s'agit de construction du sens, c'est par les médias que le geste fut doté de son sens⁷. Charoudeau, lui aussi, confirme que les médias ne transmettent pas ce que se passe dans la réalité sociale, ils imposent ce que construit l'espace public⁸. Donc c'est la médiation des actions qui rendent ces actions visibles et c'est à travers la médiation qu'elles se sont dotées de sens.

Ces réflexions sur la place et le rôle des médias ne tentent guère d'ignorer les autres acteurs actifs dans l'espace public. Neveu par exemple admit que la médiation peut avoir lieu soi par la

volonté des médias eux même soi par la volonté d'un autre acteur actif dans l'espace public (Le gouvernement, les partis politiques...). L'écrivain arabe Farouk Abouzid exprime la relation entre les médias et les autres acteurs si parfaitement en disant : Les médias représentent un pouvoir et ils sont indispensables pour pratiquer les autres pouvoirs⁹.

Vu donc la place, l'effet et l'importance des médias dans l'espace public et également les changements que connaît ce secteur sensible mais aussi l'impact considérable qu'il peut éventuellement toucher le système sociétal en place, un envi énorme me poussait à étudier ces différents changements accompagnés de plusieurs phénomènes. Cet envi s'est consolidé davantage avec le temps surtout que quelques constats repérés sur le terrain nourrissaient jour après l'autre cet envi. Ces constats ont été relatifs principalement aux transformations que connaît l'espace médiatique international certes mais surtout l'espace médiatique arabe et plus précisément algérien. On constatait alors la compétition rude qui prenait place et se confirmait jour après jour. On constatait également une sorte de contagion des pratiques journalistique et une sorte de reproduction des phénomènes apparus depuis des années. Plusieurs entreprises médiatiques recourent à des épreuves occidentales considérées comme exemples. Certes, le recours vers les autres expériences pour en tirer des leçons est complètement raisonnable et bénéfique mais il existe plusieurs contraintes relatives surtout à l'ignorance des effets dangereux de ces phénomènes sur « la santé mentale de la société ». Pour mieux illustrer ce danger, il suffit de revenir aux travaux de « fondateur » des sciences de l'information et de la communication « Harold Lasswell ». IL s'est prononcé depuis des décennies sur la capacité déterminante des médias dans l'apport d'individu avec son environnement, d'ailleurs, il attribua aux médias trois fonctions ; la première c'est de permettre à l'individu de connaître son environnement et deuxièmement la surveiller et apercevoir les changements que subisse pour enfin lui permettre d'être en harmonie avec son environnement mais aussi avec sa société¹⁰. C'est à travers les médias donc que les individus aperçoivent l'actualité et une grande part de la réalité. Il s'agit donc d'un danger de manipulation, un danger de reconfiguration de l'esprit, un danger de redéfinition des valeurs, des modes de vie, des priorités et en gros de la vie humaine.

De cette importance et également de ces préoccupations, une réflexion sérieuse est née. L'objectif principal consistait dans le fait d'étudier soigneusement les productions journalistique et la façon dont les informations sont traitées pour tenter de comprendre les logiques qui s'imposent lors du traitement médiatique des évènements, un traitement qui est assez souvent l'origine des anomalies et du manque de professionnalisme.

Pour le faire, nous avons procédé à une étude que nous retraçons en ce qui suit ses étapes cruciales:

1- Développement d'une problématique :

Au départ, on avait du mal à formuler une problématique scientifique car il existait plusieurs pistes, plusieurs angles d'attaques et plusieurs effets parasites qui compliquaient la tâche de cerner la problématique mais d'abord la concrétiser surtout que notre orientation initiale était dirigée vers l'étude des différents phénomènes relatifs à la production journalistique. Il était tellement difficile de fragmenter les relations interactives auxquelles régissaient ces différents phénomènes complexes voire même de déterminer avec précision les composants et les éléments qui les influencent, au point où, on a du abandonner la recherche plusieurs fois pour en revenir toujours une autre fois. Le grand obstacle était de concevoir une méthodologie scientifique fiable qui pourrait, d'une part, satisfaire les besoins très complexes de la recherche et d'une autre part permettre de récolter des données et des résultats vérifiables et plus au moins juste.

Il fallait donc trouver le fil conducteur et prendre un peu de recule pour cerner la problématique. En fait, le fond du questionnement se penchait sur le traitement médiatique des

faits, des événements et en gros de l'actualité. Donc c'est par le commencement qu'il fallait commencer et on s'interrogeait alors sur la façon dont les événements, surtout, sont traités par les médias. S'agit-il d'une logique économique dominante ou une logique symbolique?

Vraisemblablement, et dans un premier temps, la problématique de recherche apparaissait facile à cerner. En effet, elle est plus compliquée de ce qu'il paraît car il est très difficile de regrouper un ensemble d'indices qui nous permettrons d'apporter des jugements objectifs. Pour nous, c'est à travers l'étude de la façon dont les événements sont-ils traités qu'une éventuelle réponse émanera sur cette question. La probabilité des résultats et l'existence d'une autre conception méthodologique qui s'oriente vers l'étude des producteurs des messages médiatique et non pas les messages eux-mêmes représentaient des freins pour l'étude et nourrissaient un doute frustrant.

C'est donc à la recherche d'une réponse probante que notre effort s'est concentré. Notre choix méthodologique qui s'intéressait à l'étude de produit médiatique n'a pas changé pour des raisons objectives attachées au non collaboration des producteurs souvent et aussi au doute dans la crédibilité et la validité des réponses mais surtout pour distinguer entre les convictions et les intentions des producteurs des messages médiatique et le produit médiatique lui-même parce que ce produit peut ne pas servir ces convictions et ces intentions si parfaitement. Donc le produit médiatique restait au centre de notre approche méthodologique, une approche qu'on a œuvré à développer et à forger afin de répondre aux besoins de la recherche.

2- Choix de l'évènement :

Deuxième étape très essentielle dans la démarche de notre recherche était le choix des événements pour pouvoir étudier et suivre le processus de traitement de ces événement et à travers eux repérer les bases ou disant les fondements rédactionnels sur lesquelles s'appuient les rédacteurs dans le traitement d'informations et de l'actualité.

Dans un premier temps, l'objectif consistait à regrouper un nombre important des événements et tenter d'extraire les traits significatifs qui pourront «dessiner» les repères d'une éventuelle logique ou stratégie de traitement de l'information. L'analyse et la comparaison de la façon de traitement de ces événements demeuraient indispensables. Mais les anomalies regroupées lors de la phase de documentations d'un nombre important des monographies, des études, des articles et des livres ont réorienté notre première conception méthodologique qui se centrait désormais sur un seul événement pour plusieurs raisons :

- Des raisons méthodologiques en premier lieu relatives essentiellement à la difficulté de classer les événements dans des catégories distinguées car il y'avait toujours des intrusions entre ces catégories, ce qu'influence le processus de la récolte des données qualitatives et donc la crédibilité des résultats. Ce premier obstacle, qu'on associe à ce que les méthodologues appelaient l'impact des effets parasites dans les sciences sociales, nous a poussés à privilégier la restriction des événements à un seul événement et tenter de recourir par la suite à une démarche inductive en vu de se permettre de généraliser les résultats obtenus pour pouvoir déterminer enfin les tendances rédactionnelles et présenter un diagnostic plus au moins profond sur les choix rédactionnels et la façon dont les événements sont traités.

- Des raisons théoriques en second lieu relatives principalement à une position théorique qui suggère la crise comme un moment idéal pour effectuer une étude des médias, une position qui vise à dévoiler la réalité et se procurer des résultats justes et au même temps faciliter la tâche des chercheurs prétendants à la découverte de la réalité qui reste bien évidemment proportionnelle. Cette position théorique pense que les crises sont des périodes fertiles pour étudier les médias et notamment la production médiatique¹¹. Il nous ne manque pas de signaler l'existence de plusieurs fondements théoriques qui justifient la force de cette position, et de signaler également la variété des justifications variables selon la variété de l'objet de recherche et les circonstances ou les facteurs qui l'influencent.

- Des raisons personnelles enfin qui s'inscrivent dans un volet beaucoup plus subjectif qui vise d'abord à rationaliser ou disant tenter de minimiser les efforts de récolte et d'analyse des données tant que l'évènement choisi peut répondre aux préoccupations de la recherche, et également mettre fin à un effort de réflexion fatigant (pour moi), colossal et rentable (je l'espère).

Convaincu de ces raisons, nous nous sommes penchés sur la sélection et le choix du l'évènement mais un autre obstacle venait rompre notre travail, c'est celui du choix de la période idéale pour effectuer l'étude. Peu de temps après le choix était très clair car une crise médiatique s'est déclarée entre l'Égypte et l'Algérie.

L'évènement : un match pas comme les autres

Un match de football, qui devait être ordinaire, est devenu une véritable crise médiatique puis sportive et rapidement diplomatique entre deux pays, un antécédent imprévu bouleversait les relations dites « fraternelle » entre l'Égypte et l'Algérie suite à un match de football.

Ce match historique a eu lieu en novembre 2009 lors d'une rencontre qui s'inscrivait dans le cadre des éliminatoires qualificatives à la coupe du monde, un match précédait par un intérêt médiatique sans précédent dans les deux pays notamment par un certain nombre des médias. L'enthousiasme était alors au rendez- vous et plusieurs dérapages aggravaient la situation qui est devenue très vite une crise inquiétante entre l'Égypte et l'Algérie. La communauté arabe, elle aussi, était en quelque sorte stupéfiée, cette crise suscitait même l'intérêt de la communauté internationale (une large médiatisation de match et de l'après match sous des différents formes et supports ; articles de presse ; analyses ; films ; vidéo ; émissions...).

Pour la présente étude cet évènement, qui est à l'origine d'une véritable crise, représente un terrain fertile pour étudier la production médiatique et la façon avec laquelle les médias traitaient l'information en sachant que les médias ont été accusés d'aggraver la crise voire même de la produire.

3- Choix du média :

Le choix du média me semblait très évident après avoir choisi l'évènement. Comme observateur, j'étais impressionné par le tirage de journal quotidien algérien « Echourouk » dans cette période de crise. Non seulement le tirage dépassait les deux millions d'exemplaires –un chiffre record en Algérien et même dans les pays arabes et africains- mais aussi le journal arrive à convertir des francophones vers la lecture d'un journal arabe et donc conquérir des nouvelles tranches du public. Le journal arrive également à promouvoir et son nom et sa place et sa lectorat dans le monde extérieur et notamment arabe, il s'est classé en 2^{ème} position selon le classement de *Forbes*.

Dans cette période de crise et même un peu avant « Echourouk » était en quelque sorte une référence incontournable sur le match, un match qui représentait un évènement majeur pour le journal, donc, un espace considérable a été consacré à cet évènement qui faisait l'objet d'un suivi intense et détaillé.

En plus de l'intérêt consacré à cet évènement par le journal, Il suffit de revenir au tirage qui dépassait les deux millions pour mentionner l'importance de notre choix en n'oubliant surtout pas que peu avant le tirage global de l'ensemble de la presse algérienne (plus de 75 titres¹²) était dans les limites de 2.5 millions d'exemplaires par jour¹³. Nous voulions également mentionner que le nombre des lecteurs du ce journal dans cette période dépassait certainement les deux millions si nous prenons en considération la possibilité d'un partage du journal entre deux personnes voire même plus parfois, donc un large public et éventuellement une grande influence.

Il existe également d'autres raisons relatives essentiellement aux orientations rédactionnelles de ce journal car je constatais -parfois comme observateur de l'espace médiatique et parfois comme lecteur critique- un traitement disant un peu spécifique du à une réorientation rédactionnelle suite à un nouvel ordre et une réorganisation administrative apparemment (départ de directeur de publication Anis Rahmani et l'installation d'une nouvelle administration). Un

traitement que nous trouvons dans pas mal de fois émotionnel, guidé et « emballé » d'une certaine manière « soupçonné ».

Ces constats superficiels non prouvés m'encourageaient à choisir « Echourouk », une entreprise d'abord privée dite « indépendante » (donc elle a la capacité d'initier et de tenter de nouvelles approches) et puis c'est une entreprise qui veut s'affirmer dans un environnement compétitif (plus de 75 quotidien et une compétition rude surtout avec le journal d'expression arabe « Elkhbar ») et enfin une entreprise qui veut se montrer innovatrice et proche du citoyen.

Nous devons signaler enfin que ce journal ne peut en aucun cas être représentatif de la presse algérienne, il représente en effet qu'un échantillon que nous avons choisi en se basant sur les constats ci-dessus.

4- **Récolte des données :**

L'opération de collecte des données dans la présente étude a eu lieu grâce à l'utilisation de l'observation et de l'analyse de contenu. Ces deux outils ont été très bénéfiques pour l'étude. Dans un premier temps l'utilisation d'une observation « armée » nous a facilité la tâche de repérer des constats ou disant des anomalies dans le traitement d'information, de sentir le problème pour ensuite formuler la problématique et de cerner et déterminer les limites de l'objet d'étude. Il s'agit alors d'une observation qui tente d'entrer dans un contexte social avec des grilles de lecture permettant de saisir les faits lorsqu'ils se produisent en repérant les contextes et les événements qui les ont précédés et qui les suivent. La technique de l'itinéraire des pratiques était très intéressante, une technique qui renoue le lien avec la logique interne de la presse déjà mentionnée ci-dessus.

Après cette première phase qui dessiner la forme et l'orientation de l'étude et afin de concrétiser davantage notre démarche, on a recouru à l'analyse de contenu. Cet outil très performant nous a permis de fournir les données essentielles qui répondaient à nos préoccupations.

Il reste à mentionné que l'opération d'analyse de contenu a touché 66 numéros répartis sur une période de trois mois à savoir :

- Octobre 2009 : tous les numéros apparus entre le 11 et le 31 octobre, en totale 18 numéros.
- Novembre 2009 : tous les numéros apparus dans ce mois sauf les numéros 2767, 2773, 2776 et le numéro 2781, en totale un nombre de 23 numéros.
- Décembre 2009 : tous les numéros apparus dans ce mois sauf le numéro 2800, en totale un nombre de 25 numéros.

Certes, le choix de cette période n'était pas au hasard mais elle obéisse à un ensemble de considérations logiques et objectives ;

Le numéro de 11 octobre 2009 représente le premier numéro qui s'intéresse au match Egypte-Algérie. Donc avant un mois du match, le journal commence à traiter cet événement et il ne cesse de le traiter même après le match. C'est pour cela, l'étude voulait retracer le traitement médiatique du l'évènement depuis son commencement et le suivre au fil du temps en prenant compte le contexte qui régissait dans cette période de trois mois (le mois qui précédait le match, le mois du match et le mois qui succédait le match). En plus, les numéros non touchés par l'étude n'ont pas été exclus volontairement mais pour d'autres causes qui nous dépassaient.

5- Résultats et analyses :

Très brièvement, les résultats peuvent être rapportés comme suit :

- Manque de professionnalisme dans le traitement de l'information relatif à cet événement.
- Investissement du journal dans l'évènement avec une sorte d'opportunisme pour faire évoluer le tirage, l'image et les revenus du journal.
- La présence d'une manipulation
- La présence d'une influence négative sur le public.
- La présence des phénomènes complexes dans le traitement médiatique des événements.

Pour reformuler ces résultats nous nous sommes basés sur les indices suivants :

A- Pour le résultat numéro1 :

Il me semble très important de préciser au départ que les indices ci-dessous auxquels nous nous sommes basés dans la formulation de premier résultat sont tirés des codes de principe de journalisme¹⁴. Les indices repérés dans l'analyse de contenu sont:

- Absence de la séparation entre fait et commentaire.
- Publication des informations erronées.
- Absence de rectification des informations erronées.
- Les faits ne sont pas recueillis et rapportés avec impartialité.
- Manque de respect humain de l'autre dans les articles.
- Présentation violente des événements relatifs au match (violence langagière à travers les propos et visuelle à travers les images).

B- Pour le résultat numéro2 :

Les indices de ce résultat sont :

- Avant un mois du match Egypte-Algérie et avant même un autre match décisif que l'Algérie devait jouer dans le cadre des mêmes éliminatoires avec l'équipe du Rwanda, le journal « Echourouk » orientait les regards vers le match d'Egypte et le donnait d'autre proportion.
- L'utilisation des mots trop forts pour qualifier la rencontre entre les deux équipes (Le match de la haine, la guère des taureaux...)
- La sur-médiatisation du match.
- L'espace important et apparent réservé au match (13 unes dans le mois d'octobre par exemple, plus de quatre page quotidiennement...)
- Le journal passe de temps en temps des messages publicitaires indirects et implicites et se prétend garant, porte-parole et représentant des Algériens¹⁵.

C- Pour le résultat numéro3 :

Les indices de ce résultat sont :

- Orientation des articles (concentration sur les éléments nerveux qui touche les Algériens et qui les poussent à réagir et à bouger).
- Retour sur l'histoire politique et militante des deux pays pour réchauffer la température.
- Elargissement de sujet qui dépassait complètement le volet sportif.
- Mobilisation des acteurs différents et les interviewer sur le match (chanteurs, politiciens...).

Enfin et pour se procurer des deux derniers résultats nous nous sommes basés sur des faits observés qui ne relève pas sur des indices scientifiques précis mais beaucoup plus sur des observations pour le 4^{ème} résultat et des conclusions pour le dernier résultat. Ces observations sont :

- Le foot devenait dans cette période et même un peu après une première priorité.
- L'intérêt consacré au foot par les citoyens (dominance du foot comme sujet de discussions).
- La glorification des joueurs du foot.

Il faut dire enfin que l'analyse de contenu nous a énormément aidés à obtenir ces résultats qu'ils me semblent très importants mais il ne faut surtout pas oublier le contexte qu'il régissait dans cette période. Les médias de l'Egypte eux- aussi ont mené une guère médiatique contre l'Algérie qui ne respectait ni la dignité des Algériens ni autre chose...

Bref, la présente étude n'a pas pour objectif de culpabiliser un coté ou un autre ni répondre aux arguments avancés par l'un des deux cotés comme l'argument avancé en Algérie qui tente de justifier la position de « Echourouk » en considérant que le journal réagissait contre les agressions des médias Egyptiens.

Pour notre étude l'objectif était d'apporter une description analytique de la façon dont « Echourouk » traitait cet évènement. Il se peut que le journal dans cette période fût emporté par les évènements mais cela ne change guère la responsabilité sociale qu'il a envers son public.

« Echourouk » représentait également l'objet de notre questionnement, c'est pour cela que les autres médias soit Algérien ou Egyptien n'ont pas étaient présents dans l'article. Le choix aussi d'un média Algérien et non Egyptien relève d'une conviction personnelle qui s'oriente vers l'étude de soi avant l'autre. Pour nous, le chercheur doit s'intéresser à son pays et à sa société en premier lieu pour tenter d'apporter des remèdes aux différents problèmes. Nous pensons également que le respect de l'autre et la recherche d'objectivité, la crédibilité et la scientificité nous poussaient comme chercheur algérien de se contenter d'étudier le coté Algérien qui représente le centre de notre intérêt.

Il nous semble tout à fait légitime et objectif de mentionner l'effet positif de traitement médiatique de cette évènement celui de faire ressortir et montrer l'attachement des algériens à leurs pays mais cela ne cache pas notre orientation qui se concentre sur les aspects négatives qui représentent pour nous un danger public considérable.

Conclusion :

Effectivement, le traitement médiatique de l'information et des évènements connaît de profond changement dans le fond comme dans la forme, un changement qui se base essentiellement sur cette coexistence entre la logique économique et la logique symbolique comme le montre clairement l'analyse du traitement des évènements relatifs au mach Egypte-Algérie, un traitement a visé économique pour l'entreprise en premier lieu et qui a engendré une véritable crise entre deux pays.

Nous pensons sincèrement qu'il demeure important d'effectuer des études qui peuvent transcrire et illustrer ces changements pour pouvoir les gérer et être conscient des résultats bénéfiques ou désastreuses qui peuvent être récoltés car à travers cette modeste étude et bien évidemment les autres études, on se rend compte assez souvent qu'il existe des dérapages, des anomalies et des inconvénients dans le traitement médiatiques des évènement, et bien évidemment un éventuel danger sur le public (manipulation et autre) est toujours présent.

Pour nous, le plus important ce n'est pas le passé mais plutôt le futur, il faut savoir tirer des leçons et mieux encore agir pour l'avenir si on est vraiment convaincu que les médias représentent un support super puissant. C'est pour cette raison nous suggérons :

- La programmation des formations continues pour renouveler les connaissances des acteurs médiatiques notamment les journalistes et les sensibiliser et surtout inculquer en eux le sentiment d'une responsabilité sociale envers le citoyen et le public
- Elaboration de toute une stratégie pour aboutir à une éducation aux médias destinée aux différents composants de la société (les élèves dans les écoles, les étudiants dans l'université, et également la société civile...). Il ne faut surtout pas oublier qu'il existe des médias étrangers qui véhiculent des cultures, des modes de vie, des idées et toute une conception de la vie humaine et auxquels il faut faire face avec une éducation performante qui sert comme le vaccin.

- Instauration d'un observatoire scientifique neutre et indépendant qui aura pour mission de veiller sur la qualité d'information sans toucher ou limiter la liberté d'expression car il aura un rôle consultatif et informationnel.
- Encouragement des études scientifiques qui s'articulent sur les phénomènes relatifs aux médias et aux productions médiatiques.

Reference

- ¹-Pour plus d'éclairage, consultez : http://archives.radio-canada.ca/arts_culture/medias/clips/1675/ et également http://www.philo5.com /Les%20philosophes %20Textes/McLuhan _LeMedium EstLeMessage.htm
- ² - Bernard Deforce. La responsabilité sociale du journaliste :donner du sens. Les cahiers du journalisme. N2. P17.
- ³ - Ministère de la culture et de la communication. Les états généraux de la presse écrite. La république française. 2009. P5.
- ⁴ - Patrick Charoudeau. Les médias et l'information. 1^{ère} édition. Édition De Boeck université. Bruxelles. 2005. P13.
- ⁵ - Erik Neveu. Médias, mouvements sociaux, espace public. In : réseau. Volume17. N98. 1999. P21.
- ⁶ - Narcisse Nicolas. Crise médiatique et responsabilité de l'entreprise dans l'espace public. In: revue « Communication et langage s ». N°151, 2007.pp126-127.
- ⁷ - Marc Raboy. Crise des médias, crise de société. In : revue de communication. Volume 14. N 01. 1993. P17.
- ⁸ - Patrick Charoudeau. Op.cit. p12.
- ⁹ - فاروق أبو زيد. الإعلام والسلطة: إعلام السلطة وسلطة الإعلام. عالم الكتاب. القاهرة. مصر. 2007. ص:98.
- ¹⁰ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط3. الدار المعرفية اللبنانية. القاهرة. مصر. 2002. ص:71.
- ¹¹ - Narcisse Nicolas. Op. cit. p126.
- ¹² - كتابة الدولة لدى الوزير الأول المكلفة بالاتصال. كتاب الاتصال. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. ماي 2009. ص42.
- ¹³ - المرجع السابق. نفس الصفحة.
- ¹⁴ - Pour plus d'éclairage, vous pouvez consulter le site de La fédération internationale des journalistes (ifj) <http://www.ifj.org> ou également consulter d'autres sites comme celui (L'ABEJ) l'Association Belge des Editeurs de Journaux et aussi La FNHI est la Fédération Nationale des Hebdomadaires d'Information (devenue, en 1999, FEBELMA).
- ¹⁵ - كعينة عن بعض العناوين نذكر: "جيش شعب معاك يا الشروق"، "طوارئ وسط القراء للحصول على نسخة"، "الشروق تواصل ملحمة تحطيم الأرقام: مليون ونصف مليون نسخة في بلد المليون ونصف المليون شهيد"، "الشروق تتصدى للغزو الفضائي المصري"...