

École Nationale Supérieure des Sciences Politiques

Département des politiques publiques et système politiques
comparé

La couverture médiatique internationale de la chaîne AL24 News de la campagne électorale des élections présidentielles de 2024: Analyse de l'émission l'Hebdo Show

En vue d'obtention du diplôme de Master en sciences
politiques

Présenté et soutenu par:
YALA Lyna

Encadré par:
Pr. HAROUN Malika

Membres du jury de soutenance:

Dr. Meriem ALAOUI	École Nationale Supérieure des Sciences Politiques	Présidente
Dr. Massiva AIT OUARAB	École Nationale Supérieure des Sciences Politiques	Examinatrice
Dr. Malika HAROUNE	École Nationale Supérieure des Sciences Politiques	Encadrante

Année universitaire: 2024/2025

Remerciements

Avant tout développement sur cette recherche, il apparaît judicieux de commencer ce mémoire par des remerciements à ceux qui m'ont beaucoup appris au cours de mes cinq ans d'étude, et même à ceux qui ont eu la gentillesse de faire de ce cursus un parcours très productif.

La réalisation de cette thèse a été possible grâce à un ensemble de personnes à qui je voudrais témoigner toute ma gratitude: Je remercie donc Dr. HAROUN Malika, professeur à l'École Nationale Supérieure des Sciences Politiques, pour ses précieux conseils sur la planification, la recherche, et la rédaction de mon mémoire.

Je remercie Dr. Sami KABECH ainsi que Mr. Hamza GHOUL, pour leurs soutien, leurs encouragements mais surtout leurs disponibilité qui a été d'une grande aide.

Aussi, je remercie Mr. ABERKANE Mohamed, mon encadrant de stage qui m'a formé et accompagné tout au long de cette expérience professionnelle avec beaucoup de patience et de pédagogie, ainsi que Mme. Sofia ZEKAGH qui était aux petits soins à mon égard. Je remercie l'ensemble des employés de la chaîne AL24 News pour les conseils qu'ils ont pu me prodiguer au cours de ce mois.

Je tiens à remercier notamment le corps professoral et administratif de l'École Nationale Supérieure des Sciences Politiques pour la qualité de l'enseignement, sans lequel je n'aurais pas accomplis mes objectifs.

Dédicaces

*À Maman, Jedis, Jides, et Mohamed Ali, merci d'avoir fait preuve de patience durant les moments où mon mauvais caractère a pris le dessus.
À la mémoire de mon père.*

Lynn

Abstrait

Cette étude se penche sur la couverture médiatique de la chaîne étatique internationale AL24 News de la campagne électorale des élections présidentielles algériennes du 7 septembre 2024, en analysant les deux numéros du Talk-show "Hebdo Show " traitant l'actualité hebdomadaire des deux semaines de la campagne électorale. L'étude vise à décrypter le message transmis par cette chaîne durant cette période critique des élections présidentielles algériennes à travers une analyse du contenu de l'émission télévisée, et en se basant sur deux cadres théoriques: la théorie d'Agenda Setting, et la théorie de cadrage. Il est d'une importance majeure de décoder le message d'une chaîne du service public, dont la finalité est d'être le miroir de la politique étrangère algérienne aux yeux d'une audience internationale. L'étude arrive à la conclusion que la chaîne vise à altérer la perception de ces téléspectateurs de cet événement politique, a travers des moyens subtiles.

Mots clés: couverture médiatique, élections présidentielles, AL24 News.

Abstarct:

This study explores the media coverage of the international governmental channel AL24 News of the election campaign for the Algerian presidential elections on September, 7th, 2024, analyzing the two issues of the "Hebdo Show" talk-show covering the weekly news of the two weeks of the election campaign. The study aims to decipher the message transmitted by this channel during this critical period of the Algerian presidential elections through an analysis of the content of the television program, and based on two theoretical frameworks: the Agenda Setting theory, and the framing theory. It is of major importance to decipher the message of a public service channel, whose purpose is to be the mirror of Algerian foreign policy in the eyes of an international audience. The study concludes that the channel aims to alter viewers' perception of this political event, through subtle ways.

Keywords: media coverage, presidential elections, AL24 News.

Introduction Générale

Introduction Générale

La moyenne du temps passé devant un écran télévisé est une préoccupation de plusieurs : les académiciens de la communication, les professionnels des technologies audiovisuelles, les think tanks des médias audiovisuelles, mais surtout, les grands clients de ces derniers: les conglomérats médiatiques, les principaux acteurs de l'industrie qui se voit en quête constante d'augmentation de ce nombre d'heures passées derrière l'écran de la télévision. Dans cette industrie, on trouvera des enseignes de toutes les tailles, appartenant à toutes sortes d'élites, de toutes sortes de Business Model, et de toutes sortes d'orientation social, politique, économique et culturelle, pour la majorité, ce seront des médias professionnels. Cette industrie crée et fait partie d'une société où tout se sait à travers les médias, l'information si relayé à multiples reprises, perd son momentum, et le prix à payer pour le média est important. Les médias se sont frayés un chemin et une place dans la société, ils sont responsables envers elle, et leur audience a plusieurs attentes: les médias dans la sphère publique se voient responsable de construire une autonomie et un sens de la participation dans un système démocratique chez l'audience, plusieurs ont remis en question ce rôle, de plus en plus de médias gardent les individus dans l'ignorance constante, ou du moins dans la connaissance superficielle de par divers moyens. Tout semble digne d'intérêt médiatique, et certaines informations semblent moins mauvaises si ces dernières sont placées juste après une publicité. Les médias de masse guidée par la manipulation de l'élite a été au cœur du fonctionnement du capitalisme dans les démocraties libérales, bien qu'elles ne soit ni libéral et ni démocratique réellement.

Les médias contrôlés par l'état ne sont pas aussi fameux, pendant que les médias du service public sont supposés être un partial, la réalité prouve l'opposé complètement, et s'avère être tout aussi manipulés par des élites politiques, transformant le téléspectateur en un individu passif, obéissant.

En Algérie, le paysage médiatique se caractérise par une histoire complexe: de la dépendance à la législation française de l'information, à l'ouverture graduelle à la privatisation jusqu'à l'opacité du champs médiatique, on abordera dans les chapitres qui suivent les étapes les plus pertinentes du parcours. Une autre caractéristique phare est la régulation stricte, qui n'a pas changé au fil des années, qui a certainement pris de nouvelles formes. L'évolution de ce secteur reflètent les dynamiques politiques et sociales du pays. Depuis l'indépendance, les médias algériens ont évolué dans un cadre où l'état exerce un contrôle important, encadrant étroitement la diffusion de l'information par exemple. Cette régulation rigoureuse a façonné un environnement médiatique où la

Introduction Générale

pluralité des voix reste un défi, notamment face aux enjeux politiques majeurs comme les élections présidentielles.

La consommation de l'actualité par les individus, surtout en période électorale, joue un rôle fondamental dans le fonctionnement de la démocratie. Lors des campagnes électorales, les citoyens se tournent massivement vers les médias pour s'informer sur les candidats, leurs programmes, ainsi que sur les enjeux politiques, économiques et sociaux qui conditionneront l'avenir du pays. Ces moments sont caractérisés par une intensification du flux d'informations, où les médias deviennent le principal vecteur de communication entre les acteurs politiques et le public. Ils ne se contentent pas de relayer des faits, mais participent activement à la construction du récit électoral, en sélectionnant, hiérarchisant et interprétant les événements.

Par ailleurs, la consommation de l'actualité en période électorale ne se limite pas à une simple réception passive : les individus mobilisent leurs capacités critiques, comparent les sources, et construisent progressivement leur opinion politique.

La nature même des campagnes présidentielles accentue cette dynamique. Ces campagnes sont souvent marquées par une compétition intense entre plusieurs candidats, chacun cherchant à capter l'attention des électeurs par des stratégies de communication sophistiquées. L'attention médiatique est alors particulièrement vive, avec une couverture souvent exhaustive et parfois polarisée. Cette situation impose une analyse approfondie des contenus diffusés, car les messages médiatiques peuvent influencer non seulement la perception des candidats, mais aussi la qualité du débat démocratique. Comprendre la manière dont les médias présentent la campagne, quels thèmes ils privilégient, et comment ils encadrent les discours, est donc essentiel pour saisir l'impact réel de la couverture médiatique sur la société.

La campagne électorale des élections présidentielles algériennes de septembre 2024 s'inscrit dans ce contexte particulier. Elle a été suivie de près par différents médias nationaux et étrangers, dont la chaîne AL24 News, qui a consacré à cette période deux numéros de son émission "Hebdo Show". Cette émission, par son format et sa ligne éditoriale, offre un terrain d'étude pertinent pour comprendre comment la campagne a été couverte: traitement et présentation, et quels aspects ont été mis en avant, et comment le message politique a été transmis aux téléspectateurs.

Introduction Générale

Problématique de recherche:

Cette étude de cas soulève plusieurs questions essentielles, la problématique générale se présente comme suit: Quelle est la nature du message transmis par l'émission Hebdo Show durant la campagne électorale des élections présidentielles algériennes de 2024?

Sur la base de toutes ces considérations, les principales questions qui émergeront sont:

Quel effet ont les médias de masse sur la société? Et de quoi est fait le paysage médiatique algérien?

Quelle est l'importance de la campagne électorale des élections présidentielles algériennes de 2024?

De quoi est fait le message de l'émission Hebdo Show sur la campagne électorale des élections présidentielles de 2024?

D'autres questions sont relevées entre autres:

Quel rôle joue aujourd'hui la chaîne AL24 News dans le secteur des médias, et dans l'écosystème politique et sociale? Quelle est l'importance des élections présidentielles dans un système semi-présidentiel comme celui de l'Algérie? Comment se déroule le débat sur les différentes thématiques en relation avec la campagne électorale des élections présidentielles de 2024 dans l'émission Hebdo Show?

Hypothèses de la recherche:

Pour répondre à ces questions, on avance les hypothèses suivantes:

Les médias de masse ont un effet de cadrage et en effet d'Agenda Setting sur la société.

La campagne électorale des élections présidentielles algériennes de 2024 est d'une grande importance.

Le message de l'émission Hebdo Show sur la campagne électorale des élections présidentielles oriente vers le nationalisme et comporte de la propagande.

Ce mémoire propose d'explorer ces interrogations en analysant de manière détaillée, ainsi, chaque question aura un chapitre dédié. la première, deuxième, et troisième questions de notre réflexion seront abordées dans le premier chapitre intitulé théorie des Médias de masses, ce dernier comporte deux sous-chapitre, le premier explorera le parcours de la recherche dans la science de la communication, le second se penchera sur le paysage médiatique algérien. Le deuxième chapitre tentera de répondre a la quatrième question, il s'agit donc du chapitre sur les élections présidentielles en Algérie. Quant au troisième chapitre

Introduction Générale

intitulé analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne de télévision AL24 News, il sera consacré à l'étude de l'émission dans sa dimension médiatique.

Méthodologie

Cette recherche est basée sur un cadre fondé sur l'hypothèse que la réalité sociale n'est pas une réalité singulière ou abstraite, mais plutôt façonnée par les expériences humaines et les contextes sociaux, la science de l'existence. Par conséquent, la meilleure étude de cette réalité sociale est représentée dans son contexte historique social en réconciliant les interprétations subjectives d'un groupe. Le chercheur considère la réalité sociale comme une partie inséparable de son environnement social et impossible à dissocier, donc interprète la réalité par le biais du processus "sensoriel".

Ce type de recherche qualitative est lié au moyen de méthodes techniques telles que l'analyse du contenu qui sera la méthode suivie dans le cadre de cette recherche. Les données de la recherche sont recueillies à l'aide de diverses méthodes techniques. La réalisation d'interview est l'une des méthodes techniques utilisées: entrevues en personne plus précisément. La deuxième méthode technique utilisée dans les recherches interprétatives est l'observation, ses techniques qui reposent sur l'observation comprennent l'observation directe, où le chercheur est neutre et joue le rôle d'un observateur externe, et ne participe pas au phénomène étudié, comme c'est le cas dans cette recherche.

L'étude de cas est une étude longitudinale intensive d'un phénomène, afin de tirer des conclusions contextuelles détaillées et de comprendre le processus cinétique derrière le phénomène en question. L'étude de cas est la conception de recherche utilisée de manière interprétative pour arriver au bout de notre recherche qui consiste à contribuer à une meilleure compréhension de la réalité médiatique audiovisuelle algérienne décrivant les messages transmis dans un débat télévisé diffusé sur une chaîne algérienne d'expression française.

Cadre conceptuel:

Dans cette recherche, par la couverture médiatique, on entend le processus de traitement et de diffusion d'information concernant un événement d'actualité. On a fait usage de la théorie d'Agenda Setting: les médias prennent connaissance d'un événement et le trouvent intéressant, au moins à court terme, l'événement prend de l'ampleur, et dans ce sens la couverture médiatique légitime une question, attire d'autres médias, sensibilise un public plus large ceci d'une part. La théorie de cadrage,

Introduction Générale

d'une autre part explique le processus d'organisation, de définition et de structuration d'une narrative sur un événement.

On explore les façons dont la couverture médiatique peut établir l'ordre des priorités pour le public, de manière spécifique pendant la campagne électorale, cette dernière peut être définie comme étant les efforts promotionnels, financiers, et organisationnels déployés par le parti ou le candidat pour maximiser les gains électoraux.

Revue de littérature:

Parmi les recherches existantes sur ce sujet, celle de Thoveron, G., Geerts, C., Aranda, M.-C., Thoveron-Glansdorff, J. et Joris, C.: Élections et média: 1978, 1979. Courrier hebdomadaire du CRISP, 856(31), 1979, 1-39.

L'article analyse l'interaction entre les élections et les médias, principalement la télévision et la presse écrite lors des campagnes électorales en Belgique en 1978 et 1979, l'article observe les tendances de l'intérêt du public pour les émissions électorales télévisées, et les stratégies médiatiques mise en œuvre pour informer les électeurs dans un contexte de multiplication, des scrutin et de désinfection croissante, l'étude utilise une approche multidimensionnelle qui croisent, audience, contenu et contexte, sociopolitique. L'article arrive à la conclusion que l'intérêt du public pour les émissions électorales télévisée, est en déclin, les émissions ont gagné en qualité d'information et en sérieux, mais ont perdu en audience, et l'influence croissante des médias sur la politique suite à l'observation de la réussite des candidats issus du monde de la télévision.

Major, Sylvie G: Analyse du contenu audiovisuel de l'émission télévisée Le Point au cours de la campagne électorale québécoise de 1985 (Mémoire de maîtrise, Université de Montréal)1990.

Le mémoire s'intéresse à l'analyse du traitement médiatique des deux principaux partis politiques québécois, le parti libéral du Québec (PLQ) et le parti québécois (PQ) dans l'émission télévisée le point diffusé sur la Radio-Canada durant la campagne électorale provinciale de 1985. La problématique est de déterminer s'il existe un traitement inégalitaire entre ses parties dans cette émission en terme de contenu oral et audiovisuel. La méthodologie repose sur une analyse quantitative et qualitative pour quantifier le temps de parole, orientation des sujets, tonalité des interventions, agressivité de l'interviewer, expression, de politesse, d'une part, et d'autre part le temps d'image par interlocuteur, type de plan, sourire, et symbole visuel en arrière-plan. L'analyse révèle plusieurs inégalités dans le traitement accordé aux deux parties avec un avantage notable aux partis libéral du Québec.

Introduction Générale

Lickova, E, Le rôle de la télévision dans les élections de 1990 en Tchécoslovaquie (V. Lowit, Trad.) Hermès, 8-9, 1990, 103-113.

L'article traite le rôle joué par la télévision tchécoslovaque lors des premières élections libres de juin 1990, analyse comment une télévision historiquement, contrôlée par le régime communiste a dû s'adapter à un contexte électoral démocratique inédit. La question posée est de savoir comment la télévision à gérer son rôle dans la campagne électorale face à la législation, les exigences des parties politiques et aux attentes des spectateurs. L'étude est arrivée à plusieurs résultats dont la neutralité de la télévision, le respect de la loi électorale fixant le temps d'antenne, une énumération des cas problématiques de la part des parties politiques, et un désintérêt des téléspectateurs marqué par une baisse de l'audience.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

1. Théorie des Médias de masse

Introduction:

Comme le suggère le terme, les médias de masse sont conçus pour atteindre le grand nombre, ces auditoires potentiels sont considérés comme de grands agrégats de consommateurs plus ou moins anonymes, et la transmission qui prend place est unidirectionnelle, unilatérale et impersonnelle de l'expéditeur vers le receveur. Les communications de masse comprennent les institutions et techniques par lesquelles des groupes spécialisés utilisent des dispositifs technologiques pour diffuser du contenu symbolique à un public large, ces institutions et ce qu'elles émettaient ont suscité l'attention de philosophes sociaux, économistes, et par la suite les scientifiques de la communication. Dans ce chapitre on explorera en premier lieu les débuts de la recherche dans la science de la communication, on exposera des définitions en relation avec ce champs, ainsi que les théories les plus proéminentes, enfin, le rôle des médias de masse dans la société.

1.1 La genèse de la recherche dans la science de la communication:

Au tout début des années 1900 dans le sillage de l'industrialisation, et dû aux multiples changements socio-économiques ainsi que politiques, beaucoup de sociétés ont vu une perte de communauté et de démocratie, beaucoup ont en fait l'observation dans divers ouvrages académiques.

Ces observations philosophiques ont figuré notamment selon l'optique de la communications: des penseurs tels que Dewey et Lippmann ont laissé une piste quelque peu bifurquée pour le domaine des études de communication. Dewey espérait qu'un média réformé pourrait être engagé dans la cause de la création de nouvelles formes de camaraderie dans la société. Pour Dewey, la communication a fourni un remède fondamental en rendant possible un environnement commun nécessaire à une démocratie fonctionnelle dans laquelle les élites politiques et scientifiques, gardaient les masses au courant de leurs problèmes.

Le politologue du pragmatisme Harold Lasswell, quant à lui s'inspirait des idées de Dewey, Freud, et Lippmann, il apporte donc une conception simple, puissante et directe de la communication de masse: un modèle implicite de communication qui n'était cependant pas participatif, comme l'espérait Dewey, mais Top-down et manipulateur. Tout comme Lippmann, Lasswell ne voulait pas abandonner complètement la

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

démocratie à la propagande. Au lieu de cela, il est en faveur que les élites réorienteraient les esprits afin de contrôler le conflit politique.¹

Au fur et à mesure que les techniques quantitatives des sciences sociales se sont développées, les chercheurs ont commencé à les appliquer pour étudier directement l'utilisation des médias de masse et leurs effets. Bien qu'ils aient eu tendance à employer principalement des méthodes qualitatives, ils ont formé un moule pour la recherche sur les effets médiatiques, qui concerne souvent le danger et les possibilités qui s'offraient à la démocratie. Les études du Payne Fund ont été l'une des premières tentatives formelles de documenter l'effet médiatique, en s'appuyant sur des techniques quantitatives et qualitatives, telles que des études de cas, les études du Payne Fund ont fourni quelques réponses à ceux qui craignaient le pouvoir des médias. Pourtant, ces premières études manquaient souvent de rigueur par rapport aux normes modernes, et d'autres recherches suggèrent des effets médiatiques adverses. En bref, d'importants complexes militaires et industriels l'ont affecté au cours des décennies suivantes.²

En 1940, le président américain Franklin Roosevelt avait l'intention de se présenter pour un troisième mandat sans précédent, et les États-Unis étaient au bord de la première guerre mondiale. En ce contexte Lazarsfeld et ses collègues ont décidé d'examiner de façon empirique ce qui influençait les décisions de vote des gens pendant la campagne électorale, l'étude publiée a rapporté peu de preuves d'effets médiatiques corroborant les changements des intentions de vote. Au lieu de cela, la recherche a suggéré que l'impact majeur de la propagande politique était de renforcer les décisions de vote originales des individus. Lazarsfeld et ses collègues ont formulé la fameuse hypothèse que les médias transmettent souvent des idées directement à ces opinions qui, à leur tour, les transmettent aux moins intéressés. Cela suggère que les effets des médias de masse sont généralement indirects.³

Aujourd'hui, l'accent reste mis sur les effets, mais d'autres approches explorent de nouveaux horizons: le contenu des médias, les diverses significations que les gens attachent au même texte médiatique et l'histoire intellectuelle du domaine.⁴

¹David K. Perry: *Theory and Research in Mass Communication Contexts and Consequences*, (London: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES PUBLISHERS, Second Edition, 2002). pp, 15-17.

²Ibid, pp, 18-20.

³ Ibid, pp, 21-22.

⁴ Ibid, p29.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

1.1.1 La communication des masses: une définition

Dû à l'interdisciplinarité, il n'y a jamais eu de définition convenue du concept central de communication, le terme peut désigner des choses très diverses, notamment : l'acte ou le processus de transmission d'information; le fait de donner ou de prendre un sens; le partage d'informations, d'idées, d'impressions ou d'émotions; le processus de réception, de perception et de réponse; l'exercice d'une influence; toute forme d'interaction. Cependant, il convient qu'un réseau de communication désigne tout ensemble de points interconnectés (personnes ou lieux) qui permettent la transmission et l'échange d'informations entre eux. Ce qui fait des communications de masse un réseau qui relie un grand nombre de récepteurs à une source.⁵

Dans une société moderne existe donc les masses, un agrégat dans lequel l'individualité est perdue. C'est proche du sens que les premiers sociologues donnaient parfois au public médiatique. Selon Herbert Blumer, le public a tendance à se former autour d'un problème ou d'une cause dans la vie publique, et son but premier est de faire valoir un intérêt ou une opinion et d'obtenir un changement politique.⁶

Il y aura souvent aussi un grand réseau de communication publique, généralement dépendant des médias, qui peut atteindre et impliquer toutes les masses à des degrés divers, la télévision et la radio sont donc parmi les premiers médias, et la plupart des formes de contenu populaires des deux sont dérivées du film, de la musique, des histoires, du théâtre, des nouvelles et du sport.⁷

Le statut de la télévision en tant que média le plus massif en termes de portée, de temps passé et de popularité a à peine changé en trente ans. Même ainsi, il existe aujourd'hui des preuves d'une diminution progressive du nombre total d'auditeurs, bien que des différences significatives entre les pays demeurent dans la prédominance du temps libre. Malgré le fait que la télévision est principalement considérée comme un moyen de divertissement, elle joue un rôle vital dans la politique moderne. Il est considéré comme la principale source d'information pour la plupart des gens et le principal canal de communication entre les politiciens et les citoyens, en particulier en période électorale. Dans ce rôle officieusement attribué d'informateur public, la télévision est généralement restée crédible et digne de

⁵ Denis McQuail: *McQuail's Mass Communication Theory* (London: SAGE Publications Ltd, 6th edition) p20.

⁶ Ibid, pp, 51-54.

⁷ Ibid, p35.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

confiance. Un autre rôle est celui d'éducateur. C'est aussi le plus grand canal de publicité dans presque tous les pays, ce qui a contribué à confirmer ses fonctions de divertissement de masse. En termes de distribution, le schéma typique qui subsiste est celui où quelques chaînes (nationales) sont très dominantes en termes d'audience. L'attrait de la télévision semble être un moyen qui rassemble les gens pour partager les mêmes expériences dans une société par ailleurs fragmentée et individualisée, et pas seulement dans le cercle de la famille.⁸

1.1.2 Les théories modernes des médias de masse

Bien que la plupart des théories ont été développées avant la révolution des communications modernes, elles ne sont pas inutiles. Le pouvoir explicatif de la théorie de la communication de masse est cependant constamment mis au défi par la présence de nombreux médias, leurs multiples facettes et caractéristiques, leur changement constant, un public en constante évolution et la nature toujours changeante des sociétés qui les utilisent.⁹

Les téléspectateurs ont un contrôle limité sur la communication qui se produit. Certes, les individus peuvent choisir de diriger autant d'attention qu'ils le souhaitent à l'écran, ils peuvent choisir de donner activement un sens au contenu des médias ou de le décoder passivement, mais leur contrôle et leur implication ne peuvent pas modifier directement le contenu des messages transmis. Le contenu des messages est contrôlé de façon centralisée par les organisations médiatiques.¹⁰

Une certaine version de la théorie de la société de masse semble réapparaître dans chaque génération, chaque nouvelle version de la théorie de la société de masse a ses critiques des médias contemporains.

À la fin des années 1930 et au début des années 1940, les notions de société de masse ont commencé à être étudiées empiriquement par Paul Lazarsfeld: ces efforts seront plus connus sous la théorie des effets limités, qui considère les médias comme le renforcement des tendances sociales existantes. Cette théorie considère les médias comme jouant un rôle limité, quelque peu minimal, dans la vie des individus et de la société en général et est particulièrement utile pour expliquer l'influence à court terme de l'utilisation courante des médias par divers types d'auditoires,

⁸ Ibid, p36.

⁹ Ibid, p20.

¹⁰ Stanley J. Baran - Dennis K. Davis: *Mass Communication theory Foundations, Ferment, and Future* (USA: Wadsworth , Cengage Learning, Sixth Edition, 2012) p6.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

appelées théories administratives parce qu'elles servent à orienter les décisions pratiques pour diverses organisations.¹¹

Vers le milieu des années 1960, le débat entre la société de masse et les défenseurs des effets limités semblait être terminé, et c'est à ce moment où la théorie du pluralisme d'élite entre en jeu: Cette théorie considère la société démocratique comme étant composée de groupes pluralistes étroitement liés dirigés par des leaders d'opinion qui s'appuient sur les médias pour obtenir des informations sur la politique et le monde social. Les néo-marxistes ont soutenu que les médias permettent aux élites sociales dominantes de créer et de maintenir leur pouvoir. Les médias fournissent à l'élite un moyen pratique, subtil et pourtant très efficace de promouvoir des visions du monde favorables à leurs intérêts. Les médias de masse peuvent être considérés, selon eux, comme une arène publique dans laquelle se livrent des batailles culturelles et où se trouve une culture dominante ou hégémonique.

La théorie du cadrage est l'affirmation que les individus utilisent les attentes du monde social pour donner un sens à ce monde, la théorie du cadrage et le mouvement de l'éducation aux médias offrent des arguments convaincants sur la façon dont la communication de masse influence les individus et joue un rôle important dans le monde social. Ces perspectives reconnaissent que d'importants effets médiatiques peuvent se produire sur de plus longues périodes et sont souvent une conséquence directe de l'intention du spectateur. Cette théorie suppose une capacité préalable, une éducation aux médias: la capacité d'accéder, d'analyser, d'évaluer et de communiquer des messages médiatiques.¹²

Avant de passer au dernier segment, il faut relever la questions des niveaux de recherche: dans les divers théories abordées, les chercheurs peuvent étudier l'impact des médias sur les cultures, les sociétés ou les nations; les organisations ou les groupes; les petits groupes et les individus. Ainsi, il devrait être possible de discuter la question des effets médiatiques à n'importe quel de ces niveaux et de découvrir des résultats comparables.¹³

¹¹ Stanley J. Baran - Dennis K. Davis: *Mass Communication theory Foundations, Ferment, and Future* (USA: Wadsworth , Cengage Learning, Sixth Edition, 2012) pp, 27-30.

¹² Ibid, pp, 35-p33.

¹³ Ibid, p37.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

1.1.3 Le rôle des médias de masse dans la société

- La théorie de la diffusion de l'information ou innovation est une théorie qui explique comment les innovations sont introduites et adoptées par diverses communautés: lorsque de nouvelles innovations technologiques sont introduites, elles passent par une série d'étapes avant d'être largement adoptées. D'abord, la plupart des gens en prennent conscience, souvent grâce à l'information provenant des médias. Deuxièmement, les innovations seront adoptées par un très petit groupe d'innovateurs ou de précurseurs. Troisièmement, les leaders d'opinion apprennent des premiers adeptes puis essaient l'innovation eux-mêmes. Quatrièmement, si les leaders d'opinion trouvent l'innovation utile, ils encouragent leurs amis. Enfin, une fois que la plupart des gens ont adopté l'innovation, un groupe de retardataires ou adeptes tardifs effectuent le changement, selon cette théorie, le rôle des médias reste limité à la sensibilisation aux innovations.¹⁴

- La théorie du marketing social: Il s'agit d'un effort visant à accroître l'efficacité des campagnes d'information menées par les médias de masse, grâce à une meilleure compréhension et manipulation des facteurs sociétaux et psychologiques. Il ne s'agit pas d'un ensemble unifié de pensée, mais plutôt d'une collection plus ou moins intégrée de théories de portée moyenne traitant de la promotion des croyances et des actions que les sources élites jugent socialement utiles, elle suppose l'existence d'un fournisseur d'information bienveillant qui cherche à provoquer des changements sociaux utiles et bénéfiques, et donne à ces prestataires un cadre pour la conception, la réalisation et l'évaluation des campagnes d'information. Dans ses formes les plus récentes, la théorie accorde une attention accrue à l'activité du public et à la nécessité d'atteindre des publics actifs avec l'information qu'ils recherchent. Les publics cibles sont identifiés en fonction de leurs besoins d'information. Des recommandations sont formulées pour inciter le public à chercher de l'information et pour emballer et distribuer l'information de manière qu'elle soit facile à obtenir et à utiliser.¹⁵

- La théorie de la dépendance du système des médias est l'idée que plus une personne dépend d'avoir des besoins satisfaits par

¹⁴ Ibid, p282.

¹⁵ Stanley J. Baran - Dennis K. Davis: *Mass Communication theory Foundations, Ferment, and Future* (USA: Wadsworth , Cengage Learning, Sixth Edition, 2012), p284

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

L'utilisation des médias, plus le rôle des médias sera important dans la vie de l'individu et par conséquent, plus ces médias auront d'influence. Ainsi, il devrait y avoir une relation directe entre le degré de dépendance globale et le degré d'influence ou de centralité des médias à un moment donné. Selon Melvin DeFleur et Sandra BallRokeach " dans notre société industrielle, nous sommes de plus en plus dépendants des médias (a) pour comprendre le monde social, (b) pour agir de manière significative et efficace dans la société, et (c) pour rêver et fuir ". Ils ajoutent que " plus le besoin est grand et, par conséquent, plus la dépendance est forte..." plus il est probable que les médias et leurs messages auront un effet. DeFleur et BallRokeach ont expliqué que le niveau de dépendance d'un individu (ou de la société) est en fonction du (1) nombre et la centralité (importance) de l'information desservies par un média et (2) du degré de changement et de conflit présent dans la société.

- La théorie d'Agenda Setting: ses notions modernes découlent plus ou moins directement d'une perspective de société de masse. Bernard Cohen est généralement crédité d'avoir peaufiné les idées de Lippmann dans la théorie, selon lui les médias joue un rôle de relayage d'informations et d'opinions, et ils s'y prennent de façons a orienter les débats, et dire aux individus a quoi penser. Et il s'ensuit que le monde est différent pour les différents individus, en fonction de leurs intérêts personnels. Maxwell E. McCombs et Donald Shaw ont expliqué leur interprétation de l'agenda setting : "Dans le choix et l'affichage des nouvelles, les rédacteurs, le personnel des salles de rédaction et les diffuseurs jouent un rôle important dans la formation de la réalité politique".¹⁶

1.2 Le paysage médiatique algérien

Les médias publics ou privés, sont des institutions sociales suivant des lois et règlements, prennent en considération une instance de contrôle, et ont un cahier des charges. En une manière, ces dernières reflètent le stade de démocratie de leur environnement. Les médias font face aussi a plusieurs accusations: "Ils font de la simple propagande; ils ne sont pas professionnels, ils ne respectent pas leurs missions de service public, ils taisent la vérité..."", et ce de la part des acteurs de la société: des associations, des responsables, des citoyens..., ceci s'explique étant donné la complexité du paysage médiatique étroitement lié au politique, le financier et l'idéologique et symbolique. Les médias tentent de maintenir

¹⁶ Ibid, p 294.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

un équilibre entre divers considérations économiques, politiques, juridiques et culturels, et sont très souvent à la merci du contexte politique, chose qui nécessite une étude approfondie.¹⁷

1.2.1 Le contexte politico-historique des médias algérien

Vers la fin de la décennie 80, la chute du bloc soviétique devint un "chaos créateur" et introduit "l'idée démocratique" l'Algérie n'est plus régie par le système du parti unique, ce dernier laisse place à un système démocratique, et entre dans "l'ère de l'information" que la constitution pluraliste de février 1989 a institué par le biais des revendications pour les libertés démocratiques. Cela était accompagné par l'émergence de nouvelles métropoles qui constituent des relais de "l'idée démocratique": permanences de partis politiques, sièges d'associations, de journaux,¹⁸ et la télévision était le média principale de relayage dans ce mouvement d'urbanisation inachevée et menacée, l'ENTV est sous la tutelle de l'état, et subit une pression qui ne se desserre que rarement.¹⁹

Dans ce contexte, la société algérienne développe de nouveaux besoins en matière d'information, pendant une révolution menée à l'échelle internationale par les multinationales des technologies de l'information et de la communication, l'Algérie n'arrivait pas à suivre ces mutations. Une politique d'ouverture et de laisser-faire est introduite graduellement aux acteurs privés internationaux de la communication, ceci prend forme d'importation de programmes et d'adoption de nouvelles lois qui préparent le terrain à l'investissement privé national et international dans la communication.²⁰

1.2.2 La législation sur l'information en Algérie

Le premier article du Code de l'information adopté par l'Assemblée nationale en février 1982, était clair: "L'information est un domaine de Souveraineté Nationale". En effet, depuis l'indépendance, il n'existait aucun organe d'information indépendant, selon l'article 12: "L'édition des journaux d'information générale est une prérogative exclusive du parti

¹⁷ Abdou Beenziane, *L'Algérie de demain Relever les défis pour gagner l'avenir Information Communication- Média*, Décembre 2008, Fondation Friedrich Ebert, Bureau Algérie. pp, 22-23.

¹⁸ Mostefaoui Belkacem, *Algérie : l'espace du débat médiatique. Conditions d'exercice du journalisme et réception des télévisions nationale et étrangères*. In: Réseaux, volume 16, n°88-89, 1998. La propriété intellectuelle. pp. 153-188; p156, p157, p158.

¹⁹ Ibid, p 165.

²⁰ Mostefaoui Belkacem. *Tendances actuelles de l'audiovisuel en Algérie. A propos de brèches dans le monopole de l'État*, Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée, n°47, 1988. Lunes industrielles. Les médias dans le monde arabe. pp. 53-72; p61.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

et de l'État". Les quatre chaînes de radio et une chaîne de télévision était sous l'entière responsabilité du ministère de l'information, qui se voit comme la structure exclusive de conception, de gestion et de contrôle de la collecte et de la diffusion de l'information : la totalité des organes audiovisuels. On observe une concentration des prérogatives de gestion dans les entreprises aux mains des directeurs, ainsi que l'absence de comité de rédaction des journalistes, tout ce qui touchait à la marche de leur journal était régi par des textes législatifs. On pourrait interpréter cet unanimisme à une stratégie nationale qui met en avant l'unité au sein de la direction politique et l'adhésion des citoyens aux orientations du régime, ceci prenait forme par exemple par la diffusion du journal télévisé des communiqués officiels et de contenu de l'agence Algérie presse service (APS).²¹

Puis vint la loi du 3 mars 1990, qui de jure, ouvre le champ aux divers acteurs sur l'ensemble des moyens d'information, de facto, les dispositifs réglementaires et les autorisations manquaient à ce texte législatif dans le secteur de l'audiovisuel, contrairement à la presse écrite: une quinzaine de titres quotidiens et une cinquantaine d'hebdomadaires font surface. Sept ans plus tard en 1997, l'état tente une ambitieuse politique de communication, et la directive présidentielle n° 17 du 16 novembre, en formule les orientations.²² À ce stade, on observe, la formation d'un système de diffusion d'informations et d'opinions structuré en trois pôles : médias audiovisuels gouvernementaux (une chaîne de télévision et 28 programmes radiophoniques), une presse nationale de droit privé - dont des titres recherchent leur autonomie, et des chaînes de télévision étrangères. En matière de programmation, on observe l'ouverture à la société par l'organisation d'émissions de débats politiques en campagnes électorales, ainsi que l'édition d'un journal télévisé en langue tamazight (berbère).²³

Pour synthétiser, le secteur de l'audiovisuel en Algérie est en ébullition, des opportunités s'ouvrent: les pressions de l'environnement international, l'arrivée des nouveaux acteurs du secteur privé local, encore très fébriles de par leur infrastructure et idéologie, d'une part, et d'une autre part les multinationales de la communication. Cependant la stratégie nationale de l'état vis-à-vis des médias reste le maintien d'un monopole intégral. L'administration Bouteflika compte dans ses projets de réforme des amendements à la Constitution ainsi que la révision du

²¹ Ibid, p54, p55, p56.

²² Lamrous, A. . *Evolution du paysage audiovisuel en Algérie. revue de bibliéconomie*, 7(1), 2015, 149-157; p 161, p162.

²³ Ibid, p166.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

cadre législatif relatif aux élections, aux partis politiques, aux associations et à la participation des femmes dans la vie publique et les médias. C'est ainsi qu'a été lancée cette série de réformes dont une relative au secteur des médias.

L'article 2 de la loi Loi organique n° 12-05 du 12 janvier 2012 relative à l'information présente l'information comme étant une "activité" en obligation de respecter la législation, toujours est-il, une activité exercée librement. La loi insiste qu'il est le droit du citoyen d'être informé de manière complète et objective, et soumet cette activité à 12 conditions que toute personne qui exerce cette activité doit respecter dont: 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". Le secteur de l'audiovisuel est ainsi ouvert aux sociétés de droit privé algérien par le biais de cette loi, toutefois cette ouverture était accompagnée par une multitude de restrictions: l'article 59 dispose que "l'activité audiovisuelle est une mission de service public", et comme toute action publique elle reste régie selon la logique d'intérêt général d'ordre public, on reste donc loin du libre exercice espéré, elle est soumise au respect des conditions prescrites aux articles 2 et 5 de la loi.²⁴

La nouvelle loi organique sur l'information de février 2014 a permis une ouverture du champ audiovisuel au secteur privé. Ainsi, 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.²⁵ Un cahier des charges générales fixe les règles imposables à tout service de diffusion télévisuelle ou de diffusion sonore et prévoit également la nécessité de s'assurer du respect des quotas de programmes fixés,²⁶ les cahiers des charges sont d'une majeure pertinence: ils redéfinissent les fondements du contrôle du secteur, et forment la relation contractuelle entre les opérateurs et l'instance de régulation. Dans ce cahier des charges il est cité que ces chaînes sont supposées être thématiques et non pas généralistes, or la plupart d'entre elles sont de fait généralistes. Les chaînes Ennahar et Echourouk a titre

²⁴Collectif de Familles de Disparus en Algérie, Ligue Algérienne des droits de l'Homme, Syndicat national autonome de l'administration publique et le secrétariat du Réseau Euro-méditerranéen des droits de l'Homme (REMDH) « Réformes politiques » ou verrouillage supplémentaire de la société civile et du champ politique ? Une analyse critique: RESEAU EURO-MEDITERRANEEN DES DROITS DE L'HOMME, 12 avril 2012. pp, 53-57.

²⁵Art 5, Loi n° 14-04 du 24 février 2014 relative à l'activité audiovisuel, J.O n° 16 du 23 mars 2014.

²⁶ Art 47, Loi n° 14-04 du 24 février 2014 relative à l'activité audiovisuel, J.O n° 16 du 23 mars 2014.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

d'exemple, se sont approchées de ce qui relève du politique, et se sont mise à l'annonce des décisions importantes comme l'aurait fait un organe de l'État comme l'APS.²⁷

Une nouvelle institution est mise en place pour réguler le secteur: L'Autorité de régulation de l'audiovisuel, autorité indépendante dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. La régulation du secteur comprend le devoir de veiller au libre exercice de l'activité audiovisuelle (respect de l'expression plurielle des courants de pensée et d'opinion), la promotion et le soutien des deux langues nationales et de la culture nationale (quotas de production audiovisuelle nationale et à l'expression en langues nationales), et à ce que tous les genres de programmes présentés par les éditeurs de services de communication audiovisuelle reflètent la diversité culturelle nationale. Elle dispose aussi des prérogatives nécessaires pour le contrôle sur l'objet, le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires.

L'Autorité de régulation de l'audiovisuel doit, entre autres, veiller à la conformité aux lois et règlements en vigueur, de tout programme audiovisuel diffusé, quel que soit le support utilisé.²⁸

L'autorité de régulation de l'audiovisuel a à sa disposition un outil consultatif: 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,²⁹ bien qu'en 2014 la chaîne "Ennahar" a enfreint certaines des lois et règlements lors de la campagne pour l'élection présidentielle en relation à l'équité, l'autorité a failli à son devoir.³⁰ On observe aussi que la composition de l'autorité pose problème vis à vis l'expression démocratique et plurielle: elle compte cinq membres désignés par le président de la république, ainsi que quatre membres non parlementaires proposés par le président du Conseil de la nation et par le président de l'APN.³¹ Il est important de considérer le chevauchement des prérogatives de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel avec celles du ministère de la Communication.

Depuis 2014 la crise économique indispose tout les secteurs y-compris celui de l'audiovisuel et induit des dysfonctionnements dans le

²⁷ Dris Chérif, « *Chapitre 3 – La régulation très contrôlée du champ médiatique en Algérie* ». Les Espaces des (im)possibles, édité par Bachir Benaziz et al., Centre Jacques-Berque, 2021, pp, 73-98, p76.

²⁸ Art 55, Loi n° 14-04 du 24 février 2014 relative à l'activité audiovisuel, J.O n° 16 du 23 mars 2014.

²⁹ Abdelmadjid, Ramdane, *Opacité Du Champ Audiovisuel En Algérie, Liberté Avec Limitations*. Cahier Politiques et Droits numero 14 janvier 2016. pp, 1-10. p4 p5.

³⁰ Dris, Chérif. « *Chapitre 3 – La régulation très contrôlée du champ médiatique en Algérie* ». Les Espaces des (im)possibles, édité par Bachir Benaziz et al., Centre Jacques-Berque, 2021, pp, 73-98, p80.

³¹ Lamrous, A. (2015). *Evolution du paysage audiovisuel en Algérie. revue de bibliothéconomie*, 7(1), 149-157. p156.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

marché de la publicité, il s'agit de la publicité commerciale qui suit les caprices du marché, par conséquent les revenus provenant de cet activité demeurent néanmoins limitées, en Algérie c'est la chute des prix du pétrole qui en était la cause. Les chaînes de télévision privées ont la part du lion de ces placements de produit, et la concurrence est rude. Dans ce contexte, l'Agence nationale d'édition et de publicité (ANEP) est une instance qui existe pour but d'intensifier le poids de la publicité publique sanctionner les médias a chaque "écart de conduite", ainsi que suspectée de politisation de la publicité publique, qui reste avant tout un produit commercial.³²

1.2.3 La chaîne de télévision AL24 News

Suite a un violent acharnement de certaines chaînes étrangères d'informations internationale en continu sur l'Algérie en 2021, propagande mensongère jonchée de *fake news* visant a dégrader la réputation du pays, la nécessité de mettre fin a cette narrative et a limiter les dégâts voir rebâtir cette réputation se fait ressentir, l'administration Tebboune lance une nouvelle chaîne de télévision satellitaire d'informations en continu qui se voit un outil de *soft power* pour venir a bout de cette crise médiatique: la chaîne AL24 News voit le jour le 1er novembre 2021, coïncidant avec le 67ème anniversaire du déclenchement de la guerre de l'indépendance algérienne, a sa tête: Mr. Salim AGGAR journaliste dans les plusieurs journaux tel que L'Expression, Le Quotidien d'Oran ou encore Horizons.

Étant donné la nature du secteur des médias dit secteur de souveraineté, et l'importance crucial des enjeux, la ligne éditoriale de cette chaîne est clairement dictée par les intérêts du pays, parler de la ligne éditoriale de la chaîne est de parler d'une politique médiatique nationale. Aujourd'hui

AL24 News rapporte l'actualité nationale et internationale, se voit comme un "média de soutien" aux intérêts diplomatiques, politiques, économiques, sociaux et culturels de l'Algérie à l'étranger" selon le directeur général AGGAR, ainsi il cite:

"Notre ligne éditoriale est modestement inscrite dans le paysage médiatique et audiovisuel pour offrir une information libre et indépendante en temps réel, le but étant d'informer le public sur les

³² Ibid, Dris Chérif, p91, p92

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

sujets d'actualité qui concernent l'Algérie, les pays voisins et le reste du monde"³³

Plus loin que le simple relayage d'information, la chaîne se fixe comme objectif de faire connaître, éduquer, et expliquer les enjeux géopolitiques et économiques maghrébins et mondiaux à travers l'optique de la politique étrangère du pays d'une part, mais aussi faire la promotion de ce que le pays a à offrir aux visiteurs curieux de découvrir le Maghreb.

La chaîne propose des journaux télévisés (JT), des émissions de débats, des reportages sur le terrain, des documentaires, des entrevues en studio ainsi que des couvertures à l'international, cette panoplie de formats garantie donc largement les besoins médiatiques d'une audience internationale, entre autres citoyens du Maghreb et la communauté algérienne à l'étranger.

Avant toutes choses, il est nécessaire de rappeler la nature de l'organisation de la chaîne: c'est un établissement public à caractère économique qui est indépendant de l'EPTV et érigé "en un rempart défendant les intérêts de l'Algérie en audiovisuel et aspirant à concourir aux côtés des chaînes d'information de renommée mondiale"³⁴. Cette aspiration à s'aligner avec ce qui se fait au niveau international, naît de l'absence de compétition à l'échelle nationale, il n'existe pas de chaîne de télévision d'information continue qui s'adresse à une audience internationale dans le secteur des médias en Algérie, aujourd'hui AL24 News se démarque, de par sa visée, des chaînes qui existent quelles qu'elles soient publiques ou privées, la dynamique penche vers l'incitation à l'innovation et on nous verra éventuellement voir apparaître de nouvelles chaînes aux mêmes fins, bien que cela nécessite une toute autre organisation, nécessite une main d'œuvre particulière, et ne convient pas exactement à la vision et logique du profit qui est propre au secteur privé.³⁵

La chaîne qui propose un contenu en arabe, en français, en anglais ainsi qu'en espagnol, aspire notamment à élargir son impacte plus loin que le Maghreb, le Proche Orient, ou bien l'Europe.

³³ Lancement de la nouvelle chaîne d'information AL24 News, <https://al24news.dz/en/lancement-de-la-nouvelle-chaîne-d'information-al24-news/> consulté le 22/03/2025 à 23:30.

³⁴ Ibid.

³⁵ Entretien avec Mohamed Amine ABERKANE, chef d'édition à AL24 News, sur le rôle de la chaîne AL24 News dans un contexte socio-politique, Said Hamdine, Alger, le 09/03/2025 à 12:00.

1er Chapitre: Théorie des Médias de masses

C'est aussi une chaîne qui est sous la tutelle directe de la présidence, ce qui est d'une importance primordial dans l'achèvement de ses buts, mais qui fait de tout ce que produit cette dernière une partie d'une politique nationale médiatique très propre a l'administration en place, chose qui explique le contexte du lancement de la chaîne, en l'occurrence, la mise en place d'une "campagne de nettoyage" des dégâts causée par certains médias étrangers a la réputation du pays. Toujours est-il, cette politique s'inscrit dans la philosophie adoptée par l'Algérie, elle s'aligne parfaitement avec la politique étrangère et devient un miroir a cette dernière a étranger, ce qui nous amène a constater une stabilité ainsi qu'une continuité au long terme.

Conclusion:

En sommes, dans ce chapitre, on a abordé les travaux des théoriciens phare de la communication de masse dont Dewey, Lippman, et Lazarsfeld, ainsi que les théories qui expliquent ce modèle de communication unidirectionnelle et unilatérale, une théorie a particulièrement suscité l'attention de cette étude: la théorie du cadrage qui explique le processus d'organisation, de définition et de structuration d'une narrative sur un événement par les médias, on s'est penché sur la télévision et le rôle de ce média, ce dernier étant le sujet de la recherche. On a ainsi exploré les effets divers des médias sur la société, l'effet d'Agenda Setting a été choisi en tant qu'outil d'analyses dans le troisième chapitre, théorie selon laquelle la couverture médiatique légitime une question, attire d'autres médias, et sensibilise un public plus large. On a aussi abordé les événements politiques et la législations qui ont contribué à façonner le paysage médiatique algérien, suivi par une brève présentation de la chaîne AL24 News, ceci afin de mettre en relief le rôle de cette dernière d'un point de vue de sociologie des médias.

**2ème Chapitre: Les élections
présidentielles en Algérie**

2. Les élections présidentielles en Algérie

Introduction:

L'attribution d'une légitimité à un organe résulte de son élection, surtout lorsqu'elle est directe et effectuée au suffrage universel, pouvant même conférer à l'autorité concernée une suprématie politique sur les autres organes. L'élection n'est pas seulement un outil de légitimation et de suprématie d'un organe politique, mais aussi un instrument de constitution d'une majorité pour gouverner qui a pour but la "gouvernabilité" selon Bruno Daugron, d'où l'importance du choix du mode de scrutin, en d'autres termes, l'élection permettrait de sélectionner les gouvernants. L'élection est aussi un moyen d'engagement de la responsabilité politique, notamment au moment de la réélection.³⁶

Cependant, considérer l'élection comme la mesure de la légitimité populaire du gouvernant dépasse un simple choix méthodologique, car elle en dit long sur le lien entre l'élection et la démocratie représentative. La finalité de l'élection n'est pas uniquement de choisir les meilleurs représentants, l'importance des élections réside dans leur capacité à institutionnaliser la démocratie, à condition que tous les acteurs concernés s'attendent à ce que les élections continuent d'avoir lieu dans un avenir indéfini, les incitant à jouer le jeu démocratique plutôt qu'à recourir à des coups d'État ou à l'insurrection. L'établissement d'élections libres et équitables est donc un pas essentiel vers la consolidation de la démocratie, car les élections contribuent à la légitimité du gouvernement. L'organisation d'élections démocratiques est essentielle pour assurer la légitimité d'un gouvernement, la force de la loi et l'efficacité de ce gouvernement à répondre aux besoins de sa population.³⁷ Dans ce chapitre, l'étude tentera de mettre en relief l'importance d'une l'élection présidentielle dans un système semi-présidentiel comme celui de l'Algérie, puis on abordera la campagne électorale dans les élections présidentielles, ses enjeux, et son rapport avec les médias. On se penchera sur le cas de l'Algérie, et il sera nécessaire d'aborder les dernières élections présidentielles de 2019, ensuite on parcourra la structure et législation d'une campagne électorale algériennes, pour enfin aborder la campagne électorale des élections présidentielles de 2024.

³⁶Laquière Alain, *Élection des gouvernants et légitimité démocratique*, No. 76, Écologie et décision politique (2018), pp. 131-140 . p132 p133.

³⁷Ibid, p 136, p 137.

2.1 Les élections présidentielles dans un système semi-présidentiel

En ce qui suit les différentes conceptions de politologues des systèmes politiques comparées de ce que constitue un système semi-présidentiel. Selon Duverger, il est “caractérisé par le fait que le chef de l'état est élu au suffrage universel direct et qu'il possède certains pouvoirs qui dépassent ceux d'un chef d'état dans un régime parlementaire normal. Cependant, le gouvernement est toujours constitué d'un cabinet formé par un premier ministre et des ministres qui peuvent être révoqués par un vote parlementaire”, on en déduit trois éléments essentiels:

- le président est élu au suffrage universel
- le premier ministre et les ministres ne peuvent gouverner qu'avec la confiance du parlement
- le président peut dissoudre le Parlement .

O'Neill utilise le terme semi-présidentiel “ pour désigner les systèmes exécutifs où le pouvoir exécutif est partagé entre un premier ministre en tant que chef du gouvernement et un président en tant que chef de l'État, et où le pouvoir exécutif substantiel réside avec la présidence ”.

Sartori déclare qu'un système politique est semi-présidentiel si cinq propriétés s'appliquent conjointement: Il s'agit notamment des conditions selon lesquelles le président doit être élu par la population, le premier ministre doit dépendre du parlement et le président doit partager le pouvoir exécutif avec le premier ministre.

Linz soutient, de façon plus concise, que les systèmes semi-présidentiels sont ceux qui “ ont un président élu par le peuple directement ou indirectement, plutôt que nommé par le parlement, et un premier ministre qui a besoin de la confiance du parlement ”.

Quant à Georges Vedel, il exempte ce système de la cohésion des pratiques qui le caractérise, ainsi il a déclaré que “ au mieux, un régime semi-présidentiel n'est qu'un nom commode donné à une succession de

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

pratiques politiques contraires étroitement liées aux changements politiques ”.³⁸

On constate l’absence d’un consensus dans les cercles académiques sur la conceptualisation d’un système semi-présidentiel, dans ce contexte, Duverger estime que cela relève du fait que la pratique politique dans six régimes semi-présidentiels d’Europe occidentale par exemple, soit si diverse signifie que les pays ayant la même structure constitutionnelle de base peuvent fonctionner de diverses façons.³⁹

En Algérie L’article 91/5 de l’amendement constitutionnel 2020 stipule que "le Président de la République nomme le Premier ministre et met fin à ses fonctions." Il est à noter ici que cette destitution peut être faite sans condition chaque fois que le président le souhaite, même si ce gouvernement a la confiance du parlement. Cela a conduit les gouvernements successifs à être destitués par décision unilatérale du Président de la République sans consultation avec l’Assemblée nationale populaire.⁴⁰ L’Algérie fait donc partie de ces systèmes semi-présidentiel ou le président est un personnage tout-puissant, et l’élection de l’occupant de ce poste est d’une importance extrême.

Dans les systèmes politiques où les présidents ont des pouvoirs de gouvernement substantiels, comme est le cas dans certains système semi-présidentiel, la nature et l’étendue de ces pouvoirs varient, et ces différences de rôle déterminent quel type de personnalité et de caractère est exigé d’un président, et comment celui-ci est élu, c’est ici qu’intervient le système électoral, le mécanisme par lequel les votes sont exprimés puis traduits en résultats électoraux. On s’intéressera à un mécanisme en particulier: le système de la pluralité. Plus communément appelé “ scrutin majoritaire uninominal à un tour ”, il est la forme la plus simple du système électoral. Le candidat qui obtient le plus grand nombre de votes, ou pluralité des voix, remporte l’élection. Il n’est pas nécessaire de remporter la majorité des suffrages, seulement plus de voix que tout autre candidat.

Les principaux avantages du système de pluralité sont sa simplicité et son faible coût. Il est simple pour les électeurs de comprendre: le

³⁸ Elgie, Robert, 'The Politics of Semi-Presidentialism', in Robert Elgie (ed.), *Semi-Presidentialism in Europe* (London: Oxford Academic, 2003), pp, 3-5.

³⁹ Ibid, p13.

⁴⁰ Djouadi Ilyes, Messaoudi Temame, *The Requirements of the semi-presidential regime with political coexistence a comparative study between Algerian and French political Systems*, International journal of legal and political research, Volume 07, Issue 03, pp, 60 - 84, December 2023, p77.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

candidat qui a le plus de votes gagne. Il est simple de voter: il n'y a pas besoin d'un classement compliqué des préférences. Cela le rend accessible même dans des contextes où l'éducation des électeurs est limitée et les taux d'alphabétisation sont faibles. Il permet de gagner du temps, de réduire l'incertitude pendant la période électorale et de réduire les coûts liés à l'administration des élections et aux campagnes politiques.

La tendance bien connue des élections pluralistes à réduire le nombre de candidats à deux candidats viables est plus évidente dans les situations où les titulaires peuvent être réélus.⁴¹

Pendant lesdites élections, il est possibles de remarquer des tendances adverses au dépend de certains facteurs: s'il y avait un candidat titulaire pour la réélection ou pas dans l'élection présidentielle, le mandat donne aux candidats un avantage essentiel en termes de reconnaissance publique et les ressources politiques et organisationnelles qu'ils peuvent mettre en place. Les études examinant un grand échantillon d'élections présidentielles constatent que les élections sont remportées à la fois pour la réélection dans quatre élections sur cinq, et laissent entendre que la présence d'un titulaire risque de diminuer la compétitivité des élections présidentielles, ce qui entraînera une baisse du taux de participation.⁴²

2.1.1 Campagne électorale dans les élections présidentielles: une définition

Pendant une campagne électorale, on informe, on propage des conceptions politiques, et on persuade des électeurs, à travers les efforts des acteurs individuels ou collectifs en compétition pour la conquête d'une fonction élective.⁴³

La campagne peut être définie comme étant "le processus par lequel un parti ou un candidat cherche à maximiser les gains électoraux, elle consiste en tous les efforts (promotionnels, financiers, organisationnels) déployés par le parti ou le candidat pour atteindre cet objectif".⁴⁴

⁴¹ Adem Abebe, Elliot Bulmer: *Electing a President in Presidential and Semi-Presidential Democracies* (Stockholm: International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2019), p18, p19.

⁴² Magalhães, Pedro, Fortes, Braulio, *Presidential Elections in Semi-Presidential Systems: Presidential Powers, Electoral Turnout and the Performance of Government-Endorsed Candidates*. Documentos de trabajo, Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía, N° 5, 2008. p12.

⁴³ Gerstlé, Jacques, *Médias et campagnes électorales*. Regards sur l'actualité, 2007, 329. 35- 44, p35.

⁴⁴ Shaun Bowler and David M. Farrell, *Electoral Strategies And Political Marketing*, London: The Macmillan Press Ltd 1992, p11.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

Les campagnes électorales sont influencées par plusieurs facteurs, notamment le système politique en place. Par exemple, dans des pays comme les États-Unis et la France, où le régime est présidentiel, la campagne se concentre principalement sur les candidats eux-mêmes. En revanche, dans les systèmes multipartites, les partis doivent souvent ajuster leurs messages en tenant compte des alliances potentielles pour former une coalition.

Le cadre légal joue aussi un rôle important, notamment à travers les lois électorales qui fixent les dates des élections. Lorsque ces dates sont connues à l'avance, les partis disposent de plus de temps pour organiser leur campagne. De plus, les règles encadrant le financement des campagnes influencent leur niveau de professionnalisme et peuvent limiter ou favoriser la corruption. Ces restrictions légales définissent aussi la manière dont une campagne peut être menée.

Les médias constituent un autre élément clé dans la communication politique. Dans la plupart des pays européens, par exemple, les médias audiovisuels doivent respecter des règles strictes pour garantir un accès équitable aux partis et un équilibre dans la couverture. Cela affecte la façon dont les candidats et les partis diffusent leurs messages.

Par ailleurs, les styles de campagne varient non seulement selon le système politique, mais aussi en fonction de la position des partis. Les partis au pouvoir sont souvent contraints par leur bilan, tandis que les partis d'opposition doivent naviguer dans un espace politique parfois très concurrentiel. Enfin, il est important de souligner que les campagnes évoluent avec le temps. Depuis la Seconde Guerre mondiale, de nombreux changements ont eu lieu, notamment grâce à la révolution technologique. L'arrivée de la télévision a profondément transformé les campagnes électorales, reléguant la radio au second plan et concurrençant fortement la presse écrite. À partir des années 1970, la télévision est devenue un outil incontournable pour les politiciens, modifiant durablement la manière de faire campagne.⁴⁵

2.1.2 Les enjeux de la campagne électorale

Avant d'aborder les principaux enjeux de la campagne électorale, il est nécessaire de rappeler l'essence de cette dernière, la communication politique, qui remplit deux fonctions principales: d'une part, elle sert à exprimer une vision, et d'autre part, elle cherche à influencer l'opinion

⁴⁵ Ibid, pp, 7-10.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

publique pour encourager une prise de décision. Aujourd'hui, la communication marketing joue un rôle central dans ce domaine. L'objectif est de créer un message efficace, qui ne repose pas seulement sur les règles classiques de la rhétorique ou du discours, mais surtout sur des méthodes pratiques adaptées à la diffusion du message. Comme le souligne Arnaud Mercier, "la communication suit le pouvoir comme son ombre". La professionnalisation de la communication politique a beaucoup progressé, au point que les campagnes font souvent appel à des agences spécialisées pour gérer leurs stratégies. Les experts en communication utilisent leurs compétences pour organiser et structurer les messages de campagne. Ils appliquent des techniques précises, basées sur l'efficacité et l'expérience, afin d'atteindre leurs objectifs. Leur travail consiste à transformer une vision politique complexe en un message clair et compréhensible, capable de toucher le plus grand nombre d'électeurs possible. ⁴⁶

A partir des années 1990 dans la plupart des démocraties libérales avancées, on a fait valoir que les partis avaient entamé une nouvelle ère de campagnes électorales: l'ère post-moderne. Les campagnes sont devenues permanentes, de plus en plus professionnalisées et commercialisées, avec un accent renouvelé sur la localité et la personnalisation des messages nationaux. Cela a marqué un changement important par rapport à l'ère précédente des campagnes modernes, qui était centrée sur les partis qui transmettaient leur message au peuple en particulier par le biais des médias tels que la télévision, avec un accent mis sur la campagne nationale – souvent présidentielle. La nouvelle ère a également annoncé une approche plus mixte avec un retour à des campagnes plus ciblées. ⁴⁷

Toujours est-il, divers chercheurs nous ont rappelé l'importance continue des médias traditionnels dans les élections. Alors que l'importance des sources Internet a peut-être considérablement augmenté au cours de la dernière décennie, la télévision et les médias traditionnels familiers qui se sont déplacés en ligne restent des acteurs importants en termes de consommation d'informations. En effet, dans les pays ayant une forte tradition de radiodiffusion du service public, la confiance envers ces sources relativement non partisans est élevée. ⁴⁸

⁴⁶Philippe Haag, *La communication numérique électorale : nouvelle étape de la marchandisation du politique ?* Université Bourgogne Franche-Comté, Sciences de l'information et de la communication, 2022. p48-49-50.

⁴⁷ Justin Fisher, Edward Fieldhouse, Mark N. Franklin, Rachel Gibson, Marta Cantijoch and Christopher Wlezien, *The Routledge Handbook of Elections, Voting Behavior and Public Opinion*, (USA: Routledge Taylor & Francis Group, 2018) p320.

⁴⁸Ibid, p325.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

2.1.3 Le rapport médias et campagne électorale

La couverture médiatique des campagnes avait tendance à suivre simplement les candidats et ce qu'ils disaient, mais le rôle des médias dans le processus politique changeait, par exemple en 1960, lors du débat entre John Kennedy et Richard Nixon, les candidats et les directeurs de campagne ont eu une idée réelle du pouvoir que le média pouvait exercer.

La protection de l'image du candidat et les campagnes dans les médias sont devenus des éléments centraux de la politique présidentielle.

Pour la grande majorité des citoyens, leurs connaissances sur les candidats et les campagnes reposent sur les histoires qu'ils lisent ou voient dans les médias de masse. Comme mentionné au début de cette étude en relation avec la théorie de dépendance, l'information de l'électorat sur les questions politiques est devenue plus dépendante de ce que les médias d'information couvrent pendant les campagnes, et de la façon dont les questions sont couvertes, ce qui fait que les membres du personnel des communications travaillant sur des campagnes politiques doivent répondre aux besoins quotidiens des journalistes de la télévision, de la radio et des journaux.⁴⁹

Le contenu et le ton de la couverture politique dans les médias de masse sont importants parce que, comme l'affirment de nombreux chercheurs, ils contribuent à la formation d'un électorat et à une participation, bien que ceux qui prêtent attention aux nouvelles soient plus susceptibles de traiter activement l'information politique qu'ils voient ou lisent, la plupart des gens ont peu d'intérêt pour la politique et s'y intéressent par sens du devoir civique.⁵⁰

Les médias jouent donc, un rôle crucial dans le débat politique en orientant les sujets sur lesquels le public doit se concentrer, sans toutefois dicter l'opinion à adopter. Cependant, ils ne peuvent attirer l'attention que sur des thèmes déjà considérés comme importants. En Europe par exemple, bien que les médias soient souvent alignés selon un axe gauche-droite et parfois milieu, certains sujets comme l'immigration n'ont pas fait l'objet de débats ouverts lors des campagnes électorales, laissant la droite seule à aborder ce thème. Pendant la campagne présidentielle, les hommes politiques utilisent les émissions officielles pour s'adresser directement à l'opinion publique, en se concentrant sur des

⁴⁹ Elizabeth A. Skewes, *Message Control How News Is Made on the Presidential Campaign Trail*, (USA: ROWMAN & LITTLEFIELD PUBLISHERS, INC, 2007), p11.

⁵⁰ Ibid, p14, p15.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

préoccupations majeures comme l'emploi et la protection sociale, même si ces sujets sont parfois peu présents dans les médias traditionnels. Les priorités de l'opinion publique restent stables sur plusieurs années, notamment sur des thèmes liés à la vie quotidienne comme l'emploi, la formation, l'éducation ou la protection sociale. Cela montre que l'influence des médias est limitée sur ces sujets, car les gens se forment leur opinion principalement à partir de leur expérience personnelle. En revanche, pour des thèmes plus éloignés de leur réalité immédiate, les médias deviennent indispensables pour informer et orienter l'opinion. De plus à cela, la forme des messages politiques a évolué: ils doivent désormais être anecdotiques, spectaculaires et présenter du nouveau pour capter l'attention. Cette course à des contenus souvent superficiels est bien perçue par l'opinion publique, mais elle est difficile à freiner. Enfin, la télévision, malgré son importance, a une capacité limitée à orienter le débat politique. En réalité, ce sont les sources d'information elles-mêmes qui détiennent le véritable pouvoir d'influence.⁵¹

De ce qui a été dit, les enjeux de la campagne électorale, surtout pendant les élections présidentielles, sont d'une telle ampleur que le rapport campagne-média repose sur des principes fondamentaux qui s'appliquent aux médias comme à l'ensemble du système: égalité entre les acteurs, neutralité de l'autorité administrative et loyauté des méthodes employées. La réglementation audiovisuelle encadre également le traitement de l'actualité quotidienne, qui constitue un terrain central dans les stratégies de persuasion des candidats. Elle impose un traitement équilibré entre les candidats. Le principe d'équité se décline selon plusieurs critères: la notoriété et le poids politique des candidats, l'importance des forces qui les soutiennent, leur contribution à l'actualité électorale, leur position dans les sondages et leurs résultats aux scrutins précédents. Ce principe garantit l'égalité tant dans le temps de parole que dans le temps d'antenne.⁵²

⁵¹ Jean-Louis Missika, *Les médias et la campagne présidentielle : autour de la notion de « fonction d'agenda »*, Études de communication langages, information, médiations, Numéro 10, 1989, 41- 46, pp, 43 - 46.

⁵² Gerstlé Jacques, *Médias et campagnes électorales*, Regards sur l'actualité (2007), 329. 35-44. pp, 36-38.

2.2 Élections présidentielles algériennes

2.2.1 Élections présidentielles de 2019: Un contexte

Le 22 Février 2019, un mouvement de protestation a eu lieu à la capitale Alger, lorsque l'annonce de la candidature d'Abdelaziz Bouteflika pour un cinquième mandat avait déclenché la colère des citoyens. Par leurs revendications, le "Hirak" voulait un renouvellement du pouvoir, plus de transparence, des réformes, et une transition démocratique vers un nouveau système, le mouvement visait notamment " El issaba", un terme désignant les ministres et hommes d'affaires proches du pouvoir, accusés de corruption ou mis à l'écart après la démission forcée de Bouteflika, l'ancien président. Ils souhaitaient aussi transformer l'économie algérienne, trop dépendante des revenus du pétrole et du gaz. La présidence de la République est devenue plus fragile à cause du soulèvement populaire du Hirak.⁵³

Après la démission de Bouteflika, Abdelkader Bensalah, alors président du Sénat, a pris la présidence par intérim. Il a rapidement fixé la date de l'élection présidentielle au 4 juillet, comme le veut la Constitution, qui impose une élection dans les 90 jours suivant la fin du mandat, cette décision n'a pas calmé les protestations. Le mouvement de contestation manque d'un leader clair, ce qui facilite les mobilisations populaires, mais empêche de rassembler des revendications précises et partagées par tous.

Le 16 avril, plusieurs partis d'opposition, allant du centre gauche aux islamistes, ont appelé à boycotter l'élection tant que des réformes concrètes ne seraient pas mises en place, notamment la création d'une commission électorale indépendante pour assurer la transparence du scrutin. Deux jours plus tard, certains responsables politiques ont rencontré Bensalah, qui les a invités à participer à un dialogue national visant à créer cette commission.⁵⁴

Le 12 avril, plusieurs syndicats indépendants ont rejoint les manifestations. Le lendemain, des groupes d'universitaires, de journalistes et d'activistes ont encouragé la population à former des comités citoyens pour lancer une transition démocratique. Une association de magistrats a annoncé qu'elle refuserait de superviser la prochaine élection présidentielle.

⁵³ Abdesslam Jaldi, L'Algérie Post-2019 : Aux antipodes des revendications du hirak, Policy Center for the New South, Policy Paper - N° 09/25 - Avril 2025, pp, 09 - 25, p3.

⁵⁴ Ibid, p2, p4.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

Le 16 avril, environ 130 maires, principalement issus d'un parti d'opposition historique, ont aussi refusé d'organiser le vote dans leurs communes.

Plus tôt, un groupe d'organisations de la société civile avait présenté un plan pour une transition politique. Ce plan prévoit le départ du président par intérim, la création d'une commission de transition composée de personnalités respectées par la population, la formation d'un gouvernement provisoire chargé d'organiser un dialogue incluant tous les secteurs de la société et les représentants des manifestants, l'élection d'une assemblée constituante, et la rédaction d'une nouvelle constitution pour rétablir la légalité.⁵⁵ Ceci était une brève vue sur l'ensemble des turbulences auxquelles les élections présidentielles de 2019, bien que conforme aux règles constitutionnelles, s'est déroulée dans un contexte de forte contestation et de défiance, suite à quoi l'élection présidentielle n'a pas eu lieu en juillet, comme prévu par la Constitution.

Le 12 décembre 2019, Abdelmadjid Tebboune, qui a mis en avant pendant sa campagne électorale, la promesse de réformes, notamment une réforme constitutionnelle et une lutte contre la corruption, a été élu président de l'Algérie dès le premier tour avec environ 58 % des voix soit près de 4,9 millions d'électeurs, suivi par Abdelkader Bengrina, Ali Benflis, Azzedine Mihoubi et Abdelaziz Belaid. Malgré ce résultat, l'élection a été largement boycottée, avec un taux d'abstention record de plus de 60 %, ce qui reflète le rejet massif d'une partie de la population. Ce scrutin marquait un tournant important après plusieurs mois de mobilisation populaire intense.⁵⁶

⁵⁵ International Crisis Group. *L'Algérie de l'après-Bouteflika: Protestations grandissantes, signes de répression*, International Crisis Group, Briefing Moyen Orient Afrique du Nord N°68, (2019), p5, p6.

⁵⁶ Akram Belkaïd, *Algérie : une restauration musclée*, Dossier | Algérie de l'indépendance au Hiraq, politique étrangère, N°2, 2022. pp, 83-93. p84, p85.

2.2.2 La campagne électorale algériennes structure et législation

La structure d'une campagne électorale est définie et régie selon l'ordonnance portant loi organique relative au régime électoral, celle-ci s'articule autour de l'application de principes fondamentaux et de règles précises qui régissent le régime électoral. Elle repose sur la mise en œuvre des principes constitutionnels d'indépendance, de neutralité et d'impartialité de l'Autorité chargée de l'organisation, de la préparation, de la gestion, et de la supervision des opérations électorales et référendaires, et ce, afin de concrétiser et d'approfondir la démocratie, de favoriser l'alternance au pouvoir, de moraliser la vie politique, ainsi que de rendre effective la participation des citoyens et de la société civile, en particulier celle des jeunes et des femmes, à la vie politique.⁵⁷

On s'intéressera à la structure de la campagne électorale selon la loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 relative au régime électoral, plus précisément le premier chapitre du troisième titre qui aborde la campagne électorale et le financement, deux articles attirent particulièrement l'attention dans le cadre de cette étude: l'article 77 garantit l'accès équitable aux médias audiovisuels autorisés, délimitant la durée des émissions accordées comme étant égale pour chacun des candidats aux élections présidentielles, la loi spécifie que les candidats indépendants bénéficient des mêmes droits.⁵⁸ L'article 78, quant à lui s'adresse aux médias audiovisuels concernés par la participation à la couverture de la campagne électorale, ces derniers sont appelés à garantir ladite répartition équitable du temps d'antenne entre les candidats. Dans ce contexte, deux instances sont chargées, en coordination, de veiller au respect de ces articles: l'Autorité de régulation de l'audiovisuel, présentée dans le chapitre précédent, et l'Autorité nationale indépendante des élections.⁵⁹

La Constitution introduit cette instance, l'Autorité nationale indépendante des élections, afin d'assurer la préparation, l'organisation, la gestion et la supervision de l'ensemble des opérations électorales et référendaires.⁶⁰ Comme l'indique son appellation, elle jouit de la personnalité morale et de l'autonomie administrative et financière. Cette

⁵⁷ Art 1, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

⁵⁸ Art 77, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

⁵⁹ Art 78, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

⁶⁰ Art 7, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

dernière signale aux pouvoirs publics concernés les dysfonctionnements, partage les observations ou manquements enregistrés, relevant de sa compétence, susceptibles d'entraver l'organisation et le déroulement des opérations électorales et référendaires,⁶¹ pour ce, l'autorité indépendante agit, en coordination avec les autres institutions publiques compétentes,⁶² et plus loin que la simple coopération, l'article 16 permet l'accès de l'autorité indépendante aux secteur des médias publics comme la presse écrite et électronique et les médias audiovisuels nationaux,⁶³ les modalités et procédures d'accès aux médias audiovisuels seront discuté dans le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle. Enfin, l'autorité indépendante des élections est constitué d'un conseil qui se compose de vingt membres choisis par le Président de la République parmi des personnalités indépendantes, un représentant de la communauté algérienne établie à l'étranger, pour un mandat unique de six ans, le Président de l'Autorité indépendante est aussi nommé par le Président de la République pour un mandat de six (6) ans non renouvelable.⁶⁴

L'Autorité nationale indépendante des élections a rappelé, jeudi dans un communiqué, les règles et les dispositions juridiques, à respecter par chaque candidat à l'élection présidentielle du 7 septembre, relatives aux sources de financement de la campagne électorale et aux obligations.

Le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle, vient s'adresser directement aux chaîne de télévision, chaîne de radio, ou web TV ou web radio, généraliste ou thématique, du secteur public ou privé, les dispositions particulières liées à ces dernières, ont donc fait l'objet du cahier des charges fixé par décision de l'Autorité nationale indépendante de régulation de l'audiovisuel.

Prieur a la conception et de l'élaboration des règles relatives à la programmation et à la diffusion des programmes, les médias audiovisuels doivent respecter une panoplie de principes et valeurs constitutionnels: les valeurs nationales et les symboles de l'état, les constances et les

⁶¹ Art 12, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

⁶² Art 13, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

⁶³ Art 16, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

⁶⁴ Art 21 et 27, loi organique Ordonnance n° 21-01 du 10 mars 2021 portant loi organique relative au régime électoral, J.O n° 17 du 10 mars 2021.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

valeurs religieuses, morales et culturelles de la nation et ainsi de suite. Quant aux programmes d'information diffusés en question, ils sont soumis aux critères qui suivent:

- “la vérification de la fiabilité de l'information, notamment par le recours à des sources diversifiées et crédibles ;
- l'objectivité et l'exemption de toute exagération ou de sous-estimation du commentaire relatif aux faits et aux événements publics ;
- la non altération du sens et du contenu des images et des vidéos dans les programmes, par le recours à des procédés technologiques ;
- l'évitement de toute confusion entre l'information et le divertissement. Lorsqu'un programme comporte les deux genres, il est primordial de les distinguer clairement ;
- l'application des critères relatifs au débat contradictoire, y compris l'équilibre et la rigueur dans la prise de parole, dans le cadre du respect de l'expression pluraliste des divers courants de pensée et d'opinion ;
- l'évitement, sous quelque forme que ce soit, des allégations, des indications ou des présentations fausses, susceptibles d'induire le public en erreur”.⁶⁵

Plus spécifiquement, les programmes d'information, politiques et générales sont adressés singulièrement et sont aussi régies par des critères:

- “observer l'impartialité et l'objectivité ;
- s'abstenir de servir les intérêts et les causes des groupes politiques, ethniques, économiques, financiers, religieux, idéologiques ou professionnels ;
- s'abstenir d'instrumentaliser la religion à des fins partisans et/ou contraires aux valeurs de tolérance ;
- distinguer les passages de l'énoncé des faits informationnels des passages du commentaire et de l'opinion ;
- respecter et appliquer les décisions de l'autorité nationale indépendante de régulation de l'audiovisuel et les recommandations de l'instance chargée de la surveillance des élections pendant les opérations électorales”.⁶⁶

⁶⁵ Art 7, le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle.

⁶⁶ Art 9, le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

Aussi, lors de la diffusion des programmes et des journaux d'information, il est impératif de respecter le temps d'antenne fixé par l'Autorité nationale indépendante de régulation de l'audiovisuel.⁶⁷

En addition a cela, l'article 67 protège les journaux télévisés, les programmes d'information politique de quelconque interruption par des messages publicitaires, ou de faire l'objet de parrainage ou de placement de produit.⁶⁸ Dans ces émissions, la compétence, l'expertise et la qualité des consultants, des experts et des responsables doivent être garantie.⁶⁹

L'article 10 renvoi à l'ordonnance n° 21-01 et tient les médias audiovisuels durant les opérations électorales a participer à la couverture de la campagne électorale en assurant la répartition équitable de temps d'antenne entre les candidats, comme déterminée par l'Autorité nationale indépendante de régulation de l'audiovisuel et par l'autorité nationale indépendante des élections.⁷⁰

L'ANIE insiste sur le principe d'équité, le 15 Juillet 2024 l'instance publie une décision qui spécifie les méthodes et procédures d'accès aux médias audiovisuels et à la couverture médiatique pour annoncer les candidats qui conduiront les pré-élections présidentielles, l'article 4 tenant a garantir un accès équitable à tous les candidats aux élections présidentielles constitué ainsi :

- L'expression directe doit être exclusivement autorisée a l'établissement public par le biais des médias audiovisuels publics, équitables et égaux en termes d'espace temporel, de délais et d'ordre d'intervention. L'espace de temps pour l'expression directe doit être distribué au profit des candidats par l'Autorité électorale nationale indépendante en coordination avec l'Autorité de contrôle audiovisuel.
- Équité dans la participation aux programmes et le temps de parole alloué aux candidats ou à leurs représentants, par les médias audiovisuels mentionnés à l'article 2 de la présente décision.
- Équité dans le traitement de l'information et la couverture des candidats pendant la campagne électorale par les médias

⁶⁷ le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle. art 20.

⁶⁸ le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle. art 67.

⁶⁹ le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle. art 12.

⁷⁰ le décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024 fixant les dispositions du cahier des charges générales imposables aux services de communication audiovisuelle. art 9.

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

audiovisuels, en termes d'espace temporel, de temps et d'ordre d'intervention de chaque candidat.⁷¹

De ce qui a précédé, la loi a mis en place des règles précises et une régulation sophistiquée pour garantir la neutralité de ces médias. Pourtant, malgré tous ces efforts, il reste difficile pour le régulateur de corriger toutes les failles du système, surtout s'il ne veut pas rendre le dispositif encore plus compliqué: notamment une concentration des prérogatives de gestion à l'Autorité nationale indépendante de régulation de l'audiovisuel, et au même temps le chevauchement des prérogatives de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel avec celles de l'autorité nationale indépendante des élections.

Il semble que la régulation de l'audiovisuel peine à trouver un équilibre entre la liberté de communication, qui est protégée par la Constitution, et la diversité des opinions politiques: pour garantir la neutralité des médias, toutes les chaînes qui diffusent des propos politiques sont soumises à un contrôle quantitatif, elles doivent aussi faire la différence entre ce qui relève de l'actualité électorale et ce qui ne l'est pas, compter le temps de parole ne suffit pas à analyser la qualité ou la pertinence des interventions. Finalement, on peut penser que les spectateurs, bien informés, sauront eux-mêmes distinguer la vraie information d'une communication politique trop excessive.⁷²

⁷¹ Décision No.17 du 15.Juillet 2024 spécifie les méthodes et procédures d'accès aux médias audiovisuels et à la couverture médiatique pour annoncer les candidats qui conduiront les pré-élections présidentielles du 7 septembre 2024. art 4.

⁷² Denis Marie-Laure, *La régulation audiovisuelle et l'élection présidentielle*, Les Nouveaux Cahiers du Conseil constitutionnel, n°34 Janvier 2012, 23-40, p40.

2.2.3 La campagne électorale des élections présidentielles de 2024

Présentation des candidats à l'élection présidentielle algérienne de 2024: L'élection présidentielle algérienne de 2024, organisée de manière anticipée le 7 septembre, a été marquée par un contexte politique tendu, caractérisé par des controverses autour de la validation des candidatures et des accusations de manipulation des résultats⁷³. Le scrutin a opposé le président sortant Abdelmadjid Tebboune à deux candidats issus de partis d'opposition modérée : Abdelaali Hassani Cherif du Mouvement de la société pour la paix (MSP) et Youcef Aouchiche du Front des forces socialistes (FFS). L'analyse des programmes et des stratégies de campagne révèle des visions politiques distinctes.

⁷³ « [Afrique Présidentielle en Algérie: la justice accuse de corruption trois candidats dont le dossier a été refusé \[archive\]](#) », (consulté le 1 Mai 2025).

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

Tableau 01: présentation des candidats aux élections présidentielles algériennes de 2024

Candidat	Parti/Statut	Fonctions antérieures	Points clés du programme
Abdelmadjid Tebboune	Indépendant (sortant)	Président de la République (2019-2024), Premier Ministre (2017), Ministre du Logement (2001-2002, 2012-2017) ⁷⁴	<ul style="list-style-type: none"> - Stabilité économique et augmentation des salaires - Priorité aux relations internationales, notamment avec la France. - Équilibre régional via un nouveau découpage administratif - Renforcement des politiques sociales et agricoles.⁷⁵
Abdelaali Hassani Cherif	Mouvement de la société pour la paix (MSP)	Président du MSP (depuis 2023), Député (2017-2021)	<ul style="list-style-type: none"> - Transition vers un régime parlementaire - Réforme constitutionnelle et administration électronique. - Protection du pouvoir d'achat et solidarité sociale. - Soutien aux causes palestinienne et sahraouie.⁷⁶

⁷⁴ Lamlili, Nadia. "Premier ministre d'Abdelaziz Bouteflika ?" *Jeune Afrique*.(consulté le 1 Mai 2025).

⁷⁵ <https://www.aps.dz/algerie/174820-presidentielle-le-programme-du-candidat-independant-m-abdelmadjid-tebboune-assure-l-equilibre-du-developpement-entre-les-regions> (consulté le 1 Mai 2025)

⁷⁶ <http://news.radioalgerie.dz/fr/node/49774> (consulté le 4 Mai 2025)

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

Youcef Aouchiche	Front des forces socialistes (FFS)	Premier secrétaire du FFS (depuis 2022), Conseiller municipal	<ul style="list-style-type: none"> - Instauration d'un régime semi-présidentiel. - Indépendance de la justice et réduction des prérogatives exécutives. - Diversification économique et énergies renouvelables. - Préservation du caractère social de l'État.⁷⁷
------------------	------------------------------------	---	--

Abdelmadjid Tebboune a mené une campagne axée sur la continuité de son premier mandat, mettant en avant des projets infrastructurels et des augmentations salariales⁷⁸. Le premier mandat a été marqué par une combinaison de réformes institutionnelles, de mesures économiques et sociales, ainsi que par des critiques persistantes concernant les libertés civiles. Son mandat, issu d'une élection contestée dans un contexte post-Hirak, a tenté de répondre aux demandes de changement tout en maintenant la stabilité du système politique.

La révision constitutionnelle approuvée par référendum en novembre 2020 constitue l'une des pierres angulaires du mandat de Abdelmadjide Tebboune. Ce texte introduit plusieurs changements: limitation des mandats présidentiels ,création d'une Cour constitutionnelle, reconnaissance symbolique du Hirak, élargissement du rôle de l'armée.⁷⁹ En matière de politique économique et sociale, le président a bénéficié de la hausse des prix du pétrole et du gaz après la guerre en Ukraine, permettant à l'Algérie d'accumuler 69 milliards de dollars de réserves de change en 2023. Cette manne a financé des projets d'infrastructures, notamment dans le logement et les transports, un autre projet qui a fait fureur était l'allocation chômage de 15 000 dinars)

⁷⁷ <http://news.radioalgerie.dz/fr/node/51364> (consulté le 4 Mai 2025)

⁷⁸ <https://www.aps.dz/algerie/174820-presidentielle-le-programme-du-candidat-independant-m-abdelmadjid-tebboune-assure-l-equilibre-du-developpement-entre-les-regions> (consulté le 1 Mai 2025)

⁷⁹ <https://www.mei.edu/publications/post-hirak-presidency-tebboune-promises-and-achievements-two-years> (consulté le 6 Mai 2025).

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

mensuels pour les 19-40 ans, touchant plus de 2 millions de bénéficiaires.⁸⁰

En politique étrangère, le président a œuvré pour redonner à l'Algérie un rôle international, avec une candidature au BRICS (rejetée en 2023), mais une adhésion réussie à sa Banque de développement, une participation au G7 de 2023 en Italie, symbolisant un rapprochement avec l'Europe, notamment sur les questions énergétiques, et l'organisation du sommet de la Ligue arabe en 2022, renforçant son image de leader régional. Malgré ces avancées, les relations avec le Maroc restent tendues, et la position algérienne sur le Sahara occidental continue de limiter les partenariats économiques potentiels.⁸¹

Abdelaali Hassani Cherif a capitalisé sur l'électorat conservateur du MSP, en promettant une moralisation de la vie politique et une modernisation institutionnelle. Sa proposition de transition vers un régime parlementaire répondait aux critiques sur la concentration des pouvoirs présidentiels.⁸² Ce n'était que le deuxième scrutin présidentiel du MSP. Son fondateur, Mahfoud Nahnah, s'est présenté en 1999 Deuxième à Liamine Zéroual, avec un quart des voix. Le MSP est le seul parti d'opposition au parlement actuel, et le seul autre parti qui a soutenu le candidat du MSP était le petit parti islamiste Ennahda.⁸³

Youcef Aouchiche a centré son discours sur la décentralisation politique et la justice sociale⁸⁴. Sa campagne a bénéficié d'un ancrage régional solide, mais s'est heurtée à une faible pénétration nationale. Les appels à boycotter le scrutin dans certaines zones berbères ont également affecté sa capacité à mobiliser au-delà de son bastion historique.⁸⁵ Le FFS, plus ancien parti d'opposition algérien, s'est présenté aux élections de 1999, mais finalement se sont retirés en signe de protestation, avec le reste des candidats, truqué à l'avance en faveur du candidat de l'armée, Bouteflika. Le FFS, avait boycotté les élections de 2019 ainsi que les élections parlementaires de juin 2021, arguant du fait que les exigences n'avaient pas été satisfaites, et que toute élection tenue dans les conditions de l'époque ne être juste ou transparent. Cela, et sa position générale en tant que parti de l'opposition, signifiait que son La décision

⁸⁰ <https://foreignpolicy.com/2024/10/16/algeria-economy-tebboune-oil-gas-reform-unemployment-brain-drain/> (consulté le 6 Mai 2025).

⁸¹ <https://lesenjeuxeco.dz/les-realizations-de-president-tebboune/> (consulté le 6 Mai 2025).

⁸² <http://news.radioalgerie.dz/fr/node/49774> (consulté le 4 Mai 2025).

⁸³ Understanding Algeria's Presidential Election: Situation Assessment, Arab Center for Research and Policy Studies, 15 September 2024.

⁸⁴ <http://news.radioalgerie.dz/fr/node/51364> (consulté le 4 Mai 2025).

⁸⁵ <https://www.lexpressiondz.com/nationale/la-kabylie-fidele-a-elle-meme-193181> (consulté le 5 Mai 2025).

2ème Chapitre: Les élections présidentielles en Algérie

du général de se présenter aux élections de cette année a été quelque peu surprenante.⁸⁶

Conclusion:

De par l'exploration des élections présidentielles dans les systèmes semi-présidentiel, on a conclut l'importance de cette dernière, surtout en Algérie, ou on remarque la concentration des pouvoirs du président de la république, l'enjeux de la campagne électorale présidentielle réside dans la puissance de la communication politiques, d'où la nécessité de la professionnalisation de cette dernière.

Les médias sont les canaux principaux de la communication politiques, bien que régis par une stricte législation prônant les principes d'équité et d'égalité, se voient instrumentalisés pour des gains électoraux vu le poids et l'influence du candidats.

L'étude s'est penché sur les élections présidentielles algériennes de 2019 pour démontrer l'importance accrue de celles de 2024, qui ont suivi une étape de forte instabilité spcio-politique, l'étude a présenté les trois candidats et leurs programmes pour la campagne électorale des élections présidentielles de 2024, chose qui a démontré l'avantage du président sortant.

⁸⁶ Understanding Algeria's Presidential Election: Situation Assessement, Arab Center for Research and Policy Studies, 15 September 2024.

**3ème Chapitre:
Analyse de l'émission Hebdo
Show de la chaîne de télévision
AL24 News**

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

3. Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne AL24 News

Introduction:

Maintenant que l'étude a couvert les notions fondamentales sur la communication de masse, les médias de masse d'une part, et les élections présidentielles, ainsi que les campagnes électorales d'une autre part, on arrive enfin au noyau de cette étude: l'analyse de l'émission l'Hebdo Show. Dans ce chapitre on abordera les fondements de l'analyse qualitative d'une émission télévisée, après avoir présenté le corpus de cette étude, on passera aux deux niveaux d'analyse pour chacun des deux numéros de l'émission, et enfin on conclut sur les résultats de l'analyse.

3.1 Préliminaires méthodologique

3.1.1 Analyse qualitative: interpretivisme

Dans cette étude, afin d'acquérir une compréhension approfondie du sujet de recherche, on se concentre sur un seul cas, la généralisation n'est pas l'objectif, le choix d'analyse s'est porté naturellement sur l'analyse qualitative.

Les chercheurs qualitatifs considèrent un cas choisi est "substantiellement important" et mérite d'être examiné en détail. Les études de cas consistent en une étude approfondie et qualitative des expériences humaines vécues au moyen d'un travail sur le terrain et d'une combinaison d'observation, d'entrevues et/ou d'analyse documentaire.

Pour la plupart des chercheurs qualitatifs, l'explication et la compréhension du comportement social et politique humain ne peuvent pas être indépendantes du contexte. Par conséquent, la recherche qualitative essaie de donner une image complète. La recherche en sciences politiques qualitatives comporte quatre caractéristiques essentielles:

- L'analyse inductive qui est fondée sur la découverte de catégories avec des questions ouvertes, plutôt que de seulement tester des hypothèses théoriquement dérivées.
- La perspective holistique qui cherche à comprendre tout le phénomène, plutôt que de réduire l'analyse à quelques variables

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

distinctes. Cela démontre également une sensibilité au contexte, puisque l'analyse se situe dans le contexte social, historique et temporel à partir duquel les données ont été recueillies.

- La collecte de données qualitatives est fondée sur une description détaillée, complète et approfondie. Par exemple, l'analyse utilise la citation directe pour saisir des perspectives et des expériences uniques. En outre, le processus de conception de la recherche est adaptable aux situations changeantes et permet au chercheur de poursuivre de nouvelles voies de découverte à mesure qu'elles émergent.

- La neutralité empathique dans la recherche est importante, car la plupart des chercheurs qualitatifs croient qu'une objectivité complète est impossible. L'objectif du chercheur est de comprendre le monde social complexe avec empathie, tout en essayant d'être sans jugement.

On s'attend à ce que les politologues qualitatifs soient transparents et réfléchissent sur leurs choix en tant que chercheurs à propos des sujets, des questions de recherche, du mode et de la nature des données recueillies ainsi que de l'analyse et de l'interprétation de ces données. La réflexivité implique une reconnaissance explicite des positions de valeur existantes du chercheur, et comment ses choix de conception de la recherche et son interaction avec le domaine de recherche sont façonnés par ses propres valeurs.⁸⁷

3.1.2 Analyse du contenu d'une émission télévisée

Chaque émission télévisée fait partie d'une série. Elle représente un épisode parmi une suite d'éditions qui se suivent à intervalles réguliers, que ce soit tous les jours, toutes les semaines ou tous les mois. Ces épisodes partagent un même thème principal qui les définit.

Les émissions télévisées qui traitent l'actualité, eux, couvrent plusieurs sujets à la fois, car leur contenu dépend des événements récents. La manière dont ils choisissent et équilibrent les différentes scènes autour d'un même fait peut donner à plusieurs émissions diffusés en même temps des angles thématiques assez différents, même si les événements rapportés sont les mêmes.

Les émissions télévisées qui traitent l'actualité alternent entre des séquences en direct sur le plateau et des séquences enregistrées, comme

⁸⁷ Vivien Lowndes, David Marsh, Gerry Stoker, *Theory and Methods in Political Science*, (London: Palgrave, 4ème édition, 2018) p244, p245.

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

des reportages ou des enquêtes, soit provenant de la même instance de réalisation, ou d'autres. Ces reportages et enquêtes sont diffusés à différents moments de l'émission : parfois pour lancer une discussion, parfois pour la continuer, ou encore pour présenter et illustrer ce que dit un intervenant sur le plateau.

Afin d'analyser le message de la couverture médiatique de la Chaîne AL24 News de la campagne électorale des élections présidentielles de 2024 dans l'émission "Hebdo Show", on procède par une présentation du dispositif, suivie d'une analyse composée de deux niveaux. Tout au long de l'analyse, trois catégories seront prises en compte: la mise en scène visuelle, le cadre situationnel, et la mise en scène verbale.

- La mise en scène visuelle: elle correspond à la façon dont les images sont présentées à l'écran. Elle dépend du type de cadrage utilisé, qui peut être plus ou moins proche ou éloigné. Par exemple, la "distance sociale" correspond aux plans américains et plans moyens, tandis que la "distance publique" correspond aux plans de demi-ensemble et d'ensemble.

- Le cadre situationnel: il est défini par plusieurs éléments d'analyse: L'espace physique, l'espace où se déroule l'émission doit refléter son objectif principal. Les personnes qui y participent, volontairement ou non, sont influencées par cet espace. Cela dépend de la configuration du lieu et des distances entre les participants. Les identités des intervenants, composé des identités sociales (groupes auxquels ils appartiennent ou s'identifient) et des identités médiatiques, c'est-à-dire la fonction ou le rôle qu'ils jouent dans l'émission. Les formes d'échanges, les échanges entre les participants varient selon la façon dont ils sont organisés, par exemple lors d'un entretien ou d'une interview. Les rôles de chacun sont souvent définis, ce qui pousse les participants à adopter un comportement adapté à la situation et au but de l'émission.

- La mise en scène verbale concerne la manière dont le professionnel sur le plateau organise les échanges parlés. La gestion de la parole est très importante, notamment qui parle, comment la parole est donnée (en la demandant, en l'autorisant ou en la laissant libre), combien de fois chaque personne peut intervenir, et combien de temps chacun parle réellement.

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

3.2 Présentation et analyse du corpus

3.2.1 Présentation de l'émission "Hebdo Show"

L'Hebdo Show est une émission télévisée sur la chaîne AL24 NEWS diffusée en direct, entre le débat télévisée et le talk show d'une heure et demi, qui s'intéresse à l'actualité hebdomadaire, le titre résume assez bien le concept du dispositif. L'émission réunit un animateur et des chroniqueurs experts en certains domaines selon la thématique abordée.

L'émission appartient à la catégorie de l'actualité d'événements nationaux et internationaux d'immédiate actualité (ou faisant l'objet d'une mise à jour) intéressant l'audience internationale mais nationale aussi. elle appartient à une seconde catégorie celle des affaires publiques, on observe la documentation, développements, analyses et explications de nouvelles, ou de toute autre affaire du moment dont la résonance dépasse la stricte actualité du jour, et qui intéressent la majorité du public, les mises en perspective, les extrapolations, les opinions, les commentaires en sont les constituantes essentielles.

Les modalités du tournage sont présentées ainsi:

L'émission est tournée dans un studio: une salle longitudinale dans le sens de la caméra, épurée, lumineuse, pas très spacieuse, cloisons grises, sol blanc, poteaux noirs. Des matériaux modernes, un mobilier contemporain, et une multitude d'écrans font office de décors. Le studio est lumineux, on observe un jeu de lumière rouges blanches.

Les modalités de prise de son sont apparentes, on observe l'absence de tout bruitage, fond sonore, illustration sonore, ou plans sonores, le jingle de l'émission, lancé au début et à la fin, et entre les rubriques, et pendant les coupures pour des spots publicitaires, est rythmé, levé, accentué, dynamique, électronique.

Parmi les éléments de montage, on compte l'ouverture: elle comporte des éléments visuels fluides, graphiques animés par des transitions rapides avec des effets de zoom, de rotation, de balayage, met en avant le logo de l'émission, la palette de couleurs se compose de rouge, de blanc, et de noir. Le montage, qui est serré, chronologique, et les coupes sont imperceptibles. Le générique, qui est placé à la fin, sur un fond blanc sur l'extrême gauche de l'écran des formes graphiques carrées

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

ainsi que le logo de l'émission, les collaborateurs sont mentionnés de manière lisible.

Dans le tableau qui suit, une brève présentation des intervenants dans le premier numéro: Mehdi Ghezzar, Salim Aggar, Yasmina Sellam, et Sami Kaidi, dans le second numéro c'est les mêmes intervenants qui apparaissent, à l'exception de Fouad Chergui qui apparaît dans le second numéro seulement. On présente leurs identité sociale: l'identité professionnelle comporte les divers postes occupés par les intervenants, leurs identité socio-institutionnelle correspond à leurs place dans une hiérarchie. Ainsi que leurs identité médiatique: le statut médiatique fait référence à la fonction qui est assigné à un intervenant dans l'émission, le rôle médiatique quant à lui précise la manière de prise de parole pendant l'émission.

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

Tableau 02: identité sociale et identité médiatique des intervenants

Nom	Identité sociale		Identité médiatique	
	Identité professionnelle	Identité socio-institutionnelle	Statut médiatique	rôle médiatique
Mehdi Ghezzar	Entrepreneur dans la restauration rapide et automobile, ancien chroniqueur sur "Les Grandes Gueules", ⁸⁸ polémiste, ancien directeur de campagne du président Tebboune à Paris, éditorialiste sur la chaîne étatique AL24 News. ⁸⁹	Éditorialiste a la chaîne AL24 News, chef d'entreprises membre influent de la diaspora algérienne à Paris, impliqué dans la promotion de la propagande officielle algérienne. ⁹⁰	Expert, Journaliste	Informateur, débatteur, commentateur, analyste

⁸⁸ <https://www.lejdd.fr/societe/vous-etes-des-moudjahidines-20-mehdi-ghezzar-cet-entrepreneur-qui-forme-des-ambassadeurs-de-lalgerie-en-france-153742> (consulté le 10 Mai 2025).

⁸⁹ https://www.franceinfo.fr/monde/afrique/algerie/thailande-de-l-afrique-on-vous-explique-la-polemique-mehdi-ghezzar-ce-chroniqueur-qui-a-envenime-les-relations-entre-l-algerie-et-le-maroc_6749503.html (consulté le 10 Mai 2025).

⁹⁰ <https://www.arabnews.fr/node/498309/économie> (consulté le 10 Mai 2025).

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

Salim Aggar	Journaliste, homme des médias, spécialiste culturel, nouveau directeur de la Cinémathèque algérienne, diplômé en lettres françaises	Homme de culture trilingue (français, arabe, anglais), actif dans le secteur médiatique algérien depuis plus de 22 ans. ⁹¹	Animateur	interviewer
Yasmina Sellam	Ingénieure agronome, ex-enseignante à l'École Normale Supérieure et à l'Institut National Agronomique, cheffe cuisinière, auteure primée, gérante d'une maison d'hôte et boutique d'épicerie fine bio	Figure reconnue dans la gastronomie algérienne, promotrice du terroir et de la cuisine bio, engagée dans la transmission du savoir culinaire et la valorisation des produits locaux, personnalité culturelle et éducative. ⁹²	citoyen	débatteur

⁹¹ <http://www.africine.org/personne/salim-aggar/15891> (consulté le 10 Mai 2025)

⁹² <https://méditerranéennes.com/yasmina-sellam-une-cheffe-erudite-et-solaire/> (consulté le 10 Mai 2025)

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

Sami Kaidi	Journaliste, auteur de nombreuses publications dans la presse algérienne, actif dans le domaine de l'actualité politique et sociale	Professionnel des médias algériens, reconnu pour son travail journalistique au sein de la presse nationale. ⁹³	Journaliste	débatteur commentateur analyste
Fouad Chergui	réalisateur de documentaires chez CLAP, produit des films engagés socialement,	président d'une association culturelle dédiée à la valorisation des témoignages et à la patrimonialisation de l'immigration. ⁹⁴	expert	débatteur

⁹³ <https://www.elmoudjahid.com/fr/profile/sami-kaidi-12> (consulté le 10 Mai 2025)

⁹⁴ <https://www.leparisien.fr/economie/j-ai-voulu-montrer-ce-qui-se-passe-en-bas-de-chez-nous-18-05-2007-2008041745.php> (consulté le 10 Mai 2025)

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

3.2.2 Méthodologie

Le premier numéro aborde trois thématiques: en premier lieu, l'intervention de l'Algérie dans un débat au Conseil de sécurité a été discutée, en second lieu, le début de la campagne électorale pour l'élection présidentielle du 7 septembre est l'intitulé de la rubrique Débat du moment, l'étude se penchera sur ce segment, en troisième et fin lieu, le patrimoine comme outil d'influence dans la diplomatie a l'échelle internationale. Dans cette analyse du premier niveau, on analyse en fonction des différents plans le déroulement de l'émission:

Tableau 03: Analyse du premier niveau du premier numéro

séquence	plan	description
0:00	plan d'un fond blanc avec une animation de formes géométriques carrés blanc entourant le logo de la chaîne, des carrés rouge en mouvement de balayage sur un fond rouge laisse apparaître le logo de l'émission : HEBDO SHOW en blanc puis en noir, un carré rouge incrusté a l'angle droit en arrière-plan du titre	lancement du jingle de l'émission
0:15	plan d'ensemble sur le studio	l'animateur salue les téléspectateurs,
0:17	plan de taille rapproché sur l'animateur, sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: "Salim	présente l'émission, les différentes thématiques qui vont être abordées, et les chroniqueurs participants aux débat

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	Aggar “	
1:02	plan de taille rapproché sur la chroniqueuse Yasmine Sellam	la chroniqueuse salue et accueille les téléspectateurs
1:30	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar	le chroniqueur salue ses collègues ainsi que les téléspectateur
1:53	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Sami Kaidi	le chroniqueur exprime sa gratitude pour l'invitation sur l'émission
32:05	plan de taille rapproché sur l'animateur,	séquence de transition de rubrique: l'animateur prenant la parole, mettant fin au débat sur la thématique précédente, procède a lancer la rubrique suivante “Débat du moment”
32:22	plan graphique sur titre de rubrique: fond rouge, apparition du titre, accompagnée d'une animation de formes géométriques,	lancement de la rubrique “Débat du moment”, avec le jingle de l'émission
32:27	plan de taille rapproché sur l'animateur,	introduction de la thématique: le début de la campagne électorale en Algérie
32:52	plan de taille sur les deux chroniqueurs Sami Kaidi et Yasmina Sellam, cette dernière ayant la tête tourne vers Sami Kaidi	l'animateur pose une question autour des enjeux internationaux des présidentielles, et donne la parole au chroniqueur Sami Kaidi
33:01	plan de taille rapproché sur le	le chroniqueur Sami Kaidi prend la parole,

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	chroniqueur Sami Kaidi, apparition de la sous-thématique de la rubrique sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: "les enjeux internationaux de l'élection présidentielle "	l'animateur, exprime, son accord avec l'intervenant, la chroniqueuse Yasmina Sellam hoche la tête pour exprimer son accord
33:19	plan d'ensemble sur le studio et les intervenants, zoom en arrière	
33:28	plan de taille sur les deux chroniqueurs Sami Kaidi et Yasmina Sellam	
33:53	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Sami Kaidi	l'intervenant donne la parole a la chroniqueuse Yasmina Sellam
34:00	plan de taille sur les deux chroniqueurs Sami Kaidi et Yasmina Sellam	celle ci prend la parole, débat avec son interlocuteur Sami Kaidi
34:31	plan de taille sur les deux chroniqueurs Sami Kaidi et Yasmina Sellam de dos, zoom en arrière en un plan d'ensemble	
34:52	plan de taille rapproché sur l'animateur	l'animateur pose une question autour de la perception de l'hexagone des élections présidentielles, et

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

		donne la parole au chroniqueur Mehdi Ghezzar
35:12	plan moyen sur l'animateur et le chroniqueur Mehdi Ghezzar	le chroniqueur Mehdi Ghezzar prend la parole
35:19	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar	
35:40	plan d'ensemble sur le studio et les intervenants, zoom en arrière, la thématique de la rubrique s'affiche sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: " début de la campagne électorale en Algérie"	
35:53	plan de taille éloigné sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar, derrière lui sur l'écran du studio, s'affiche des images des événements des élections présidentielles	
36:28	plan d'écran partagé, a gauche apparaît une scène de la campagne électorale du candidat Aouchiche, a droite un plan de taille sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar en studio	

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

38:11	plan de taille rapproché altérant entre l'animateur, et les chroniqueurs Mehdi Ghezzar et Sami Kaidi et Yasmina Sellam	l'animateur intervient, échange avec le chroniqueur Mehdi Ghezzar sur le vote des élections présidentielles algériennes de 1995.
41:11	plan d'ensemble sur le studio et les intervenants, zoom en avant, plan de taille sur Sami Kaidi et Yasmina Sellam, puis l'animateur, puis Sami Kaidi, puis Mehdi Ghezzar	le chroniqueur Sami Kaidi prend la parole, échange avec tous les trois intervenants
42:41	plan de taille rapproché sur l'animateur, puis plan d'ensemble sur le studio et les intervenants	l'animateur intervient, le chroniqueurs Sami Kaidi reprend la parole, le chroniqueurs Mehdi Ghezzar intervient a sont tour, les intervenants exprimes leurs accords avec ce dernier
44:02	plan de taille rapproché sur l'animateur	l'animateur présente une seconde sous thématique en relation avec une tentative de disruption de la campagne électorale par le mouvement terroriste MAK
44:44	extrait d'une interview d'un terroriste Mohamed Moussa Zaydi, filmé au ministère de la défense, dont le logo s'affiche au coin droit en haut de l'écran, présentant un plan de	le terroriste fait le récit de sa tentative de crime.

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	<p>taille du terroriste altérant entre éloigné et rapproché, doublé en français, la sous-thématique de la rubrique s'affiche sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: "l'Algérie met en échec une tentative terroriste de déstabilisation du scrutin électoral"</p>	
46:53	<p>plan d'ensemble sur le studio et les intervenants, plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar</p>	<p>L'animateur rappelle le contenu de l'extrait de l'interview, puis donne la parole au chroniqueur Mehdi Ghezzar</p>
47:27	<p>plan de taille rapproché sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar le titre de l'intervenant s'affiche sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: "Mehdi Ghezzar - Éditorialiste"</p>	<p>le chroniqueur Mehdi Ghezzar qui commente sur le sujet, les intervenants expriment leurs accords avec ce dernier.</p>
51:21	<p>plan de taille rapproché sur l'animateur, sur le</p>	<p>l'animateur donne la parole au chroniqueur Sami Kaidi sur le sujet,</p>

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	chroniqueur Sami Kaidi, puis sur le chroniqueurs Mehdi Ghezzar	ce dernier débat avec le chroniqueur Mehdi Ghezzar
53:24	plan de taille rapproché sur l'animateur,	l'animateur, remercie le chroniqueur Sami Kaidi, met fin au débat, annonce un spot de publicité, et le passage a une autre thématique.
1:26:44	plan de taille rapproché sur l'animateur,	l'animateur, remercie la chroniqueuse Yasmina Sellam,
1:27:00	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar,	le chroniqueur Mehdi Ghezzar exprime son admiration de la chroniqueuse Yasmina Sellam, il salue les téléspectateurs et leurs donne rendez-vous la semaine prochaine
1:27:17	plan de taille rapproché sur l'animateur,	lancement du jingle de l'émission, l'animateur salue les téléspectateurs et leurs donne rendez-vous la semaine prochaine
1:27:27	plan d'ensemble sur le studio, mouvement de camera zoom avant sur un écran du studio affichant le logo de l'émission	lancement du jingle de l'émission

Tableau 04: Temps d'écran et temps de parole des intervenant dans le premier numéro

Intervenant	temps de parole	temps d'écran
Salim Aggar, animateur	04:14	04:17

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

Sami Kaidi, chroniqueur	04:20	03:23
Yasmina Sellam, chroniqueuse	01:01	01:27
Mehdi Ghezzar, editorialiste	09:48	10:10

- Totalité du temps de la rubrique: 21:14

Figure 1: Plan d'ensemble sur le studio, Mehdi Ghezzar s'exprimant sur la thématique (séquence 35:51)



3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

Analyse du second niveau:

L'émission débute par une brève explication du concept de la campagne électorale de la part de l'animateur pour introduire le sujet, l'animateur se tourne vers le chroniqueur Sami Kaidi lui posant la question sur les enjeux de la campagne électorale. Cette question vise à conscientiser le téléspectateur de l'importance de cet événement et de la nécessité de traiter cette thématique dans cette émission. Selon le chroniqueur, l'enjeu réside dans le contexte politique et économique international, et l'implication de l'Algérie dans "plusieurs dossiers", notamment la question de la politique énergétique vis-à-vis de l'Europe, dénotant l'existence de menaces incitant à la mobilisation pour maintenir la stabilité du système. Ce dernier passe la parole à la chroniqueuse Yasmina Sellam l'incitant à intervenir, étant donné la convergence de leurs opinions: cette dernière appelle à pratiquer le droit civil du vote en se basant sur sa propre opinion sur le sujet, elle souligne le privilège dont jouissent les citoyens dans une démocratie qui est de voter, incite la considération critique des programmes dénotant la pluralité politique, la chroniqueuse cite: " mettez votre bulletin, même s'il est nul, mettez-le mais pratiquez votre droit de vote " incitant ainsi à la mobilisation.

L'animateur se tourne vers le chroniqueur Mehdi Ghezzar lui demandant la perception de l'hexagone de la campagne électorale, cette question lui est posée, particulièrement étant donné son poste de directeur de campagne électorale du candidat Tebboune en France à Paris le positionnant en tant qu'expert ainsi qu'un formateur dans le débat, l'intervenant, fait usage de symboles historiques, nationalistes de la guerre de libération d'Algérie, afin de rendre son intervention percutante, il utilise les chiffres comme " 130 ans de guerre " ou " un million et demi de *Chouhada* " Il utilise aussi l'expression " il ne faut pas oublier que sur chaque bulletin de vote il y a du sang algérien", ceci pour condamner l'abstention aux votes et faire culpabiliser les individus optant pour ce choix, il falsifie le préjugé d'inutilité du vote " chaque voix compte ".

Le chroniqueur témoigne d'une mobilisation particulière de la part de la diaspora algérienne en France, il applaudit et encourage cet engouement, il explique ce phénomène par le changement apporté, il cite: " vous m'aurez dit de voter il y a 10 ans de cela, ça ne m'aurait pas intéressé" symbolisant le concrétisation de " l'Algérie Nouvelle ".

Il rappelle la nécessité de pratiquer ce devoir au lendemain du renouveau qu'a apporté le " Hirak " pour continuer dans la lancée vers le développement et la stabilité. On observe l'animateur qui intervient rapidement en insistant sur ce fait.

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

L'animateur intervient et illustre les propos du chroniqueur, il rappelle les élections de 1995, il cite "nos immigrés ont donné une leçon de civisme et d'engagement politique... il y a eu un vote massif les médias français à l'époque n'ont pas compris ce vote, massif" de par cette intervention, on observe l'importance accordée à la perception des médias étrangers, des événements politiques algériens.

Le chroniqueur Mehdi Ghezzer procède à une énumération des valeurs nationalistes du citoyen algérien, il utilise l'expression chargée émotionnellement "*El Wahch Taa El Blad* le manque du pays" très propre à la nostalgie que ressentent les immigrés envers le pays, faisant de l'appel au devoir un appel infaillible, et applaudit cette mobilisation qui garantira le succès de l'élection.

Mehdi Ghezzer témoigne des efforts qu'ont dédiés les structures de l'état, plus précisément les antennes consulaires et diplomatiques en France, à la sensibilisation de la diaspora en France, il crédite les différents acteurs de cette action, notamment l'ambassadeur algérien en France " Said Moussi et des différents consuls et consul généraux en France". Ceci peut être interprété comme une démarche afin de valoriser encore une fois les élections présidentielles de 2024, se démarquant par cette nouvelle mobilisation des citoyens.

L'animateur donne la parole aux chroniqueurs Sami Kaidi, ce dernier intervient afin de rejoindre l'éditorialiste Mehdi Ghezzer dans l'éloge des valeurs de nationalisme qu'a fait preuve le citoyen algérien dans les élections de 1995, et la guerre de libération de 1954, et les qualifiant comme étant " pas quelque chose de nouveau, parce que c'est propre à son ADN ". le chroniqueur s'adresse directement aux téléspectateurs de la même tranche d'âge que lui, les jeunes, les appelle à la mobilisation pour exercer leur droit civil, insistant une fois encore sur la question de la mobilisation.

L'animateur prend la parole et intervient en pointant du doigt la pluralité de courants politiques dans la société algérienne, représentée par les trois candidats il cite " le courant républicain et nationaliste du candidat Tebboune, le courant démocrate socialiste du candidat du FFS, Monsieur Aouchiche et le candidat du courant islamiste Monsieur Hassani, qui représente la société algérienne " on observe que l'animateur qualifie le courant propre du président sortant de Tebboune de nationaliste, mais pas les deux autres, ceci peut être interprété en tant que partialité.

Le chroniqueur Sami Kaidi exprime son accord avec l'animateur, et sur ce rappel la nécessité de mobilisation pour ce vote qui sera surveillé

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

de très près à l'échelle internationale, par-là l'intervenant fait allusion aux médias scrutateurs étrangers, puis cite : " les Algériens doivent se mobiliser et dire oui à l'Algérie" sur quoi le chroniqueur Mehdi Ghezzar rétorque " uni et indivisible " réplique qui fait son effet au studio: tous les participants expriment leur accord, suivie par " j'étais obligé de le dire *Zkara Fel Aadyane* " le chroniqueur fait usage de cette expression populaire du dialecte arabe algérien, instaurant une certaine familiarité avec le téléspectateur local, le justifiant par son " côté Alger centre qui ressort " pour le téléspectateur international, l'expression peut être interprétée comme étant une riposte à toute allégation de division visant l'Algérie.

L'animateur introduit un témoignage d'un individu inculpé pour port d'armes et tentative de terrorisme, l'animateur crédite les services de sécurité pour avoir intervenu pour maintenir la stabilité et la sécurité pendant la campagne électorale.

Dans l'extrait, on retrouve le terroriste qui, calmement, procède à se présenter, il fait le récit de sa procuration d'armes et de munitions, puis son périple du port de Marseille où il a été autorisé à passer, jusqu'au port de Béjaïa, il décrit la fouille de son véhicule et son arrestation par les autorités locales.

L'animateur sollicite le chroniqueur Mehdi Ghezzar pour commenter cet extrait, il condamne l'acte de l'individu en le traitant de traître à la nation, ainsi que "Harki du 21ème siècle" appellation des conspirateurs contre la révolution d'Algérie qu'il revisite selon ce contexte, il félicite les services de sécurité pour avoir déjoué cette tentative de déstabilisation de la campagne des élections présidentielles, il rend hommage aux efforts des autorités algériennes, en juxtaposition, il condamne les autorités françaises, l'ingérence dans les affaires intérieures de l'Algérie, ce contraste incite le téléspectateur à remettre en question la crédibilité des autorités européennes dites transparentes. En faisant usage de sa propre expérience de la traverse Alger-Marseille, le chroniqueur dénonce une effraction au protocole de fouilles, la complicité des autorités portuaires françaises avec le terroriste appelle à une enquête par une instance internationale, le chroniqueur avance l'hypothèse que les armes auraient pu servir pour une prise d'otage sur le bateau, soulignant l'envergure de cet acte, amplifiant ainsi le risque évité.

L'animateur qualifie la complicité de "notoire", et fait usage du terme la main étrangère, il fait intervenir le chroniqueur Sami Kaidi qui remet en question la sécurité du port de Marseille, le chroniqueur Mehdi Ghezzar l'interrompt pour attirer l'attention sur la dualité de jugement

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

des autorités françaises d'un ton sarcastique il cite " je ramène des clopes, je me fais arrêter, on dirait que j'ai tué un terroriste international. Par contre quand je ramène 21 fusils de chasse, je rentre comme si je rentrais à la supérette du quartier " il procède par la suite à narguer les autorités du port de Marseille, de faire preuve de professionnalisme en s'adressant directement à la caméra " il faudrait vraiment que ces personnes là fassent leur travail au lieu de chercher des cigarettes et de retrouver des armes. C'est un conseil que je vous donne de l'autre côté de la Méditerranée " cette intervention non-sollicitée répétitive, le débat tendu, par moment moins intelligible, chargé en émotions laissant paraître le mécontentement du chroniqueur, approfondissent la gravité de la situation chez les téléspectateurs.

Le chroniqueur Sami Kaidi reprend la parole afin de rappeler que l'organisation terroriste responsable de cet acte est financée par le régime marocain et l'entité sioniste " aujourd'hui, c'est de notoriété publique que cette organisation terroriste du MAK est financée par l'entité sioniste, et par le régime tyrannique et dictatorial marocain le Makhzen ", l'animateur intervient pour rejoindre l'avis du chroniqueur, et rajoute un élément pour soutenir son argument: la complicité de certains responsables français qui assure la protection de ses individus. Le chroniqueur Sami Kaidi passe juste après à un rappel de la politique de protection contre le terrorisme sur l'échelle nationales et internationales de l'Algérie, avec son voisinage africain et divers organisations internationales et rappelle la réputation de la qualité de formation des cadres sécuritaires, cette intervention dénote l'immunité de l'Algérie contre le terrorisme, grâce à une politique sécuritaire et des structures et institutions résilientes.

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

Le second numéro aborde toujours trois thématiques: en premier lieu, le soutien de l'Algérie au Liban dans la crise énergétique et les aides humanitaires a destination du Niger, en second lieu, l'incident au Japon lors du sommet Japon-Afrique au sommet du TICAD impliquant le régime marocain, puis la rubrique "Débat du moment" abordant la désinformation au service de plan de déstabilisation, que l'étude analysera, en quatrième lieu, la rubrique Champ culture-cinéma discute la sortie du film "Barbés, Little Algérie". Le protocole suivi pour l'analyse du premier niveau du premier numéro, sera suivi pour ce second numéro:

Tableau 05: Analyse du premier niveau du second numéro

séquence	plan	description
0:00	plan d'un fond blanc avec une animation de formes géométriques carrés blanc entourant le logo de la chaîne, des carrés rouge en mouvement de balayage sur un fond rouge laisse apparaître le logo de l'émission : HEBDO SHOW en blanc puis en noir, un carré rouge incrusté a l'angle droit en arrière-plan du titre	lancement du jingle de l'émission
0:14	Gros plan sur le logo de l'émission affiché sur un des écrans du studio, zoom arrière de la camera, devenant un plan d'ensemble sur le studio	l'animateur salue les téléspectateurs, présente l'émission, les différentes thématiques qui vont être abordées, et les chroniqueurs participant aux débat
0:30	plan de taille rapproché sur l'animateur, sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît	

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	a l'extrême gauche en bas de l'écran: "Salim Aggar "	
0:53	plan de taille rapproché sur la chroniqueuse Yasmine Sellam	la chroniqueuse salue et accueille les téléspectateurs pour
1:20	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar	le chroniqueur salue ses collègues ainsi que les téléspectateur
1:57	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Sami Kaidi	le chroniqueur exprime son enthousiasme du débat sur l'émission
2:13	plan de taille rapproché sur le chroniqueur Farid Chergui	le chroniqueur remercie son hôte pour l'invitation et l'accueil
36:39	plan de taille rapproché sur l'animateur	l'animateur effectue une transition, met fin au débat sur la thématique précédente pour passer a celle qui suit
37:03	plan graphique sur titre de rubrique: fond rouge, apparition du titre, accompagnée d'une animation de formes géométriques, et jingle de l'émission	lancement de la rubrique "Débat du moment"
37:10	plan de taille rapproché sur l'animateur,	l'animateur procède a l'introduction de la thématique les moyens de désinformation mis en œuvre afin de déstabiliser la campagne électorale
37:32	Extrait du discours du	Passage du candidat

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	candidat Abdelmadjid Tebboune a Constantine	Abdelmadjid Tebboune soutenant le peuple palestinien
38:05	plan d'ensemble sur le studio et les intervenants, zoom avant, le titre de la sous thématique s'affiche sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: " la désinformation au service des plans de déstabilisation", plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur les quatre chroniqueurs un a un	l'animateur et le chroniqueur Mehdi Ghezzar commentent sur la sous thématique
40:36	plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur les chroniqueurs Sami Kaidi et Yasmina Sellam	l'animateur fait intervenir le chroniqueur Sami Kaidi, ce dernier débat avec ses collègues, ces derniers exprime leur accord
44:17	plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur les deux chroniqueurs Mehdi Ghezzar et Fouad Chergui, ainsi que Sami Kaidi	l'animateur fait intervenir le chroniqueur Fouad Chergui, puis reveient vers Sami Kaidi, et débattent avec Mehdi Ghezzar
51:35	plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur les deux chroniqueurs Yasmina Sellam, sur l'écran s'affiche sur un	l'animateur fait intervenir la chroniqueuse Yasmina Sellam, cette dernière débat avec ses collègues

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	<p>fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: "Yasmina Sellam - Chroniqueuse"</p>	
53:15	<p>plan de taille rapproché sur l'animateur</p>	<p>l'animateur annonce une courte pause, et la reprise du débat par la suite.</p>
53:20	<p>plan graphique sur le logo de l'émission: fond rouge, apparition du titre, accompagnée d'une animation de formes géométriques, et jingle de l'émission, gros plan sur le logo de l'émission affiché sur l'écran du studio, traveling vertical, plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar</p>	<p>l'animateur annonce la reprise du débat, donne la parole au chroniqueur Mehdi Ghezzar, le chroniqueur Sami Kaidi intervient, débat avec les intervenants</p>
58:00	<p>extrait de l'interview du président du conseil de la nation Salah Goudjil réalisé par la chaîne TV1, doublé en français,</p>	<p>président du conseil de la nation Salah Goudjil appel a la mobilisation pour le scrutin présidentiel</p>
59:49	<p>plan de taille rapproché sur l'animateur, plan sur l'ensemble du studio</p>	<p>l'animateur commente sur l'extrait de l'interview et fait intervenir le chroniqueur Sami Kaidi, les deux intervenants débattent</p>
1:00:30	<p>sur l'écran le titre de la sous thématique s'affiche sur un fond gris translucide qui fini</p>	

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	<p>par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: "l'Algérie nouvelle consacre le modèle démocratique patriotique", plan de taille éloigné sur les deux chroniqueurs Sami Kaidi et Yasmina Sellam, derrière eux, sur l'écran du studio s'affiche des scènes de la campagne électorale des trois candidats.</p>	
1:01:16	<p>plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur le chroniqueur Sami Kaidi</p>	
1:02:41	<p>plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur le chroniqueur Fouad Chergui</p>	<p>l'animateur fait intervenir le chroniqueur Fouad Chergui</p>
1:04:34	<p>extrait d'une interview avec l'ambassadeur d'Algérie en Arabie Saoudite Cherif Walid, réalisé par la chaîne Al Hadath, doublé en français, sur l'écran s'affiche sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: "Cherif Walid ambassadeur</p>	<p>l'ambassadeur s'exprime au sujet de la participation de la diaspora au scrutin présidentiel</p>

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	algérien en Arabie Saoudite “	
1:05:34	plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur le chroniqueur Mehdi Ghezzar, sur l'écran s'affiche sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en bas de l'écran: ” Mehdi Ghezzar - Éditorialiste “, puis “ le scrutin présidentiel, un événement crucial pour consolider la construction nationale”	l'animateur fait intervenir le chroniqueur Mehdi Ghezzar au sujet de la diaspora
1:08:24	plan d'écran partagé, a droite apparaissent des scènes de la campagne électorale des 3 candidats, a gauche deux plans de taille éloigné sur les quatre chroniqueurs en studio	
1:08:42	plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur le chroniqueur en Fouad Chergui	l'animateur fait intervenir le chroniqueur Fouad Chergui, Mehdi Ghezzar intervient, les
1:11:42	sur l'écran s'affiche le titre de la sous thématique sur un fond gris translucide qui fini par une bande rouge a droite, le logo de l'émission apparaît a l'extrême gauche en	trois débattent

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

	bas de l'écran: " la communauté nationale a l'étranger, une partie indivisible de la patrie"	
1:13:19	plan de taille rapproché sur l'animateur	l'animateur met fin au débat sur la thématique de la campagne électorale, et passe a la rubrique suivante
1:27:02	plan de taille rapproché sur l'animateur, puis sur les deux chroniqueurs Sami Kaidi et Yasmina Sellam, puis sur Mehdi Ghezzer et Farid Chergui	l'animateur annonce la fin de l'émission, il remercie les chroniqueurs un a un, il leur donne rendez-vous aux téléspectateurs pour le prochain numéro.
1:27:43	plan d'ensemble sur le studio, mouvement de camera zoom avant sur un écran du studio affichant le logo de l'émission	lancement du jingle de l'émission.

Tableau 06: Temps d'écran et temps de parole des intervenant dans le second numéro

Intervenant	temps de parole	temps d'écran
Salim Aggar, animateur	04:42	6:30
Sami Kaidi, chroniqueur	05:20	6:40
Yasmina Sellam, chroniqueuse	00:56	1:55
Mehdi Ghezzer, editorialiste	17:08	18:03
Fouad Chergui, chroniqueur	7:10	7:26

- Totalité du temps de la rubrique: 37:29

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

\

Figure 2: Plan d'ensemble sur le studio, Fraid Chergui s'exprimant sur la thématique (séquence 35:51)



3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

3.2.3 Résultats

En combinant les résultats de l'analyse du premier niveau qui consiste à l'examen attentif des différents éléments visuels de chaque plan, et l'analyse du second niveau qui consiste à l'examen attentif du contenu de l'émission, on observe:

- L'univers montré, autrement dit le plateau est lumineux, épuré, et tout en simplicité, ne présente aucune spécificité pour ne pas dévier l'attention du téléspectateur du débat qui prend place;
- La structuration spatiale de l'émission réunit la concentration et le triadisme. En effet, les intervenants sont assis autour d'une table triangulaire, et dû au nombre d'intervenants ces derniers sont concentrés dans cet espace, on est donc en présence d'un espace unifié et continu, les téléspectateurs sont ainsi intégrés dans le débat.
- Les capitaux visuels attribués à chacun des intervenants, diffèrent selon plusieurs facteurs, Mehdi Ghezzer en première place, suivie de Fouad Chergui (pour le second numéro) puis Salim Aggar, puis Sami Kaidi, enfin Yasmina Sellam, ces derniers apparaissent dans des plans de taille pour une distance personnelle, et des plans moyens pour une distance sociale, qui ont pour but d'isoler l'attention du téléspectateur sur l'intervenant, sans oublier les plans d'ensemble pour la distance publique, un plan très commun pour les débats politiques.
- Les séquences dialogales sont majoritaires qui associe l'animateur ou un chroniqueur et un autre chroniqueur qui présente son intervention, les séquences monologiques sont fortement présentes aussi, durant lesquelles l'animateur interpelle les téléspectateurs en utilisant des formules allocatives, ou les chroniqueurs s'adresse eux-mêmes aux téléspectateurs afin d'exprimer une opinion, enfin les séquences polylogales permettant aux intervenants de commenter et débattre librement. On observe que les séquences dialogales se transforment en séquences monologiques dû aux longues interventions des chroniqueurs, plus particulièrement Mehdi Ghezzer. Quant aux extraits d'interview ou de discours importés, ils avaient pour effet de réduire la dimension narrative, tout en accélérant le rythme de l'émission, et orienter les interventions des chroniqueurs sur le commentaire ou l'analyse des faits ou situation évoquées dans ces extraits.

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

● Les identités des intervenants explique l'écart entre les temps d'écran: Mehdi Ghezzer éditorialiste de la chaîne AL24 News, je précédemment, directeur de campagne du président Tebboune à Paris, intervient le plus souvent, le plus librement quitte à couper la parole aux autres intervenants, en tant qu'informateur, débateur, commentateur, et analyste. Fouad Chergui, documentariste, président d'une association culturelle, il est concerné par le second numéro seulement ses interventions relèvent de son expertise, elles sont organisées et toujours sollicité par l'animateur. Salim Aggar journaliste actif dans le secteur depuis plus de 22 ans, intervient bien moins malgré son statut d'animateur interviewer, parfois même peine à placer un mot dans le débat. Sami Kaidi et journaliste dans la presse algérienne, ses interventions sont pour la plupart du temps sollicitées, il intervient en tant que débateur, commentateur et analyste. Yasmina Sellam est ingénieur agronome et promotrices du terroir, ses interventions sont rares et sollicitées, son expertise n'étant pas la politique, elle intervient en tant que citoyenne.

● La gestion des échanges alterne entre l'échange structuré et l'échange libre. L'animateur distribue la parole en sollicitant les intervenants, ou en les autorisant à intervenir, par moment, mais la plus part du temps ces derniers se voient reconnu le droit d'intervenir à leur initiative, le débat est moins serein et plus tendu. C'est le chroniqueur Mehdi Ghezzer qui est le plus sollicité, mais qui intervient aussi le plus librement, son identité professionnelle, sociale, et médiatique le justifie, ce comportement communicationnel pose problème lorsque le débat s'éloigne du sujet et l'animateur peine à gérer le débat une fois lancé dans la mauvais thématique.

● Chaque chroniqueur intervient d'une façon propre à lui, des rôles locutifs précis, pour les trois chroniqueurs Farid Chergui, Sami Kaidi, et Yasmina Sellam, ils alternent entre la réponse et la validation quand il s'agit d'une intervention du chroniqueur Mehdi Ghezzer, ce dernier alterne entre la réponse et l'assertion, ce qui fait de lui un leader d'opinion. quant à l'animateur Salim Aggar alterne entre la question et la gestion, l'ensemble de ses interventions régulent l'échange entre les chroniqueurs, et orientent le débat, ou du moins, essayent de le faire.

● L'orientation thématique dite sur la campagne électorale des élections présidentielles algériennes de 2024 s'éloigne des événements même de la campagne de chaque

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

candidat, de leurs discours ou de leurs programmes: le premier numéro était axé sur la la valorisation des élections présidentielles de 2024, la mobilisation pour cette élection, et les menaces de déstabilisation de ce scrutin. Le second numéro était axé sur la désinformation des médias du régime marocain contre l'Algérie, sujet qui a dérivé vers les relations algériennes-égyptiennes et la criminalité au Maroc. La mobilisation apparaît une seconde fois, et le retour de la diaspora en Algérie.

- La finalité informative, explicative de l'émission est bien respectée, la présence d'information, inédite, d'analyse et de débat sont présents, le contrat de communication entre l'instance de réalisation et les téléspectateurs étant de décrypter l'actualité nationale et internationale.

Sur la question du traitement de l'information, la chaîne se dit objective et rapporte l'information telle qu'elle, et effectue un filtrage d'information selon la pertinence et la concordance des fins avec la ligne éditoriale: on rappelle que la chaîne vise aussi à informer, éduquer, expliquer les enjeux géopolitiques à son audience nationale et internationale, refléter la politique étrangère algérienne à l'audience internationale, et défendre les intérêts diplomatiques, politiques, économiques, sociaux et culturelle de l'Algérie à l'étranger. Dans l'émission Hebdo Show, la chaîne AL24 News à effectivement éduqué son audience sur l'importance des élections présidentielles algériennes de 2024, sensibilisé à l'importance de la mobilisation de la population autour pour cet événement, mit en avant les efforts fourni par l'État durant l'organisation de cet événement, et sensibiliser aux menaces de déstabilisation du scrutin, remplissant ainsi son devoir en tant que média du service public. Le message concernant ses thématiques auraient aussi été une tentative de soigner, l'image du pays et des citoyens à l'étranger, le traitement du sujet de retour de la diaspora en Algérie en particulier, associé aux traitement du sujet du mandat du président sortant Abdelmadjid Tebboune.

Jusque-là le traitement de l'information reste dans le thème de la campagne électorale qui détient un enjeu majeur, celle-ci précède un événement politique dans un système semi-présidentielle ou l'élection d'un président est fondamental, c'est aussi des élections où on a affaire à une potentielle réélection du président, sortant qui est avantagé comme nous l'avons mentionné dans le deuxième chapitre. On détecte un effet de cadrage ou le traitement médiatique des élections présidentielles est caractérisée pas un certain vocabulaire et une certaine narrative

3ème Chapitre: Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne télévision AL24 News

méliorative subtile, induisant la perception de l'importance de cet événement politique chez l'audience.

En revanche, pour le second numéro où on a abordé la désinformation provenant de médias étrangers pour but de déstabiliser les élections présidentielles: la chaîne a certes respecté sa ligne éditoriale: le principe de défense des intérêts diplomatiques nationaux, seulement, cette narrative s'est transformée en une propagande anti-Makhzen sortant ainsi complètement du thème de la campagne électorale pour les élections présidentielles. Ceci a été repris par plusieurs médias étrangers comme le veut la théorie d'Agenda Setting où on a abordé un sujet de controverse, en l'occurrence la criminalité au Maroc, qui par la suite est relayé par les médias, chose qui inscrit ce sujet à l'attention du public, cependant il est à noter que dans ce cas l'aspect de nouveauté du sujet manque, en effet le sujet a déjà été au cœur des tendances médiatiques.

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Cette étude est arrivée à la conclusion que la communication, surtout dans un contexte médiatique, s'appuie sur des canaux spécifiques, notamment les médias de masses qui jouent un rôle central dans la diffusion rapide et large des messages à un public diversifié, dont les composantes sont ciblées. Ces médias, fonctionnent selon des logiques propres mêlant impératifs économiques, politiques et sociaux et agissent comme des intermédiaires entre les acteurs politiques et la population. Ils sélectionnent, cadrent et interprètent les événements visant ainsi à façonner l'opinion publique et à orienter le débat démocratique, mais en vain, il s'est avéré que les résultats espérés n'étaient pas au rendez-vous, du moins pas dans la quasi-totalité des cas étudiés. En Algérie, l'étude sur le paysage médiatique algérien a révélé l'existence d'une pluralité dans ce secteur, bien que marqué par une forte présence des médias publics et un contrôle étatique important, et les médias privés sont souvent confrontés à des contraintes réglementaires et économiques. La montée de la chaîne d'information en continu AL24 News vient compléter cet écosystème en offrant des espaces d'analyse et de débat plus dynamique parfois plus critique sur les questions politiques et sociales du pays, cette dernière se démarquant par sa ligne éditoriale, son audience ciblée, et son impact dans le monde des médias internationaux si on parlera de sociologie des médias.

Dans un système présidentiel comme celui de l'Algérie, les élections présidentielles ont une importance particulière, elles déterminent le chef de l'État, mais influencent l'équilibre des pouvoirs entre le président, le gouvernement et le parlement, ce qui rend la présidentielle décisive pour la stabilité politique, et la mise en œuvre des politiques publiques. Les élections sont donc un moment de choix stratégique avec des répercussions majeures sur l'ensemble du système institutionnel. L'étude s'est penchée sur la campagne électorale des élections présidentielles algériennes de 2024 qui revêt une importance majeure dans la mesure où elle s'inscrit dans un contexte politique complexe, marqué par des attentes fortes de changement, de transparence et de renouvellement démocratique. Ces élections étaient un moment clé pour le renforcement et la survie de l'administration en place, et pour la définition des orientations futures du pays.

Dans ce cadre, le débat dans l'émission Hebdo Show aborde les questions de société, les enjeux économiques, la sécurité et la diplomatie et les droits fondamentaux, le débat sur les différentes thématiques liées à la campagne électorale est caractérisé par une unanimité des points de vue, même si l'émission favorise un dialogue ouvert parfois critique, et

Conclusion Générale

transmet un message construit autour de la mise en perspective des différentes facettes de la campagne électorale. Elle propose un analyse des événements entourant, la campagne électorale des élections présidentielles, les réactions des médias étrangers ainsi que les enjeux politique sous-jacent. Le message de l'émission est donc fait d'un équilibre entre informations, décryptage, et propagande dosée, visant à cadrer le téléspectateurs sur les réalité et les enjeux de cette élection en favorisant une réflexion citoyenne nationaliste.

Références bibliographiques

Lois:

1. Journal Officiel n° 16 du 23 mars 2014, loi n° 14-04 Articles 5, 47, 55.
2. Journal Officiel n° 17 du 10 mars 2021, loi organique Ordonnance n° 21-01, Articles 1,7, 9, 12, 13, 16, 21, 27, 77, 78.
3. Décret exécutif n° 24-250 du 23 juillet 2024, Articles 7, 9, 12, 20, 67.
4. Décision n° 17 du 15 Juillet 2024, Articles 4.

Ouvrages:

5. Adem Abebe, Elliot Bulmer: *Electing a President in Presidential and Semi-Presidential Democracies*. Stockolhm: International Institute for Democracy and Electoral Assistance, 2019.
6. David K. Perry. *Theory and Research in Mass Communication Contexts and Consequences*. London: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES PUBLISHERS, Second Edition, 2002.
7. Denis McQuail. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd, 6th edition.
8. Elizabeth A. Skewes. *Message Control How News Is Made on the Presidential Campaign Trail*. USA: ROWMAN & LITTLEFIELD PUBLISHERS, INC, 2007.
9. Fisher, Fieldhouse, Franklin, Gibson, Cantijoch and Christopher, Wlezien. *The Routledge Handbook of Elections, Voting Behavior and Public Opinion*. USA: Routledge Taylor & Francis Group, 2018.
10. Shaun Bowler and David M. Farrell. *Electoral strategies and political marketing*, London: The Macmillan Press Ltd 1992.
11. Vivien Lowndes, David Marsh, Gerry Stoker. *Theory and Methods in Political Science*. London: Palgrave, 4ème édition, 2018.

Reuves scientifiques:

12. Abdelmadjid, Ramdane. Opacité Du Champ Audiovisuel En Algérie, Liberté Avec Limitations. Cahier Politiques et Droits numero 14 janvier 2016. pp, 1-10.
13. Abdou Beenziane. L'Algérie de demain Relever les défis pour gagner l'avenir Information Communication - Média. Decembre 2008, Fondation Friedrich Ebert, Bureau Algerie.

-
14. Abdesslam Jaldi, L'Algérie Post-2019: Aux antipodes des revendications du hirak. Policy Center for the New South, Policy Paper - N° 09/25 - Avril 2025, pp, 09 - 25.
 15. Akram Belkaïd. Algérie : une restauration musclée. Dossier Algérie de l'indépendance au Hirak, politique étrangère, N°2, 2022. pp, 83-93.
 16. Collectif de Familles de Disparus en Algérie, Ligue Algérienne des droits de l'Homme, Syndicat national autonome de l'administration publique et le secrétariat du Réseau Euro-méditerranéen des droits de l'Homme (REMDH). « Réformes politiques » ou verrouillage supplémentaire de la société civile et du champ politique ? Une analyse critique: Réseau Euro-Mediterranéen des droits de l'homme, 12 avril 2012.
 17. Denis Marie-Laure. La régulation audiovisuelle et l'élection présidentielle. Les Nouveaux Cahiers du Conseil constitutionnel, n°34 Janvier 2012, 23-40.
 18. Djouadi Ilyes, Messaoudi Temame. The Requirements of the semi-presidential regime with political coexistence a comparative study between Algerian and French political Systems. International journal of legal and political research, Volume 07, Issue 03, pp, 60 - 84, December 2023.
 19. Dris Chérif. Chapitre 3 – La régulation très contrôlée du champ médiatique en Algérie. Les Espaces des (im)possibles, édité par Bachir Benaziz et al., Centre Jacques-Berque, 2021, pp, 73-98.
 20. Elgie, Robert. 'The Politics of Semi-Presidentialism', in Robert Elgie (ed.), Semi-Presidentialism in Europe (London: Oxford Academic, 2003)
 21. Gerstlé, Jacques. Médias et campagnes électorales. Regards sur l'actualité, 2007, 329. 35- 44.
 22. International Crisis Group. L'Algérie de l'après-Bouteflika: Protestations grandissantes, signes de répression, International Crisis Group, Briefing Moyen Orient Afrique du Nord N°68, (2019).
 23. Jean-Louis Missika. Les médias et la campagne présidentielle : autour de la notion de « fonction d'agenda », Études de communication langages, information, médiations, Numéro 10, 1989, 41- 46, pp, 43 - 46.
 24. Lamrous A. . Evolution du paysage audiovisuel en Algérie. revue de bibliothéconomie, 7(1), 2015, 149-157.
 25. Laquière Alain. Élection des gouvernants et légitimité démocratique, No. 76, Écologie et décision politique (2018), pp. 131-140 .
 26. Magalhães, Pedro, Fortes, Braulio. Presidential Elections in Semi-Presidential Systems: Presidential Powers, Electoral Turnout

and the Performance of Government-Endorsed Candidates.
Documentos de trabajo, Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía, N° 5, 2008.

27. Mostefaoui Belkacem. Algérie: l'espace du débat médiatique. Conditions d'exercice du journalisme et réception des télévisions nationale et étrangères. In: Réseaux, volume 16, n°88-89, 1998. La propriété intellectuelle. pp. 153-188.

Thèse:

28. Philippe Haag, *La communication numérique électorale : nouvelle étape de la marchandisation du politique ?* Thèse de Doctorat, Université Bourgogne Franche-Comté, Sciences de l'information et de la communication, 2022.

Entretien:

29. Entretien avec ABERKANE Mohamed Amine, chef d'édition a AL24 News, *sur le rôle de la chaîne AL24 News dans un contexte socio-politique*, Said Hamdine, Alger, le 09/03/2025 a 12:00.

Sites internet:

30. Lancement de la nouvelle chaîne d'information AL24 News, <https://al24news.dz/en/lancement-de-la-nouvelle-chaîne-dinformation-al24-news/> consulté le 22/03/2025 a 23:30.

31. Présidentielle en Algérie: la justice accuse de corruption trois candidats dont le dossier a été refusé.
<https://www.rfi.fr/fr/afrique/20240803-présidentielle-en-algérie-la-justice-accuse-de-corruption-trois-candidats-dont-le-dossier-a-été-refusé> (consulté le 1 Mai 2025).

32. Présidentielle: le programme du candidat indépendant M. Abdelmadjid Tebboune assure l'équilibre du développement entre les régions. <https://www.aps.dz/algerie/174820-présidentielle-le-programme-du-candidat-independant-m-abdelmadjid-tebboune-assure-l-equilibre-du-developpement-entre-les-regions>, (consulté le 1 Mai 2025)

33. Présidentielle du 7 septembre : le candidat du MSP Abdelaali Hassani Cherif présente son programme électoral.
<http://news.radioalgerie.dz/fr/node/49774> (consulté le 4 Mai 2025)

34. Le candidat Aouchiche vulgarise les axes majeurs de son programme électoral au Forum de la présidentielle de la Radio

algérienne. <http://news.radioalgerie.dz/fr/node/51364>, (consulté le 4 Mai 2025)

35. Benkali Nadia. SEULEMENT 20% ONT VOTÉ La Kabylie fidèle à elle-même. <https://www.lexpressiondz.com/nationale/la-kabylie-fidele-a-elle-meme-193181> (consulté le 5 Mai 2025).

36. Chehaht Faycal. Yasmina Sellam, une cheffe érudite et solaire. <https://mediterranéennes.com/yasmina-sellam-une-cheffe-erudite-et-solaire/> (consulté le 10 Mai 2025)

37. Ghebouli Zine Labidine , The post-Hirak presidency: Tebboune's promises and achievements two years on <https://www.mei.edu/publications/post-hirak-presidency-tebboune-promises-and-achievements-two-years> (consulté le 6 Mai 2025).

38. Lamlili Nadia. Algérie : qui est Abdelmadjid Tebboune, le nouveau Premier ministre d'Abdelaziz Bouteflika? <https://www.jeuneafrique.com/442030/politique/algerie-abdelmadjid-tebboune-nouveau-premier-ministre-dabdelaziz-bouteflika/> (consulté le 1 Mai 2025).

39. Ludovic Luppino. « J'ai voulu montrer ce qui se passe en bas de chez nous ». <https://www.leparisien.fr/economie/j-ai-voulu-montrer-ce-qui-se-passe-en-bas-de-chez-nous-18-05-2007-2008041745.php> (consulté le 10 Mai 2025)

40. Marion Monforta. «Vous êtes des moudjahidines 2.0» : Mehdi Ghezzer, cet entrepreneur qui forme des «ambassadeurs» de l'Algérie en France. <https://www.lejdd.fr/societe/vous-etes-des-moudjahidines-20-mehdi-ghezzer-cet-entrepreneur-qui-forme-des-ambassadeurs-de-lalgerie-en-france-153742> (consulté le 10 Mai 2025).

41. Rabeh Arezki. Algeria Needs an Economic Transformation With the right reforms, it can become more than a petrostate. <https://foreignpolicy.com/2024/10/16/algeria-economy-tebboune-oil-gas-reform-unemployment-brain-drain/> (consulté le 6 Mai 2025).

42. Samia Hanifi. Mehdi Ghezzer veut créer un lobby pour soutenir l'économie algérienne.

<https://www.arabnews.fr/node/498309/économie> (consulté le 10 Mai 2025).

43. Simon Kremer. "Thaïlande de l'Afrique" : on vous explique la polémique Mehdi Ghezzar, ce chroniqueur qui a envenimé les relations entre l'Algérie et le Maroc.

https://www.franceinfo.fr/monde/afrique/algerie/thaïlande-de-l-afrique-on-vous-explique-la-polemique-mehdi-ghezzar-ce-chroniqueur-qui-a-envenime-les-relations-entre-l-algerie-et-le-maroc_6749503.html (consulté le 10 Mai 2025).

44. Zahir R. Les réalisations du président Tebboune.

<https://lesenjeuxeco.dz/les-realizations-de-president-tebboune/> (consulté le 6 Mai 2025).

45. Understanding Algeria's Presidential Election: Situation Assessment, Arab Center for Research and Policy Studies,

<https://www.dohainstitute.org/en/PoliticalStudies/Pages/algerian-2024-presidential-elections-reading-the-results.aspx>

46. <https://www.elmoudjahid.com/fr/profile/sami-kaidi-12>

(consulté le 10 Mai 2025)

47.

48. <http://www.africine.org/personne/salim-aggar/15891>

(consulté le 10 Mai 2025)

Transcription du premier numéro:

Salim Aggar: voilà c'est la le début de la campagne électorale bien sûr c'est le moment politique de l'année en Algérie, les trois candidats sont sur les starting block pour lancer leur campagne, bien sûr chaque candidat apporte son programme et tente de défendre son programme, monsieur Sami Kaidi quels sont les enjeux international de cette présidentielle ?

Sami Kaidi: alors elles sont extrêmement importantes parce que l'Algérie comme je viens de l'évoquer est une puissance régionale un pays pivot, donc c'est-à-dire que cette élection du 7 septembre prochain sera scruté un peu partout dans le monde et on est extrêmement attendu dans la mesure où on est un pays qui est aussi très présent dans plusieurs dossiers internationaux, que cela soit au Moyen-Orient en Europe aussi avec la politique du gaz et la géopolitique du gaz aussi hein, donc cette élection sera extrêmement scrutée, notre pays a besoin aussi de beaucoup de force parce que ce qui se passe actuellement dans le monde est extrêmement préoccupant, certains experts aussi de géopolitique parlent de potentielle guerre mondiale, c'est-à-dire que on est dans une période de tous les dangers donc cette élection sera extrêmement importante extrêmement scrutée pour moi, et je pense qu'aussi Yasmine aussi tu m'avais aussi un peu partagé ton avis auparavant, et ça converge un peu.

Yasmine Sellam: voter c'est un droit avant d'être un devoir, et une chance de pouvoir le faire, mettez votre bulletin même s'il est nul mettez-le mais pratiquez votre droit de vote, après moi je pense qu'on n'a pas besoin de faire des scènes sur ce que l'Algérie a vécu depuis quelques années, moi je vis en Algérie, j'ai toujours vécu en Algérie, l'Algérie m'a tout donné et donc voter c'est très important pour moi, et les programmes qu'on nous propose, il faut bien les regarder bien les étudier, et aller dans dans le sens qui nous convient le plus, pour notre pays et pour nous-mêmes.

Sami Kaidi: c'est comme cela qu'on exerce sa citoyenneté aussi.

Yasmine Sellam: tout à fait.

Salim Aggar: Mehdi Ghezzer vous avez bien sûr suivi le début de la campagne électorale que ça soit en France ou en Algérie, là où vous êtes installé justement vous êtes installé en France, aujourd'hui comment est perçu cette élection présidentielle un petit peu dans l'Hexagone si on peut parler ainsi?

Mehdi Ghezzar: écoutez il y a il y a une forte mobilisation moi ce qui me fait mal au cœur si Salim, c'est que les gens ont la mémoire courte, c'est que il faut pas oublier que sur chaque butin de vote il y a du sang algérien, pourquoi il y a du sang algérien parce qu'il y a 1 million et demi de Moujahed qui sont mort de Shohada qui sont morts, il y a eu une guerre qui a duré 130 ans pour que justement nous ayons la possibilité le droit d'avoir de voter d'avoir la possibilité de choisir qui nous représente, et pourquoi ça me fait mal au cœur parce que justement ce qui est pour nous un droit où il y a eu énormément de sang algérien pour avoir justement ce droit là, ben il est mis de côté il est oublié par certaines personnes, et je trouve ça juste abject, pourquoi je vous dis ça parce que l'abstention est le résultat de l'inconscient il faut pas croire il ne faut surtout pas penser que tout se décide sans nous, un bulletin est une voix une voix compte chaque voix compte, donc il faut une mobilisation, ce que je vois ce qui se passe actuellement en France c'est qu'il y a de la part de notre diaspora une mobilisation comme j'en ai rarement vu, et je le dis tout à fait de façon tout à fait transparente et ça me fait vraiment plaisir, ça me fait plaisir parce que personnellement vous m'auriez dit à 10 ans de voter je ça m'intéressait pas, aujourd'hui notre pays a besoin de stabilité notre pays aujourd'hui a besoin de continuité on est sur une sur une lancée et on a besoin in d'unité, on est un pays qui après le hirak a besoin justement de de se re-mobiliser, et de d'avancer comme un seul homme et on a justement ce jeu démocratique qui nous permet de choisir celui qui va nous représenter, donc le besoin aujourd'hui d'un Algérien c'est de voir où est-ce qu'il va on a une direction démocratique, on est un pays en plein développement, on a besoin d'avoir un suffrage massif des Algériens qui vont se déplacer massivement, je ne me fait honnêtement guerre de soucis pour la diaspora l'étranger qui est très mobilisée al hamdouillah, et je franchement je suis pratiquement deux à trois jours par semaine sur Alger, vous savez très bien que quand vous allez dans un café dans un restaurant ou chez des copains tout le monde parle du vote, donc ça fait vraiment très plaisir à savoir qu'il y a un ce sursaut voilà ce sursaut civil on va dire, pour vouloir et pour décider de quoi notre avenir sera fait donc on a besoin encore une fois de stabilité.

Salim Aggar: Mehdi on se souvient, je fais un petit rappel hein, on se souvient en 95, nos immigrés ont donné une leçon de civisme et de d'engagement politique en votant massivement justement lors de l'élection présidentielle de 95, en plein décennie noir hein on se souvient

il y a eu un vote massif les médias français à l'époque n'ont pas compris ce vote massif,

Mehdi Ghezzar: parce que l'Algérien est concerné par son avenir, parce que l'Algérien est patriotique, parce que l'Algérien est nationaliste, parce que l'Algérien aime l'Algérie, tout simplement aime son pays, en 95 c'était tu allais voter tu étais capable de te prendre une balle parce que tu allais voter, et ben pour battre la horde islamiste qui avait gagné grâce à l'abstention

Salim Aggar: je me souviens un journaliste de France Télévision qui avait déclaré il comprenait pas pourquoi le vote massif des immigrés alors que c'est un vote qui n'est pas global par rapport au reste du pays, donc ils ont pas compris que c'était justement pour donner disons le starting block pour démarrer la campagne et démarrer le vote en force,

Mehdi Ghezzar: J'ai pour habitude de dire qu'un Algérien à l'étranger est un Algérien à part entière, et c'est pas est-ce que il est binational qu'il a une carte de résidence qu'il est moins algérien que les Algériens en vivant ici, et vous savez ça fait de nombreuses années que je vis entre l'Algérie et la France, *El Wahch Taa El Blad* le manque du pays il est exceptionnel, et quand il y a l'appel du pays pour tout à fait peu importe la demande, croyez-moi honnêtement vu le nationalisme ambiant que ça soit à l'étranger même en Algérie, je ne me fais pas beaucoup de doute par rapport au succès de la prochaine élection.

Salim Aggar: avant c'était les *Chibani* aujourd'hui beaucoup de jeunes qui ont parfois la double nationalité

Mehdi Ghezzar: il y a un énorme travail, et ça il faut le savoir en tout cas moi je parle personnellement pour ce qui se passe dans les antennes consulaire et diplomatique en France, il y a un énorme travail de nos antennes là-bas sur place sur sensibilisation au droit de vote

d'accord, c'est quelque chose qui est fait d'une façon remarquable sous l'égide de de de de notre ambassadeur Said Moussi et des différents consuls et consuls généraux en France, où ils ont mis en place justement cette élection présidentielle, en essayant au maximum de sensibiliser tout Algérien immatriculé dans les consulats et les divers consulat en France, donc le travail paye toujours à la fin et franchement je ne me fais vraiment, je te le dis du fond du cœur Salim je ne me fais pas beaucoup de soucis par rapport à la mobilisation, et

honnêtement ça me fera plaisir de voir des images de consulat bondé pour aller voter

Salim Aggar: oui Sami Kaidi

Sami Kaidi: y a quelque chose qui me vient à l'esprit parce que vous avez abordé 1995 bon moi j'étais extrêmement petit à cette époque là mais ce qui est extrêmement

Salim Aggar: je me souviens parce que j'ai couvert l'élection, c'était le couvre-feu à l'époque

Sami Kaidi: des personnes que je connais qui m'ont rapporté que les gens se battaient même devant les consulats, pour pouvoir voter, et moi je et moi je pense que c'est pas quelque chose de nouveau parce que c'est propre à je dirais à l'ADN même de l'Algérien, dès lors qu'il sent que le pays est en danger ou qu'il a besoin de lui il se mobilise et il se lève tel un seul homme, on a pu le voir lors de la glorieuse révolution de Novembre 54, pendant la décennie noire l'Algérien se lève toujours pour défendre la patrie et les intérêts de son pays, moi bon je fais partie de cette catégorie qu'on appelle les jeunes et c'est vrai que je voudrais profiter de cette opportunité pour lancer un appel à l'ensemble de la jeunesse, en leur disant il faut se mobiliser il faut se rendre massivement dans les bureaux de vote et aux urnes, parce que finalement plus qu'un devoir c'est aussi son algérianité qu'on exerce en plaçant son bulletin dans dans l'urne, donc j'appelle l'ensemble des jeunes à ne pas laisser cette chance, parce que c'est une chance dans beaucoup de pays malheureusement ils n'ont pas cette opportunité de pouvoir choisir qui va les représenter, donc effectivement j'appelle l'ensemble des personnes qui voilà qui partagent un peu ma tranche d'âge à se mobiliser.

Salim Aggar: je profite de votre présence Sami Kaidi en parlant de politique vous savez que les trois candidats représentent les trois courants les plus importants sur la scène politique le courant républicain et et nationaliste du candidat Tebboune le courant démocrate un petit peu socialiste du candidat du FFS monsieur Aouich et le candidat du courant islamiste monsieur Hassani qui un petit peu représente un petit peu la société algérienne vous savez toute la composante de de la société algérienne est aujourd'hui prête à voter pour qui elle souhaite pour garantir justement la continuité et la stabilité du pays

Sami Kaidi: voilà quel que soit la personne qui semble être proche de ses idées mais par contre il faudra se mobiliser massivement parce que cette

fois-ci je pense que on sera extrêmement scruté le monde n'est pas celui d'hier aujourd'hui on est on vit de véritable bascule c'est-à-dire qu'on ne sait pas ce qui se passera dès demain ou après-demain donc les Algériens doivent se mobiliser et dire oui à l'Algérie

Mehdi Ghezzar: Uni et indivisible, j'étais obligé de le dire *Zkara Fel Aadyane*.

Salim Aggar: Mehdi moi je voudrais avant que tu commences ton intervention montrer un petit peu la déclaration cette semaine d'un représentant du mouvement du MAK qui a été arrêté une organisation terroriste qui a été arrêté en possession d'armes et qui avait comme objectif justement de déstabiliser et de créer la confusion ou un attentat terroriste pendant le début de la campagne électorale on regarde son intervention et ses déclarations qui ont fait un petit peu le tour des médias nationaux et internationaux et on revient au débat on donne la parole à Mehdi Ghezzar pour commenter cela...voilà c'était les révélations du terroriste Moussa Zaydi qui a déclaré et donné un petit peu le processus d'attentat qu'il avait l'intention de commettre en Algérie voilà une action qui a été arrêté grâce à la vigilance des services de sécurité et qui ont déjoué cet attentat qui allait faire un un carnage au plein début de la campagne électorale, Mehdi.

Mehdi Ghezzar: il y a plusieurs choses qui m'interpellent déjà en préambule avant toute chose moi je voudrais féliciter nos service de sécurité il faut savoir que cette ce Harki qu'on a vu à la télé je citerai même pas son nom ce traître à la nation était attendu à Bejaia oui ce n'est pas un contrôle inopiné du véhicule où il a détecté la voiture et ça ça n'a pas été aussi mise en avant oui d'accord ça veut dire que nos renseignements sécuritaires extérieurs et intérieur font un travail remarquable et ils font des enquêtes de longue haline

pour justement démasquer traduire en justice ce traître à la nation et ça

moi je trouve ça exceptionnel d'accord donc il faut remettre les choses dans leur contexte ce sont des personnes qui travaillent très durement qui ont fait des enquêtes et qui justement de fil en aiguille ont réussi à remonter pour que cette personne viennent le plus normalement du monde à Béjaïa en pensant que tout allait bien se passer au niveau du port donc ça c'est la première chose la deuxième chose moi ce que je vois et après on va peut-être me traiter de paranoïaque mais bon j'ai l'habitude

c'est la main étrangère sur ces c'est la main étrangère qui est mise sur ces traîtres à la nation parce que je n'ai pas d'autre mot que traître à la nation parce que il y a une dame et qu' a des téléspectateurs et téléspectatrices qui nous regardent donc je reste poli c'est Harki du 21e siècle ont été téléguidés par des mains étrangères tu ne peux pas avoir cette quantité d'armes tout seul tu as été sponsorisé financé payé accompagné et la troisième chose qui moi me pose problème Salim et et Madame et Monsieur vont me peut-être me rejoindre sur ce point la je connais très bien le port de Marseille je le connais sous toutes ses formes le port de Marseille quand je rentre d'Algérie vers Marseille ou quand je vais de Marseille vers Alger le véhicule est pratiquement une fois sur deux ou pratiquement deux fois sur trois voilà fouillé de fond en comble excuse-moi mais quand tu écoutes le discours de ce traître il te dit une personne m'a reconnu il m'a laissé passer dans l'espace de sécurité donc il y a une complicité dans l'un des plus grands ports d'Europe qui sait qu'il y a des armes dans ce véhicule qui est destinées au terrorisme donc l'enquête doit être une enquête internationale et j'espère que nos amis de l'autre côté de la Méditerranée parce qu'à chaque fois ils sont ils sont prompts à nous faire des réflexions sur des sur le niveau sécuritaire j'espère qu'il y aura une coordination totale avec nos services de sécurité pour avoir le fin mot de l'histoire parce que si on rentre dans le port de Marseille comme dans un moulin et on peut rentrer 21 armes de guerre dans un bateau excusez-moi avec des munitions parce que cette personne-là OK elle avait à destination de les faire sur l'Algérie pour on va dire empêcher des élections ou faire du du du grabuge pendant les élections moi je vais vous poser une autre question Salim et si cette personne aurait utilisé les armes dans le bateau en pleine mer avec 400 500 600 personnes à l'intérieur passagers à l'intérieur s'il y aurait eu une prise d'otage à l'intérieur de ce bateau on aurait fait comment donc encore une fois bravo à nos services de sécurité extérieur et intérieur bravo à eux pour leur réactivité et leur travail mais attention cette histoire n'est pas fini il faut continuer l'enquête pour trouver et démasquer la main étrangère qui finance justement ce terrorisme dans notre territoire

Salim Aggar: justement Sami Kaidi il parle de cette complicité notoire aujourd'hui de la main étrangère elle est plus que jamais présente dans cette tentative d'introduction ou de déstabilisation du pays

Sami Kaidi: clairement et il faut dire que le fait que le port de Marseille soit devenu une passoire on s'interroge...

Mehdi Ghezzer: attention hein sur certains domaines hein parce que tu rentres avec deux cartouches de Marlboro d'ici il t'attrape le douanier

il t'emmène au poste tu payes l'amande les deux poids de mesure de quand je ramène des clopes je me fais arrêter on dirait que j'ai tué un terroriste international par contre quand je ramène 21 fusils de chasse et des trucs je rentre comme si je rentrais à la supérette du quartier il faudrait vraiment que ces personnes la fassent leurs travail au lieu de chercher des cigarette et de retrouver des armes, c'est un conseil que je vous donne de l'autre coté de la méditerranée....

Sami Kaidi: Mehdi ce que tu dis est extrêmement vrai et ça pose beaucoup de questions il faudrait vraiment comme tu l'as dit que ce point la soit élucidé, il y a aussi un autre point aussi qui est extrêmement préoccupant, c'est que aujourd'hui c'est notoriété publique que cette organisation terroriste du MAK est financée par l'entité sioniste et par le régime tyrannique et dictatorial marocain le Makhzen qui fournit notamment...

Salim Aggar: Qui est protégé aussi par les responsables Français qui les armes

Sami Kaidi: ...qui les financent et les logent aussi c'est une notoriété publique donc ça c'est un point qu'il faut pas avoir peur de le dire il faut le dire clairement, et tandis que l'Algérie a toujours été ce pays qui lutte contre ce fléau immonde du terrorisme qui propose son aide aux voisins, notamment voisins direct on a abordé avant cette question là avec le Sahel et cetera, qui notamment via le CMOC partage ses informations, et aussi l'Algérie est très présente en ce qui concerne la formation des cadre sécuritaire africain dans ce domaine et la lutte antiterroriste.

Transcription du second numéro:

Salim Aggar: alors le candidat Abdelmadjid Tebboune faisait un discours à Constantine pour parler justement du soutien de l'Algérie pour le peuple palestinien ses propos ont été déformé par des médias de l'entité sioniste mais également des médias du Mekhzen on regarde le passage complet et on revient au débat

Salim Aggar: voilà c'était les propos du candidat Abdelmadjid Tebboune lors de sa sortie électorale à Constantine bien sûr ses propos ont été déformés il a une coupure...

Mehdi Ghezzar: ils ont été cuté pour envoyer dans une mauvaise direction les propos de notre président de la République qui a dit quelque chose de simple: ouvrez les frontières égyptiennes qui emmènent à la

bande de Gaza qui permettra à notre armée qui ont les capacités logistiques de construire trois hôpitaux en 20 jours, c'est pas un homme de guerre c'est un homme de paix justement il est là pour soigner les personnes qui ont été blessé en temps de guerre, mais la sournoiserie la sournoiserie la médisance et la méchanceté naturelle de ces personnes-là, ils ont cuté le passage de notre président de la République en disant regardez il veut vous attaquer, d'accord sauf que l'Algérie est connu pour être un pays de paix est un pays qui ne s'occupe pas des affaires généralement des autres sur un terme de l'armée, mais qui est toujours là pour aider les peuples opprimés, et voilà on ne va pas refaire la présentation de ces lobbyistes acharnés contre notre beau pays et notre valeureux président, donc je vous le dis en toute honnêteté ce qu'ils ont fait c'est juste immonde il y a pas de déontologie professionnelle parce que c'est du mensonge à ciel ouvert, et c'est des chaînes de télévision qui l'ont repris dans l'état sioniste et aussi dans l'état voisin, ce n'est en aucun cas du véritable journalisme ce qu'ils ont fait parce qu'ils connaissaient très bien la fin de la phrase et c'est pour un peu chauffer pour monter un peu la chose en ébullition, voilà mais c'est ce sont des des méthodes de Barbou, ce sont des méthodes d'état voyou, ce sont des méthodes d'État ils n'ont ils n'ont aucune fois aucune loi.

Salim Aggar: il faut préciser Mehdi dit qu'ils ont coupé la partie où on parlait de construction de trois hôpitaux en 20 jours ils ont garde que le morceau ou “ouvrez la frontière pour que l'armée rentre”

Mehdi Ghezzar: il y a il y a un livre que je vous conseille les Fourberies de Scapin on devait appeler ça les fourberies du Maroc ça serait plus rapide

Sami Kaidi: l'aide humanitaire est au cœur de la politique extérieure de l'Algérie c'est à dire que ces propos du président de la République Monsieur Abdelmadjid Tebboune...

Salim Aggar: C'est un geste beaucoup plus humain et de soutien dans cette épreuve difficile que vit actuellement Gaza

Sami Kaidi: ça s'inscrit dans une logique qui est l'aide humanitaire à destination des peuples qui sont dans le besoin l'Algérie vient faire au Niger on en a discuté il y a quelques minute,s elle l'a fait à destination de la Turquie et de la Syrie il y a quelques mois lors du terrible tremblement de terre qui a touché ces deux pays, donc l'Algérie a toujours c'est toujours naturel il faut dire que cette tentative éhonté de d'attaquer l'Algérie et de déformer les propos de notre président de la République

s'inscrivent dans ce qu'on appelle les guerres dites de 4e et de 5e génération, et qui sont une véritable guerre numérique pour attenter à notre pays et en réalité ce qui est important c'est qu'il y a un autre fait marquant, c'est que l'entité sioniste et le Maroc ont tenté de saboter les liens historique et fraternelle qui nous lie à la République arabe d'Égypte, des liens qui sont très fort et j'ai envie de dire que c'est une tentative veine qui ne réussira jamais parce que les liens sont Historique

Mehdi Ghezzar: lorsque l'Algérie été lâchement attaquée par le Maroc c'est l'Égypte qui est venu en aide à une Algérie qui vient d'être indépendante

Sami Kaidi: l'Algérie qui est venu en aide aussi vis à vis des Égyptiens pour faire face a l'entité sioniste

Mehdi Ghezzar: personne ne pourra porter atteinte à l'entente cordiale entre l'Algérie et l'Égypte c'est un fait, ils ont essayé de s'immiscer dans cette relation fraternelle entre deux peuples frères, ils n'y arriveront pas les égyptiens ne sont pas dupes ils savent très bien que le royaume du côté est téléguidé par un régime sioniste, le président de la République lors de son discours a dit il se réfère toujours aux résolutions de l'ONU la résolution de l'ONU, elle a dit quoi cesser le feu et aide d'urgence médicale c'est ça donc notre président de la République respecte les lois internationales, cessez le feu ouvrez-nous les frontières et on construit trois hôpitaux en 20 jours, mais c'est juste incroyable comment ils ont réussi à détourner ça et à faire croire que notre président voulait justement aller au combat...

Salim Aggar: il faut préciser Mehdi qu'il y a eu une délégation de médecins algériens qui se sont déplacés justement à Gaza récemment hein en plein bombardement

Mehdi Ghezzar: l'Algérie a toujours œuvré pour la paix cher Salim, l'Algérie n'a pas une une volonté d'aller à la guerre c'est sûr que si quelqu'un vient nous chercher il nous trouvera ça croyez-moi ça il y a pas de doute sur ça, mais elle n'est pas prémisses de la guerre, mais rentrer *Bin Lham W Dfar Kima Ygoulou* c'est pas possible le Maroc n'y arrivera jamais par rapport à nos relations fraternelles et sincère avec l'Égypte et avec son président, donc le président égyptien et le président algérien notre président s'entendent très bien donc arrêtons de de de de croire à ces calomnies, arrêtons de croire à ces fourberies, arrêtons de croire à ces petits gens, vous inquiétez pas pour les relations algéro-égyptiennes elles ont été elles seront toujours au top des relations.

Fouad Chergui: je crois que les gens ils ne y croient pas...

Mehdi Ghezzar: sauf ceux qui sont justement lobotomisés par un régime qui leur donne des informations en masse

Fouad Chergui: ...Aujourd'hui la population mondiale, on le voit à travers les manifestations, elle en a ras le bol de toutes les informations ras le bol des deux poids de mesures, tout à l'heure quand on parlait de journalistes aujourd'hui les gens n'y croient plus à ce professionnalisme

Salim Aggar: pardon on va revenir vers vous, justement on parlait de cette médiatisation désinformations des médias, le rôle qu'a fait i24 la chaîne d'information de Patrick Drahi pour déformer les propos du candidat Abdelmadjid Tebboune

Mehdi Ghezzar: pour qui il roule, c'est pas une chaîne c'est de la propagande

Sami Kaidi: oui donc une chaîne de l'entité sioniste qui a joué en réalité une action de premier plan pour déformer l'action diplomatique de notre pays, cette action qui est une aide humanitaire et tu sais moi je l'avais dit avant moi je suis extrêmement fier de l'Algérie, parce que notre pays fait tout cela sans rien attendre, elle le fait parce que c'est des valeurs c'est des principes qui nous animent nous avons souffert du colonialisme nous avons souffert de l'impérialisme nous avons souffert aussi de ses ingérences et nous le refusons pour les autres, moi ce qui me choque aujourd'hui c'est que l'Algérie est attaquée parce que c'est le seul pays qui est resté droit dans ses bottes, et qui a décidé de ne pas se soumettre de ne pas abdiquer au dictat sioniste, de rester finalement cette dernière citadelle des liberté et de la souveraineté.

Mehdi Ghezzar: l'Algérie et l'Égypte ont toujours eu un passé commun fait de lutte pour le triomphe de la nation arabe, ils ont toujours eu de concerto, cet objectif d'unité de la nation arabe l'Algérie et l'Égypte d'accord

Sami Kaidi: tu sais même sur le plan humain pas que sur l plan institutionnel

Mehdi Ghezzar: Bien sur sur tous les plans il faut savoir une chose c'est que ce sont des pays qui ont toujours été honnêtement main dans la

main qui ont avancé main dans la main, donc à un moment que le Maroc essaie de s'immiscer c'est juste petit, mais c'est au niveau du pays de toute façon sont par la taille et par leur gouvernement mais je vous le dis et je vous le dis en toute sincérité, c'est juste très bas, c'est juste minable c'est misérable, mais ça ne m'étonne pas venant d'où ça vient encore une fois ça ne m'étonne pas, c'est tellement petit qu'on arrive même pas à comprendre que c'est pris une telle proportion, c'est quelqu'un d'intelligent ne s'arrête pas à des cuts quelqu'un d'intelligent se dit non attends il y a un avant il y a un après on peut pas prendre 30 secondes d'un discours et dire oui il veut rentrer en guerre, et les gens intelligents l'ont fait les gens bêtes et serviles ne l'ont pas fait, les gens bêtes et serviles ont regardé une une une séquence de 15 secondes 20 secondes ils se sont dit ça y est c'est la fin du monde si l'Algérie commence à rentrer en guerre on est tous foutus, non notre président n'a pas une volonté de rentrer en guerre il l'a dit à plusieurs reprises sur ses différentes interventions moi je ne veux provoquer personne mais si on me provoque je ne réponds pas je tape, il l'a déjà dit et on le fera et c'est pour ça que personne n'ose justement venir nous attaquer.

Sami Kaidi: Mais Mehdi puis-je aussi emprunter un bon un terme qui va peut-être choqué mais qui est assez intéressant, c'est on peut parler de subversion médiatique contre notre pays et ça ne date pas de ces dernières semaines

Mehdi Ghezzer: il y a beaucoup de médias malheureusement la carte de presse n'est qu'un... je vais le dire bon je vais me faire encore des ennemis sur les réseaux sociaux mais j'ai l'habitude de toute façon, certains une carte de presse pour eux c'est une carte de crédit, voilà et je vais le dire honnêtement et je suis quelqu'un qui pèse mes mots, pour une certaine catégorie de journalistes leur carte de presse leur équivaut à avoir de l'argent, ils vendent leurs mots ils vendent leurs paroles ils vendent leurs écrits, et ces gens-là moi je vous le dis l'histoire les jugera parce qu'ils ont vendu leur âme pour quelques euros ou quelques dollars, ces gens là et ces gens-là devront rendre des comptes un jour si ce n'est pas ici c'est dans l'au-delà mais ils rendront des comptes.

Sami Kaidi: des fois c'est très rapide parce que si on se rappelle un peu l'affaire d'Imen Khelif on a pu voir que de nombreux journalistes ont été démentis et quelques jours après ben ils se sont ridiculisés sur les réseaux sociaux

Fouad Chergui: vous avez des journalistes très sérieux qui ont été éjectés des plateaux télé et qui on retrouve dans les réseaux sociaux et qui témoignent très clairement qu'ils ont pris position

Mehdi Ghezzer: moi je vous dire Rachid El Barki était le présentateur de 22h à 1h du matin en direct sur le groupe BFM TV qui était l'époque détenu par Patrick Drahi qui est le propriétaire de i24 et ce monsieur là recevait des enveloppes de l'état voisin l'état voyou pour justement dire et embellir la situation au Maroc je vais mettre les pieds dans le plat vous vous rappelez tous du tremblement de terre qui a été une catastrophe au Maroc et et et tout mon soutien au peuple marocain justement pour ça parce que ça a été une très du épreuve et ben les gens 3 4 5 mois après n'avaient toujours pas eu de secours dans les dans les parties un peu plus reculé et tu voyais BFM à l'époque s sous la période Drahi qui faisait des focus que sur Marrakech sur un mur qui était tombé alors que la moitié du Maroc était sous dans les décombres donc à un moment le parti prix sous quel angle tu prends justement l'information c'est juste irresponsable ces gens-là devront rendre des comptes parce que le véritable peuple marocain a été meurtri par ce tremblement de terre et n'ont pas été secours ils vivait dans des tentes 4 mois 5 mois 6 mois après le tremblement de terre

Fouad Chergui: et le peuple marocain qui défend la cause palestinienne il faut aussi en dire un mot ils sont totalement muselés moi je leur tire mon chapeau dans un pays qui désinforme dans un pays qui ne leur donnera jamais la parole les agressions elles sont nombreuses envers les manifestant les gens qui soutiennent le peuple palestinien et ces Marocains là ils ont notre respect moi pour moi ils on ils ont mon respect total

Mehdi Ghezzer: vous savez il faudrait que cet état s'occupe de son peuple avant de s'occuper des peuples des autres moi c'est le seul conseil que je peux donner à cet état et je le donne en toute fraternité avec énormément de compassion je leur conseille déjà de s'occuper de leurs maux de leurs problèmes de leur de leur population euh avant de s'occuper de la population au ProcheOrient Moyen-Orient ou de la population du Sahara Occidental donc voilà

Salim Aggar: je veux bien donner la parole à Madame Sellam qui a pas pu placé un mot dans ce débat je sais qu'elle a des choses a dire

Yasmina Sellam: vous parlez beaucoup il faut le dire mais c'est pas grave de toute façon il dit de bonnes choses c'est vrai que les gens la population du Haouz elle continue à souffrir jusqu'à présent et moi tout ce qui arrive à partir du Maroc il me fait douter maintenant de du métier de journaliste je suis désolée il est journaliste et tout je doute

maintenant qui croire qui ne pas croire qui dit la vérité qui ne la dit pas...

Salim Aggar: aujourd'hui les réseaux sociaux jouent un rôle primordial hein pour dénoncer les méfaits et la désinformation

Yasmina Sellam: ...mais ils sont orientés pour le Maroc pour l'incident qui a eu lieu ben il faut voir comment ça a été traité

Salim Aggar: c'est normal parce que le Makhzen gère les réseaux sociaux

Yasmina Sellam: il ne savent pas ce qui se passe dans le monde ils sont complètement dans une bulle pas d'information ils savent pas ce qui se passe et donc

Sami Kaidi: il y a un autre élément aussi qu'il faut souligner et le rappeler aussi à nos téléspectateurs c'est que plus de 50 % de la population marocaine est analphabète et donc c'est des véritables laissés pour compte de ce régime vous avez parlé avant de ces manifestations en fait c'est une partie de la population qui rejette cette alliance coloniale avec l'entité sioniste et cette alliance de l'infamie mais il faut rappeler également qu'une autre partie de la population marocaine la soutient aussi et ce qui est le plus choquant et ce qui est également aussi le plus inadmissible

Salim Aggar: on reste justement sur le débat sur le soutien de l'Algérie pour la Palestine Mehdi vous voulez rajouter quelque chose

Mehdi Ghezzer: moi qui il y a quelque chose qui me sidère parce que pour moi c'est de la sidération êtes-vous au courant que le royaume marocain a instauré un décret interdisant les manifestations pro Gaza de parler des victimes de Gaza à la télévision à la radio et dans les mosquées donc c'est bon je vous le dis je sais pas la personne qui a créé ce décret qui a écrit ce décret qui a promulgué ce décret les parlementaires qui ont accepté que ce décret puisse être voté je suis désolé mais ces gens-là je me mets à leur place quand ils se regardent dans un miroir le peuple marocain n'a pas le droit le peuple marocain frère d'accord parce que le Président de la République a toujours dit que le peuple marocain est un peuple frère n'a pas le droit de manifester son mécontentement sa solidarité avec le peuple de Gaza par décret royal c'est interdit ils risquent des peines de prison ils risquent de rentrer en prison ils n'ont pas le droit d'en parler dans les

mosquée *Beyt Allah* ils n'ont pas le droit de dire nos nos frères palestiniens sont en train de mourir sous les bombes il faut

Salim Aggar: rajouter quelque chose m'a dit c'est que le véritable initiateur de ce décret c'est le conseiller du roi Mohamed VI André Azoulet grand partisan il soutien l'entité sioniste

Sami Kaidi: et qui a la nationalité de l'entité sioniste et il faut rappeler que Mohamed VI passe plus son temps à l'extérieur de de son de son pays plus que dans son pays

Salim Aggar: en plus Mohamed VI un peu il se décrédibilise puisqu'il se prétend commandeur des croyants et défenseur du fond d'aide à la Palestine

Sami Kaidi: quand Salim tu parles de Commandeur ce qu'on observe actuellement c'est que le Maroc est devenu un lieu de villégiature de nombreux criminels de guerre de l'entité sioniste et de nombreux généraux de cette entité

Mehdi Ghezzer: pas que des criminels de guerre de de grands vendeurs de drogue de dealers de personnes qui s'occupent de la de la prostitution du vol d'enfants de la pédophilie du kidnapping d'enfants enfin la liste est très très longue hein vous savez si vous rentrez sur des sites qui parlent de la criminalité diverse au Maroc vous avez l'impression d'être chez narcos quoi vous savez narcose les séries Netflix il y a de tout vous

voulez voler un enfant il y en a vous voulez violer un enfant il y en a vous voulez acheter de la drogue il y en a vous voulez de la prostitution il y en a vous voulez des casinos il y en a excusez-moi c'est tout sauf un pays musulman il faut se dire les choses donc à un moment les bases de la de la société ont complètement été spolié par une partie étrangère à la population parce que encore une fois je le dis sur ce plateau le peuple il y a une partie du peuple qui n'a strictement rien à voir avec ça mais le le le problème c'est que la gouvernance est complètement mise sous tutelle de l'étranger donc un moment vous savez on compare des fois le Maroc à la Thaïlande de l'Afrique et je peux vous dire que la Thaïlande quand on parle de la Thaïlande généralement on parle pas des paysages si on voit ce que je veux dire excusez-moi il faut savoir se dire les choses mais c'est juste horrible il y a des gamins qui sont kidnappés où ils sont même pas signaler à la police comme quoi ils ont été kidnappés vous imaginez le degré de

déliquescence de la société actuellement là-bas et tout s'achète tout s'achète

Salim Aggar: pour poursuivre ce débat sur la politique et l'élection présidentielle il y a eu un discours ou une interview du président du Conseil de la nation monsieur Salah Goudjil et qui a parlé justement de la nécessité il a appelé les Algériens à rester solidaire pour empêcher les tentatives de déstabilisation on écoute monsieur Salah Goudjil on revient au débat

Salim Aggar: voilà c'était le discours un extrait du de l'interview qu'a réalisé l'ENTV pour le président du Sénat Salah Goudjil à l'occasion du 20 août 55 56 donc c'était un message clair du deuxième personnage de l'État pour pour justement appeler le peuple algérien à travailler pour la réussite de ces élections présidentielles mais également appeler à empêcher les tentatives de déstabilisation du pays

Sami Kaidi: oui donc Salah Goudjil est président du Conseil de la nation donc 2ème homme voilà personnage de l'État ses propos sont extrêmement fort parce qu'il il rappelle que l'Algérie est avant tout une république démocratique et populaire et que finalement le l'essence même de notre nation repose sur le peuple et sur sa volonté exclusive et aujourd'hui nous vivons une période de on peut dire de mutation profonde sur la scène internationale une période de tous les dangers et plus que jamais le peuple algérien doit se mobiliser en force et se rendre aux urnes pour également non pas qu'élire aussi un président de la République mais aussi pour finalement pour donner une claque à tous ces gens qui rêvent de déstabiliser notre nation une nation qui dérange parce que elle reste la dernière à soutenir la justice les causes justes et aussi le droit à l'autodétermination des peuples opprimés et colonisés

Salim Aggar: Sami il y a une chose qui m'a frappé lors de cette campagne électorale c'est vraiment l'objectivité et le dialogue très franc et cordial entre les candidats pour justement faire de cette élection présidentielle un grand message fort pour la démocratie algérienne contrairement aux élections précédentes il y a pas de critique ou de d'attaque contre candidats c'est chacun travaille ou œuvre pour la stabilité de l'Algérie

Sami Kaidi: alors c'est très vrai je moi je pense que l'Algérie nouvelle est arrivé à maturité que nous récoltons aujourd'hui les fruits aujourd'hui il y a des débats quotidiens sur l'ensemble du territoire national des débats que je couvre en qualité de journaliste d'El

Moudjahad donc même au niveau du quotidien national El Moudjahad la parité est une condition sine qua non de notre action journalistique, une parité qui est minutieusement respectée beaucoup de débats de qualité que j'apprécie et aussi j'ai envie de dire la population est en au rendez-vous je couvre plusieurs wilayas notamment de l'intérieur du pays et c'est très intéressant parce que je vois énormément de jeunes qui s'intéressent à la vie politique qui veulent aussi être partie prenante de la construction de notre nation et mettre leur pierre à l'édifice

Salim Aggar: Fouad vous avez vécu en France une grande partie de votre vie vous avez vécu un petit peu les précédentes élections présidentielles aujourd'hui vous êtes en Algérie depuis 4 ans et comment vous vivez justement cette campagne électorale

Fouad Chergui: et ben disons que alors j'ai un écho de l'Hexagone j'ai un écho du côté français pour la la partie diaspora du vote il est clair que moi je retrouve des similitudes entre ici et là-bas l'Algérie elle change effectivement là je rejoins mon collègue elle change elle se stabilise et elle se sécurise et ça on l'entend des deux côtés de la Méditerranée on l'entend des deux rives on l'entend du côté de la diaspora et on l'entend également ici puisque je vais dans les terres je sors un peu de d'Alger de la capitale et on retrouve ce discours auprès des jeunes des moins jeunes autour de la stabilité de la sécurité du pays là je rejoins aussi également mon collègue l'Algérie par ses actions elle est attaquée à l'extérieur il y a de la désinformation sur l'Algérie il faut être clair il faut le dire très clairement quotidiennement elle est attaquée et l'Algérie elle a besoin de cette unité on le voit chez les sportifs chez les athlètes pour les JO à Paris je veux dire les choses sont flagrantes mais si on prend un exemple plus concret la diaspora on peut prendre l'exemple des joueurs de foot internationaux tels que Zineddin Zidane donc l'Algérie elle a besoin de cette unité là je crois que tout le monde en est bien conscient que ce soit ici ou que ce soit à l'extérieur du pays

Salim Aggar: alors avant de donner la parole à Mehdi Ghezzar qui l'attend avec ferveur on passe à l'intervention de l'ambassadeur d'Algérie en Arabie Saoudite qui s'exprimait à la chaîne justement saoudienne Al Hadath monsieur Cherif Walid qui s'exprimait pour la journaliste et qui parlait justement de la diaspora du rôle de la communauté nationale à l'étranger

Salim Aggar: alors Mehdi Ghezzar les déclarations de l'ambassadeur Walid Cherif sont claires le rôle de la communauté nationale à l'étranger

est prédominant pour justement donner un aspect une image puisque les Algériens à l'étranger votent les premiers avant les nationaux

Mehdi Ghezzar: on vote du 2 au 7 septembre à l'étranger étant résident fiscal en France et ce vote il est important on a une véritable engouement par rapport à cette élection présidentielle on a une véritable attente par rapport à ce votre présidentiel il y a un démarrage de la campagne qui s'est fait à peu près 10 jours et je peux vous assurer que les gens sont très intéressés par ce qui se passe en Algérie il y a 4 ans on a eu l'avènement d'un président de la République qui a apporté de la stabilité de la sécurité qui a apporté de la sagesse à notre pays cette sagesse elle s'est transformé justement en cette ambition d'une Algérie nouvelle où nous nous arrivons personne de la diaspora à se projeter vivre en Algérie à se projeter investir en Algérie à se projeter pas finir nos vieux jours parce que à l'époque c'était le syndrome de tu finis ta retraite au bled non c'est fini maintenant vous avez des CSP CSP+ qui veulent venir pendant leur carrière de vie s'installer produire enrichir développer l'Algérie nouvelle et ça ça n'existait pas il y a 4 ans il y a 5 ans les gens justement pensaient plus à venir finir leur vieux jour ici d'accord le retraité de base qui vient qui prend sa retraite en euros qui vient la dépenser sur ces terres en Algérie non maintenant les gens veulent s'installer avec femme et enfant avec marié enfants pour les femmes et veulent ici construire leur avenir dans un pays où ils se sentent enfin chez eux les premiers mots du président de la République dans ses premiers discours ont toujours été dirigés vers la diaspora on toujours il a toujours dit que la diaspora les gens de la diaspora ou issus de l'immigration étaient des Algériens à part entière et qu'ils avaient les mêmes droit et devoir que des Algériens vivant en Algérie et ça c'est le premier président depuis 1962 qui a dit et il faut remettre je vous dis les choses dans leur contexte c'est que les Algériens de l'étranger se sont sentis respectés les Algériens de l'étranger se sont sentis aimés appréciés désirés et c'est ce qu'ils avaient besoin pour justement rentrer dans leur pays en en masse en force et je peux vous assurer que le nombre de personnes qui sont ambitieux à partir de l'Algérie nouvelle et qui sont enclins à vouloir ramener leur savoir-faire leur ambition en Algérie c'est juste exceptionnel cet engouement est exceptionnel

Salim Aggar: tu as un exemple vivant devant toi alors Fouad chergui ça fait 4 ans qui s'est installé en Algérie avec toute la famille

Mehdi Ghezzar: comme quoi la stabilité tu tu n'as pas besoin tu n'as pas besoin de beaucoup tu as besoin de stabilité de sécurité

Farid Chergui: j'ai envie de dire pourquoi pas pour mes vieux jours j'y songe en tout cas je me sens très très bien Algérie je suis venu c'est vrai une période où c'était covid j'arrive le dernier vol de Paris Charles de Gaulle pour Alger au début je me dis que peut-être ça va durer qu'un an et finalement ça dure deux ça dure 3 ça dure 4 et j'ai pas envie de m'arrêter là et il y a une chose qui qui qui revient chez la diaspora c'est la perte de confiance la diaspora aujourd'hui effectivement elle se sent en sécurité en Algérie et elle a perdu confiance en tant que Français dit de souche français mis à part mis à côté de la société très clairement les gens le disent les gens le vivent réellement et pour avoir traité ce type de sujet pendant un certain nombre d'années en tant que documentariste on pourra en re-débattre longuement si tu veux bien Salim mais il y a une chose qui ressort et là je rejoins Mehdi c'est que les gens il y a des milliers de personnes qui ont envie de venir qui se sentent prêt à venir mais il y en a qui sont venus moi je suis venu je me suis installé...

Mehdi Ghezzar: pas que d'investir des médecins qui veulent revenir travailler des architectes qui veulent revenir travailler dans des sociétés étatiques mais en Algérie excuse-moi je te coupe mais tu as toujours l'impression que le mec il vient que pour faire du business et pour ouvrir une entreprise en Algérie non il y a des gens de tout bord il y'a des gens qui sont là-bas chauffeurs de bus en France qui se dit je suis désolé je préfère faire quelque chose chez moi travailler dans une société en Algérie être dans un pays que j'aime qui m'aime qui me respecte il y a un rejet de l'immigration en France malheureusement nos compatriotes se sentent rejetés là-bas d'accord ils viennent chez eux ils sont chez eux ils veulent rentrer dans un pays où qu'ils aiment et qui les aime quand tu as un président de la République qui tape la table en te disant ces Algériens là sont des Algériens à part entière ils ont le droit et les devoirs de toutes algérien ils ont le droit d'acheter des appartements avec des locations vente comme un Algérien résidant en en Algérie ils ont droit d'avoir accès au crédit immobiliers pour leur résidence principale LPP LSP ils ont le droit comme ils ont le droit à la retraite ils ont le droit de faire des financements bancaires en Algérie pour leur résidence principale ou leur résidence secondaire quand tu as un président qui te donne cette volonté là de rapatriement de sa diaspora qui te dit arrêtez de vouloir faire évoluer les autres venez faire évoluer votre pays et ben je suis désolé tu es motivé tu as une volonté politique pour rentrer chez toi et c'est ça qu'on avait besoin et c'est le premier président il faut pas avoir peur de se dire les choses depuis 1962 c'est le premier président de la République qui a pris à bras le

corps le sujet de la diaspora l'étranger le seul et le premier donc il faut le dire.

Farid Chergui: il faut le dire mais il faut pas oublier aussi ceux qui sont partis qui sont nés en Algérie j'ai envie de parler d'une d'une personne que j'ai interviewé mais qui s'appelle pas Mehdi mais c'est le féminin de Mehdi c'est Mehdi donc une jeune algéroise née en Algérie et quand elle était petite elle voit ses bateaux partir et elle sait pas trop où vont ces bateaux qui viennent qui vont du port d'Alger quelques années plus tard à l'âge de 6 ans elle va quitter l'Algérie pendant un certain nombre d'années et un jour qu'elle fait elle est passionnée de rallye dans le désert un jour elle fait un rallye dans le désert tunisien et alors elle s'éclate bien sûr parce qu'elle adore ça c'est sa passion du coup elle tombe sur un Tunisien qui lui dit mais tu verras le jour où tu découvriras le désert algérien tu vas tomber euh sous le charme elle part elle a passé une grande partie de sa vie en Europe elle part sur Djanet elle s'installe à Djanet elle fait des rallye à Djanet aujourd'hui elle a réellement posé ses bagages là-bas moi je vous invite à aller visiter sa page c'est une passionnée une vraie Warriors c'est une Dz

Index des figures et tableaux

Tableau 01.....	39
Tableau 02	49
Tableau 03	52
Tableau 04.....	58
Tableau 05	64
Tableau 06.....	70
Figure 01	59
Figure 02.....	71

Sommaire

Remerciements	
Dedicaces	
Abstrait	
Introduction générale.....	1
1. Théorie des Médias de masse	8
1.1 La genèse de la recherche dans la science de la communication	8
1.1.1 La communication des masses: une définition	10
1.1.2 Les théories modernes des médias de masse	11
1.1.3 Le rôle des médias de masse dans la société.....	13
1.2 Le paysage médiatique algérien.....	14
1.2.1 Médias algérien: un contexte politico-historique	15
1.2.2 La législation sur l'information en Algérie	15
1.2.3 La chaîne de télévision AL24 News	19
2. Les élections présidentielles en Algérie.....	23
2.1 Les élections présidentielles dans un système semi-présidentiel...	24
2.1.1 Campagne électorale dans les élections présidentielles: une définition.....	26
2.1.2 Les enjeux de la campagne électorale.....	27
2.1.3 Le rapport médias et campagne électorale	29
2.2 Élections présidentielles algériennes.....	31
2.2.1 Élections présidentielles de 2019: Un contexte.....	31
2.2.2 La campagne électorale algériennes structure et législation ...	33
2.2.3 La campagne électorale des élections présidentielles de 2024	38
3. Analyse de l'émission Hebdo Show de la chaîne de télévision AL24 News	44
3.1 Préliminaires méthodologique.....	44
3.1.1 Analyse qualitative: interpretivisme	44
3.1.2 Analyse du contenu d'une émission télévisée	45

3.2 Présentation et analyse du corpus.....	47
3.2.1 Présentation de l'émission "Hebdo Show".....	47
3.2.2 Méthodologie	52
3.2.3 Résultats	72
Conclusion Générale.....	77
Références bibliographiques	79
Annexes	84
Sommaire	104