

# Espace public médiatique en Algérie à la recherche d'un modèle

Yamine BOUDHANE<sup>(1)</sup>  
Aïssa MERAH<sup>(2)</sup>

## Introduction

Notre proposition a comme objectif de décrire l'espace public médiatique en Algérie, selon la définition et la redéfinition d'Habermas, qui se distingue par sa nature atypique d'hybride vu la coexistence des caractéristiques des espaces médiatiques ouverts et fermés. La réalité de cet espace médiatique n'est que le miroir de son régime politique des médias régissant le fonctionnement, la production et la discursivité médiatiques. Se limiter à l'analyse des textes régissant les médias serait une démarche restrictive et surtout insuffisante pour décrire cet espace dans sa matérialité observable est problématique. Ce constat a été souligné par Bourdon : "les textes juridiques ne disent pas tout. Ils sont des proclamations d'intention. Il faut donc étudier en même temps les textes et les mises en œuvre, pour faire part des principes et de leur application" (Bourdon, 2000, p.107)

Si tout régime de presse est forgé par un système homogène, cohérent et harmonieux en lois, en schèmes et en pratiques, qui déterminent le modèle d'espace médiatique, le régime médiatique algérien se révèle particulier par sa fragmentation et par ses contradictions en combinant à la fois les caractéristiques des différents types de régimes de médias et de modèles d'espace médiatique.

La configuration actuelle et la stratégie avérée de l'Etat pour le consolider, ont engendré une situation de réduction graduelle de l'espace public médiatique. Cette réduction s'est accélérée avec la fermeture des champs politique, social et médiatique. C'est pourquoi nous pensons comme Delforce, que :

*Il conviendrait donc d'être mieux attentifs aux spécificités du lieu médiatique : lieu par excellence, dans l'espace public, de mise en relation et, par conséquent, de mise en concurrence des discours sociaux, ce lieu n'est pas un simple lieu de mise en circulation, mais un lieu où s'opèrent des transformations, qui sont inévitables, et dont il faudrait*

---

<sup>(1)</sup> Université de Sétif, 19000, Sétif, Algérie.

<sup>(2)</sup> Université de Bejaïa, 06000, Bejaïa, Algérie.

*pouvoir rende mieux compte pour ne pas les imputer aux journalistes comme faute ou comme manquement. (Delforce, 2009, p.63)*

Notre propos est développé en deux parties distinctes. La première théorique, dans laquelle nous sommes revenus sur la littérature porte sur les deux concepts clés de la communication: espace public médiatique et délibération publique. Dans la deuxième partie, nous avons procédé à la description analytique de l'espace public médiatique algérien et sa capacité de créer une délibération publique et une discursivité sociale sur les questions sociétales marquant les agendas médiatique, politique et social. Cette analyse est possible grâce à nos recherches de terrain antérieures que nous avons réalisées séparément.

## **Problématique**

La situation de l'espace public médiatique algérien, médias traditionnels et nouveaux, se caractérise par une réalité controversée. Une réalité que les indicateurs des régimes politiques des médias, selon la typologie classique des quatre modèles, catégorisent dans un régime hybride. Malgré les avancées juridiques garanties par la constitution et le Code de l'information de 1990 et les quelques acquis arrachés par la presse privée, l'espace médiatique national demeure fermé mais ouvert totalement sur les flux des médias étrangers. D'ailleurs, aucune restriction n'a été appliquée sur les flux médiatiques et informationnels venant essentiellement des médias et des sites Internet français et arabes.

D'un côté, la presse écrite est plus ou moins contrôlée -même si l'expérience de la presse écrite privée algérienne offre un cas particulier dans le Monde arabe-, l'audiovisuel monolithique est toujours monopolisé par l'État et le service public des médias est assujetti, et ce bien qu'il soit en théorie ouvert et libre selon l'article 14 du code de l'information. Ces données présentent un contexte qualifié par un chercheur algérien de claire "ouverture contrôlée" (Mostefaoui, 2008), et ce en le comparant à celui de la Tunisie et du Maroc. L'examen de l'espace médiatique (fonctionnement des médias, droit à l'information, traitement de l'information, diffusion et réception) révèle l'existence d'un malaise marqué par l'invisibilité de la position et de la démarche de l'État quant à leur statut réel dans la société. A cette situation s'ajoutent les pressions du régime politique par le musellement des libertés d'expression, la pénalisation des délits de presse et le contrôle de la publicité publique. L'Algérie a toujours été objet de critiques des ONG activant dans le domaine, comme *Reporters sans frontières* qui classent l'Algérie dans son rapport annuel de 2010 dans le domaine de la liberté de la presse à la 133<sup>ème</sup> place sur 178 pays.

D'un autre côté, les chaînes de télévision occidentales et arabes envahissent la scène médiatique surtout avec la multiplication des antennes paraboliques, les démodulateurs numériques et le piratage généralisé chez les publics et toléré par l'État. Pour Mekhaldi « *recevoir les programmes des télévisions cryptées n'est pas considéré comme l'exclusivité des foyers aisés mais concerne toutes les couches sociales.*» (Mekhaldi, 2004, p.3). Cet engouement explique suffisamment les frustrations des publics algériens, généralistes ou thématiques, devenus de plus en plus exigeants. D'ailleurs les chaînes étrangères sont toujours citées les premières en tant que sources d'information et chaînes de divertissement les plus regardées. Les derniers événements qu'a connus l'Algérie ont été nominalisés par les médias étrangers au moment où l'audiovisuel national a essayé d'imposer une spirale de silence sur le sujet.

L'Internet connaît la même évolution contrastée : raréfaction des contenus des sites nationaux et ouverture totale sur les flux informationnels étrangers. Dans cette vision, Ahmed Dahmani revient avec chiffres, exemples et analyse sur l'Internet au Maghreb dont l'Algérie, où d'une part il « suit une courbe ascendante réelle » et un « développement rapide » mais d'autre part cette progression est contrariée et freinée par la faiblesse des infrastructures, par la rigidité des structures économiques et sociales et surtout par la « tyrannie du statu quo politique ». (Dahmani, 2007, p. 309).

D'ailleurs, depuis son introduction en 1994 aucune contrainte liée n'a été exercée ni sur ses usages ni sur ses usagers. À signaler que l'Algérie n'a jamais figuré sur la liste des 'ennemis de l'Internet' et que le piratage dans le secteur des Technologie de l'Information et de la Communication (TIC) est aussi répandu et consenti

**Nos questions sont : quelle est la réalité de l'espace public médiatique algérien ? Comment se présente sa fragmentation ? Peut-on parler d'un espace public médiatique en Algérie ; selon le modèle conventionnel occidental ?**

Notre étude consiste à effectuer un travail de description et d'analyse de l'espace public algérien en identifiant ses caractéristiques distinctives et significatives qui correspondent aux éléments déterminants de chacun des quatre classifications de régimes de médias. Une méthode présentée par Bourbon qui souligne que "le terme de modèle a d'abord un sens descriptif (Bourdon, 2000, p.107). Notre approche empirique se limite à la description du lien entre le modèle du régime des médias et l'espace public médiatique en Algérie en confrontant la construction théorique du concept de l'espace public médiatique et sa réalité en tant que phénomène observable à décrire. Pour mieux saisir cette réalité nous

avons introduit un concept en intime relation avec celui des régimes de médias et celui de l'espace public : la délibération publique en tant que conséquence du second et déterminé par le premier. Par cette démarche nous décrivons les modalités d'action dans l'espace public comme arènes de discursivité sociale et de délibération publiques. Nous nous intéressons à sa matérialité observable, à sa nature, aux processus de sa configuration : la médiatisation des problèmes publics, les mouvements sociaux, leurs acteurs sociaux des mobilisations et les politiques publiques.

## **Eléments théoriques sur l'espace public**

### ***Espace public médiatique***

Dans son article de présentation du recueil réunissant des articles publiés dans la revue *Hermès* portant sur *L'espace public*, Eric Déchaux tenait à le préciser sous forme d'avertissement que "le concept de l'espace public soulève de nombreuses difficultés" qui selon lui sont dues essentiellement au succès du concept repris par les tous acteurs sociaux et politiques et à la relation souvent conflictuelle entre son exercice quotidien et sa vision fondatrice optimiste et normative axée sur la démocratie et la liberté.

L'espace public médiatique peut être défini comme « un ensemble de phénomènes de production, de traitement, de diffusion et de rétroaction de l'information qui reflète, crée et oriente les débats et les enjeux publics ». (Beauchamp, 1991)

En expliquant l'histoire des pouvoirs de la communication et l'importance des médias dans l'espace public, Bautier considère ce dernier point "comme un espace de communication entre des individus qui ont la possibilité d'exprimer en public leurs opinion sur des questions d'intérêt général"(Bautier, 2005, p.197).

Dans sa réflexion sur l'espace public, Dominique Wolton, l'un des premiers auteurs français ayant interrogé le concept dans une perspective non-marxiste, affirme que les médias de communication fournissent le principal lieu commun de représentation et de débats des sociétés développées actuelles. Que ces échanges soient contradictoires et souvent confus ne fait que souligner l'importance fondamentale de l'espace public médiatique. (Wolton, 1997) Pour lui toujours, l'espace public a été modifié dans le sens d'un élargissement, résultat conjugué de la démocratisation avec ses différentes dimensions et acceptions et du rôle croissant des médias. C'est pourquoi, il considère que "l'espace

public contemporain peut être appelé espace public médiatisé" (Wolton, 2008, p.31).

La définition et l'indentification des indicateurs de l'espace public selon Habermas, le premier ayant utilisé et défini le concept de l'espace public en 1962, ont été différemment reçus mais aussi sévèrement critiqués. Mais avec le temps, il a renoncé aux aspects normatifs et rationalistes de cette conception.

D'ailleurs, Jürgen Habermas a approfondi le concept en révisant sa définition première : il s'agit du lieu, virtuel, d'information et de discussion où la collectivité se définit à travers un processus d'argumentation rationnelle. Habermas proposa la notion d'un espace communicationnel où les citoyens discutent et règlent des questions d'intérêt commun (Habermas, 1986). Les révisions de Habermas sur le concept de sphère publique (1992, 1997) ont abouti à une définition par laquelle cet auteur reconnaît que cette sphère « se décrit le mieux comme un réseau permettant de communiquer des contenus et des prises de position, et donc des opinions ; les flux de la communication y sont filtrés et synthétisés de façon à se condenser en opinions publiques regroupées en fonction d'un thème spécifique » (1997, p.387).

Hannah Arendt a élaboré un modèle davantage défini par des aspects « esthétiques » que purement rationnels. Dans l'espace public, les éléments d'information (personnages, politiques, événements, etc.) sont « mis en scène » devant la collectivité. Les citoyens sont conviés à formuler leur appréciation sur des bases qui ne sont pas exclusivement rationnelles.

Dans son essai de définition proposé dans une vision, plutôt une révision, synthétique des travaux des pionniers dont Habermas, Arendt et Sennett, Dacheux insiste sur trois aspects qu'il juge essentiels. Pour lui l'espace public est à la fois :

Premièrement, "le lieu de légitimation du politique [où] les citoyens ont accès aux informations publiques, qu'ils peuvent les débattre et se forger une opinion et qu'ils choisissent les personnes qui exécuteront le pouvoir politique" (Dacheux, 2008, p.19).

Deuxièmement, "le fondement de la communauté politique [...] un espace symbolique qui permet de relier entre eux les individus appartenant à des communautés ethniques et religieuses diverses afin de former une communauté politique commune" (*Ibid*)

Et troisièmement, "une scène d'apparition du politique [...] que les acteurs politiques se mettent en scène et où les problèmes publics deviennent visibles" (Dacheux, 2008, p.20)

A travers ces définitions découlant d'une révision critique et référenciée, Dacheux a certains éléments constitutifs et distinctifs de l'espace public. Pour lui, cet espace ne se ne se réduit pas à sa dimension institutionnelle ou juridique il s'étend aussi pour contenir un espace potentiel à s'appropriier et à occuper en permettant l'intervention et la discussion à tous les acteurs sociaux. Cet accès aboutit à la diversité des discours et l'exercice de la critique sans contraintes d'aliénation et d'exclusion.

Il est aussi une construction sociale en évolution continue. Ce qui signifie qu'il n'est pas un espace préconstruit ou un donné a-historique. Cet espace public se caractérise par une certaine fragilité intrinsèque l'exposant à des risques cycliques, conjoncturels ou graduels de réduction, de fragmentation ou de disparition.

### ***L'espace public médiatique et la délibération publique***

La théorie délibérative publique a fait l'objet de plusieurs études pluridisciplinaires contemporaines issues essentiellement des sciences de la communication, de la politique et de la philosophie politique. Cet intérêt a évolué depuis une quinze d'années surtout dans les travaux de recherches académiques et appliquées européennes et nord-américaines axées sur les concepts de démocratie, débat public, espace public et la communication médiatisée, auxquels s'est rajoutée récemment la e-démocratie grâce à Internet et ses réseaux sociaux.

Toutes les premières études portant sur cette thématique se sont appuyées sur les travaux du philosophe allemand Jürgen Habermas et son concept de l'espace public (1987, 1992, 1996, 2005). Habermas a construit cette notion à partir de sa conception de la réalité, selon lui, plurielle et hétérogène des sociétés complexes permettant la formation discursive de l'opinion. (1993). Cette perspective privilégiant le débat et la communication précise "la nature politique et discursive de l'espace public" (Benrahal et Matuszak, 2009, p.33)

Son objectif était de définir puis de développer un concept procédural et délibératif de démocratie forgé selon un modèle basé sur la visibilité des discours des acteurs en les débattant et en négociant leur légitimité en public. Pour lui la délibération, «s'intéresse à la fonction épistémologique du discours et de la négociation» (2006, p.413).

Selon cet auteur, la délibération est censée établir des formes de communication capables de garantir la légitimité des politiques publiques en créant des liens discursifs entre la décision et la politique institutionnelles et la revendication citoyenne, lesquelles circulent dans des espaces publics partiels qui intègrent les réseaux communicationnels

périphériques de l'espace public politique (Habermas, 1997, p.323). Le sujet de la délibération attire alors l'attention et suscite l'intérêt chez les citoyens sur les problèmes publics, lesquels engendrent des intérêts conflictuels alimentés par les différents acteurs et animés dans des différentes arènes de débat permises et appropriées. Dans un espace public ouvert tous les acteurs officiels (élus, administrateurs) ou propriétaires ou promoteurs de causes (mouvements de mobilisation, oppositions, syndicats, ...) doivent en principe prendre en considération tous les points de vue présentés dans le débat et aussi avoir accès à l'arène de publicité et de débat.

La théorie habermassienne conçoit donc la délibération publique comme un processus discursif idéal par lequel les citoyens doivent élaborer collectivement un problème en tant que question d'intérêt général dont la compréhension et la solution requièrent une action communicative réciproque.

Pour Habermas, le rôle de la communication dans le processus délibératif ne s'arrête pas au stade du traitement et de la médiatisation aboutissant à une discussion entre les différentes perspectives des acteurs politiques et sociaux impliqués. Au-delà de ce rôle fonctionnel, la communication médiatisée permet la constitution d'une sphère publique à côté des autres sphères politiques (partis, assemblées, conseils, ...) et sociales (familles, associations, syndicats, cafés, marchés...). Cet espace d'information, d'expression, de débat, de positionnement, d'échange et de justification deviendra un espace intermédiaire entre les acteurs et leurs discours.

D'après Habermas, ces arènes sont de véritables « contextes de découvertes spécialement chargées de percevoir, d'identifier et de traiter les problèmes intéressant la société dans son ensemble » (1997, p.326). Ces arènes de l'espace public instaurent un processus de traitement, de discussion et de problématisation des questions sociétales d'intérêt général d'une société donnée à un moment donné. Par ailleurs, il estime qu'outre les différentes formes de communication utilisées dans les échanges argumentatifs et discursifs, chaque contexte de communication les individus développent un rapport singulier avec l'utilisation réflexif du langage.

La notion construite et révisée constamment par Habermas a inspiré plusieurs chercheurs comme James Bohman (1996), Seyla Benhabib (1996), Joshua Cohen (1997), John Dryzek (2000), Simone Chambers (2003), Maeve Cooke (2000), Amy Gutmann et Dennis Thompson (2004).

S'inspirant des développements d'Habermas, Bohman (1996, p.53) estime que la délibération publique ne peut pas être réduite à une activité spécifique à un contexte unique donné, et surtout elle n'est pas à considérer comme une pratique discursive exclusive et linéaire. « La tentative de définir le processus délibératif par le biais communicationnel met l'accent sur le fait que, au-delà des procédures et des principes discursifs, la théorie de la délibération doit s'accompagner d'une construction communicative du problème en cause, des relations établies entre les différents interlocuteurs, des arguments avancés par chaque participant et de l'opinion publique résultante des échanges constitués par la voie de la communication intersubjective » (Salgueiro Marques, 2008, p.6).

Au début, en définissant la place et le rôle occupés par les médias notamment de masse dans le système politique, Habermas a développé, dans *L'espace public* ([1962]1993), une vision pessimiste de l'influence que les médias exercent sur l'usage public de la raison. Une approche critique qu'il a rapidement révisée, dans ses écrits postérieurs (1987, 1992, 1997, 2006) il revoit son positionnement concernant le rôle joué par les médias dans la constitution de sphères publiques destinées au débat politique entre les citoyens et à la formation de l'opinion publique. Les médias sont alors décrits par cet auteur comme un espace limitrophe et sensible entre les différents espaces communicatifs qui composent le centre représenté par l'élite politique et la périphérie représentée par les acteurs des mouvements sociaux, société civile, les associations, les citoyens ordinaires. (Salgueiro Marques, 2008, p.8).

Habermas attribue aux médias une place centrale dans la sphère publique en admettant qu'ils ont la possibilité de capter, d'organiser et de rendre disponibles au débat public une série d'idées, de perspectives et d'opinions. D'après lui, le système des médias et ses acteurs agit dans l'organisation des questions en des faisceaux d'opinions thématiquement spécifiées. Une arène conflictuelle où les acteurs sociaux essaient de faire comprendre leurs arguments et de faire valoir leur cadrage interprétatif du problème en question (Garnhan, 1992 ; 1996). Les médias permettent l'exposition des faits et des arguments sur la scène publique ainsi qu'à fournir des ressources discursives pour la construction d'une opinion publique. Les médias comme un espace de visibilité et d'affrontement entre les différents discours et perspectives. La capacité des médias de mettre en connexion et en interaction les différents discours souvent en conflit à travers les arènes communicatives et délibératives existantes ou à venir. Le paysage médiatique algérien



## *Les médias traditionnels*

### *Période allant de 1962 à 1988*

En Algérie, l'institution du monopole de l'Etat constitue un élément majeur de la politique de l'information. Ainsi, le monopole de l'état sur le champ médiatique a été institué en août 1963 avant la nationalisation de la presse coloniale. Les autorités de l'époque ont décidé aussi d'instituer le monopole sur tous les moyens de communication. Ainsi la presse est conçue non pas comme le 4<sup>ème</sup> pouvoir mais comme un relai amplificateur pour expliquer et promouvoir le discours officiel, les stratégies des décideurs du moment mais surtout d'asseoir leur légitimité politique. D'emblée, les journalistes professionnels capitalisant une solide expérience ont été peu à peu marginalisés et écartés du champ médiatique, du champ journalistique et politique pour leur refus d'être assujettis. À ce propos, Brahim Brahimi a longuement décrit cette exclusion pour les uns et de domestication pour d'autres: « les moyens d'information furent confiés à des fonctionnaires et à des représentants du courant réformiste religieux qui ne remettait pas en cause le pouvoir de Boumediene. C'est pour cette raison que les journalistes critiques furent mis à l'écart ; certains optèrent pour la carrière diplomatique ; d'autres furent emprisonnés ; ils n'avaient plus le droit à la parole. » (Brahimi, 1990, p 287)

De 1962 à 1976 aucun texte fondamental officiel n'a été consacré ni aux médias ni aux journalistes. Ce n'est qu'au mois de novembre 1976 que le droit à l'information est inscrit pour la première fois dans la charte nationale après le 4<sup>ème</sup> congrès du FLN.

La double adoption en 1976 de la nouvelle constitution et de la charte nationale a fait bouger la scène médiatique qui a connu un changement important en matière d'intérêt aux médias en les considérant comme outils de propagande et d'accompagnement des stratégies de l'Etat. Cette vision des médias, inspirée du régime de presse communiste et du paradigme de la communication de développement en vogue à l'époque, a vu l'adoption de nombreuses résolutions sur la politique de l'information par le Parti unique au pouvoir.

Puis les textes et instructions régissant les médias ont été réunis et débattus en décembre 1981 par l'Assemblée Populaire Nationale pour les transformer en code de l'information. Adopté par l'Assemblée législative, ce code promulgué le 6 février 1982 constitue la première loi sur la presse en Algérie.

La vision développée par l'Etat dans ces textes et instructions était de soutenir les fonctionnaires de la culture au détriment des journalistes

mais aussi de censurer, au cas où l'autocensure venait à faire défaut, les écrits journalistiques discordants et filtrer les courriers des lecteurs. Ce sont ces blocages qui ont réduit le champ des libertés d'expression, accentué la marginalisation et l'exclusion des citoyens de la délibération publique surtout des questions politiques.

Les éléments juridiques et politiques permettent de confirmer une situation d'instauration d'un régime autoritaire de médias combinant entre deux modèles contraignants de la liberté à savoir : le régime communiste et le régime totalitaire. Le premier est surtout visible à travers l'étatisation des moyens de production et de la mobilisation des médias en tant qu'outils de propagande et de légitimation. Quant au second, il est vérifié par l'omniprésence de ces caractéristiques : la censure, le déni de la liberté et le contrôle.

Les pratiques de l'époque, qui se prolongent toujours, ne permettent aucun débat entre les acteurs institutionnels et les acteurs sociaux. Les sujets traités sont seulement ceux autorisés par l'administration qui a accéléré la fonctionnarisation des journalistes. Les sujets portant sur des thèmes liés au vécu des citoyens ne sont pas traités en tant que problèmes sociaux mais comme objets des activités du gouvernement. Ce qui ne permet aucune délibération publique ou discoursivité sociale. Les contestations et les revendications des citoyens sont absentes et tout mouvement social est interdit politiquement, empêché policièrement et pis encore passé sous-silence médiatiquement. Pour les acteurs, seuls les politiques du moment et du régime avaient le droit d'intervenir en public : en tant que source d'information, en tant qu'émetteur centralisant et monopolisant la communication descendante et unilatérale et en tant que définisseur officiel du sujet.

Dans toutes les sphères la communication sociale est inexistante car "il y a un discours social unique [...] l'intercompréhension est alors maximale [...] Nous n'avons plus rien à échanger : puisque « tout va de soi » tout peut « aller sans dire " (Delforce, 209, p.21). Tous ses éléments convergents sur l'absence de délibération et de discoursivité publique donc il est difficile de parler de l'existence d'un espace public médiatique selon l'acception habermassiennes.

### ***Période allant de 1989 à nos jours***

La levée du monopole gouvernemental, d'abord sur la presse écrite depuis 1989 et théoriquement sur l'audiovisuel, constitue certainement une autre grande avancée pour la libre expression et de la démocratie après le multipartisme. Le code de l'information notamment son article 14 qui a institué juridiquement le projet d'ouverture du champ

médiatique. Ce texte a donné la possibilité aux journalistes de constituer des «collectifs professionnels pour la création et l'édition d'un titre indépendant, de revues ou périodiques». Les journalistes issus du secteur étatique avaient le choix d'y rester ou de se constituer en collectifs de rédactions avec engagement de soutien et d'accompagnement pour création de leurs propres périodiques. Des facilités ont été accordées aux collectifs de journalistes pour lancer et asseoir leurs publications par l'Etat en leurs facilitant l'accès aux imprimeries publiques, le paiement de deux années de salaires et l'accès à la publicité.

Plus de Vingt ans après la promulgation de cette loi qui a ouvert les portes au pluralisme on compte, en termes de chiffres, près de 300 publications avec un tirage moyen par jour de près de trois millions et demi d'exemplaires. Avec quatre-vingt quotidiens et un tirage de plus de trois millions par jour, le paysage médiatique national est sans doute le plus riche et le plus diversifié du Maghreb, voire du monde arabe.

L'espace médiatique connaît une profusion de titres. Dès l'ouverture du champ médiatique' jusqu'à nos jours il y avait des titres qui ont bien résisté malgré les bourrasques et les tempêtes commerciales tandis que d'autres sont morts tout simplement pour des raisons commerciales, même si certains titres qui, n'avaient pas payé leurs dettes jusqu'à présent aux imprimeurs, invoquaient les illusoire pressions politiques. Certes, des conflits et des accords ponctuels alternaient dans les relations presse privée-pouvoir. Des titres ont été suspendus, des journalistes sont condamnés.

Face à ces difficultés commerciales (Approvisionnement en papier journal et à celles des tirages), la presse indépendante a lutté pour instaurer la liberté d'impression, ce qui va être interprété par l'installation de deux imprimeries privées pour les deux quotidiens en l'occurrence *El khabar* et *El watan*. Dès ses premiers numéros cette presse indépendante a franchi avec volonté ferme l'ère des colonnes qui se préoccupaient seulement de l'officiel. Les rubriques société logées souvent en pages centrales accueillent pour la première fois des sujets traitant des tabous sociaux et sexuels, des faits divers touchant les différents fléaux sociaux : criminalité, trafic de drogue, corruption et questions de santé, catégories sociales fragiles.

S'agissant des médias audio-visuels le pouvoir politique manifeste une retenue affichée et assumée quant à l'ouverture immédiate des médias lourds, radio et télévision, au capital privé et à l'opposition. Jusqu'à présent, l'Etat algérien exclut totalement la moindre possibilité de permettre au privé le lancement de chaînes de radio et de télévision. Mais les choses ont évolué et le monopole sur l'audiovisuel n'est plus

possible avec la création de stations télévisuelles et radiophoniques installées à l'étranger ou via internet mais s'adressant essentiellement aux Algériens. Les nouvelles techniques de diffusion permettent d'inonder l'Algérie depuis n'importe quel autre pays. Le régime est conscient qu'elles seront exploitées par certains acteurs et leurs enjeux sont névralgiques surtout en matière d'information politique. L'exemple de la Chaîne Al Djazira, El arabyia et France24 dont les taux d'audience dépassent largement ceux de la télévision nationale.

Cette situation de fragmentation de l'espace public, cette profusion en matière de titres et de lignes éditoriales se complique avec les différences qui atteignent souvent le stade de la contradiction dans le traitement. Cette donnée qui s'exaspère engendre une multiplication des discours sociaux et un charivari sur les mêmes questions traitées. Certes, comme le soulignent « Delforce et Noyer " l'existence de discours sociaux est une des conditions de possibilité de communication sociale." Mais "La diversité est trop grande pour que l'intercompréhension soit possible. C'est Babel et la communication sociale s'abolit dans la cacophonie" (Delforce et Noyer, 1999, p.21).

### ***Les nouveaux médias***

Selon certaines études les problèmes liés à Internet sont dus à des facteurs techniques autrement dit la fracture numérique. À ce propos, Bekhti conclut dans son enquête « *il est difficile de prédire l'évolution d'Internet, à cause des obstacles techniques de l'infrastructure qui sont un frein au développement de cette nouvelle technologie* » (Bekhti, 2002 : 35). Mais les investissements et les projets dans le domaine, surtout ceux du programme *e-Algérie 2013*, récusent cette explication qui réduit Internet à son aspect technique. Certes, ce facteur est important, mais l'expérience démontre qu'il est peu suffisant et la fracture est beaucoup dans la conception et la vision.

Le nouveau dispositif de communication que constitue Internet ne permet pas simplement de mieux communiquer : il transforme profondément les modes de la communication qui s'était instaurée précédemment, ce nouvel espace d'interaction sociale et symbolique apparaît comme un espace virtuel idéal pour échanger les discussions publiques. (Jauréguiberry et Proulx, 2002)

Les réseaux sociaux sur internet tel que (Facebook, Twitter, Fliker ...) ont transformé l'espace médiatique et de l'information en Algérie. Les internautes algériens en particulier les jeunes utilisent ces nouveaux espaces communicationnels pour se rencontrer virtuellement. D'ailleurs, l'impact de ces réseaux sociaux sur la construction des débats publics lors les événements que connaissent certains pays arabes comme la

Tunisie, l'Égypte et l'Algérie est fort significatif. Ce recours à ces sites est expliqué par l'interdiction d'accès aux idées discordantes au discours officiel aux arènes délibératives traditionnelles médiatiques, sociales et politiques.

Par ailleurs, le rôle et les pratiques du journalisme classiques se sont transformés grâce à l'Internet qui a bousculé les logiques de production, de rédaction journalistiques et des usages. Des sites autonomes alimentés par des bénévoles, souvent compétents dans leur domaine, créent de véritables médias qui concurrencent la presse écrite et l'audiovisuel. Les produits médiatiques publiés sur internet par des jeunes amateurs (les films, les photos, les pages de blogs...) constituent de véritables ressources d'information pour les médias classiques qui ne pouvaient pas couvrir les événements online.

Pour l'analyse, nous avons opté pour la description de la pratique de la délibération publique sur Internet à travers les sites gouvernementaux. Pour ce, notre travail s'est concentré sur trois critères liés à la e-délibération. Le premier est celui du contenu informationnel. D'abord, statistiquement les sites actualisés et entretenus de manière régulière sont limités. Les contenus proposés sont pauvres et non actualisés. Même ceux des sites des institutions importantes ne sont pas mis à jour. Ils sont souvent en arrêt, ou en construction. Quant à la qualité de l'information, elle est à l'opposé des caractéristiques de l'information sur l'Internet : l'immédiateté et la satisfaction des attentes des citoyens/usagers. À ce propos, certains sites n'informent jamais de certains sujets en désaccord avec la position officielle. Cette situation a réduit les possibilités de leur consultation et multiplié leur abandon pour non satisfaction de l'utilisateur et non pertinence du contenu.

Le deuxième, qui est le critère de l'interactivité. Ici l'accessibilité aux contenus des sites est confrontée à des problèmes techniques qui rendent difficiles la recherche de l'information et l'interactivité. Plusieurs éléments réduisent les possibilités d'interactivité et d'interopérabilité à commencer par les pages d'accueil pauvres techniquement en hyperliens, en indications sur le contenu et ses utilisations éventuelles (affichage, téléchargement, lecture, modification, impression,...). Ces sites ne disposent pas toujours d'un moteur de navigation interne, de catégorisations par rubrique, de dates de modification, point de contact..., etc. Les sites sont restés non interactifs et des écrans de lecture linéaire. L'interface du site est souvent réduite à la page d'accueil figée, où les contenus sont distribués et réalisés de manière peu étudiée et peu hiérarchisée selon les attentes des usagers et les rubriques sollicitées. Les sites ne disposent pas de bases descriptives des contenus en

catégorisations et indexations facilitant la recherche des matières pertinentes. Les sites sont peu attrayants et soucieux de leur réalisation et de leur présentation : édition, interface graphique, traitement de texte et éléments paratextes.

Le troisième critère consiste en la raréfaction des contenus. Sur les listes de documents affichés avec la commande « *Internet/Algérie* », nous avons choisi une vingtaine comme échantillon d'analyse. La construction du corpus a été effectuée selon l'ordre d'affichage et la présence des discours des officiels. Sur les vingt documents dont dix sont des articles de presse (où des officiels évoquent Internet en tant qu'objet) et dix documents officiels (lois, sites étatiques, communiqués,...).

Cette analyse qui visait la catégorisation des discours et des idées contenues dans le corpus portant sur la question de l'Internet distingue trois catégories de thématiques.

La première, les discours l'accès à Internet sont surtout centrés sur l'infrastructure en se focalisant sur les statistiques techniques et financières : investissements, projets, prix de connexion, taux de pénétration..., etc. Un discours qui explicite la vision de l'État de l'Internet : l'infrastructure prime sur le contenu et ignore son aspect communicationnel actuel et potentiel.

La deuxième, les discours sont centrés sur la thématique des domaines d'usage, en les limitant à l'économie et l'apprentissage, mais jamais en communication, en administration ou en politique.

La troisième, les discours développés par l'État sur l'Internet. Une vision imprégnée de méfiance et de menace. Ils se concentrent sur des sujets discréditants (risque, morale, acculturation, ingérence, espionnage, complot, cyber-criminologie...)

La seconde analyse qui consiste à la recherche de termes et d'idées portant sur les thématiques sociales et politiques relatives à la dimension communicationnelle de l'Internet : débat, liberté d'expression, participation, politique, échange, partage, discussion..., etc. La recherche d'une série de mots-clés des champs lexicaux des thèmes démocratie et interactivité dans le corpus a été négative. Les textes analysés ne contiennent pas ces termes, même avec leurs acceptions dénotatives, connotatives ou conceptuelles.

## Conclusion

Si par le passé la fermeture de l'espace médiatique était possible en imposant un régime de presse autoritaire fondé sur le déni de la liberté d'expression, sur la censure des contenus et l'autocensure, aujourd'hui,

toute tentative de contrôle est vouée à l'échec. La diffusion et la réception décentralisées sur les chaînes numériques satellitaires et sur le réseau Internet ne peuvent pas être totalement censurées ou verrouillées. D'ailleurs, l'échec des différents modes de contrôle d'Internet est manifeste dans l'incapacité de l'encadrement législatif en régulation et en réglementation. Ici une expression datant de 1999 qui n'a rien perdu de son actualité mérite d'être citée : "C'est parce que les interdits purs et simples sont de plus en plus voués à l'échec que la censure politique, dans sa forme ancienne, a pratiquement disparu" (Champagne, 1999, p.354)

À l'instar de la majorité des régimes de presse arabes et leurs espaces publics médiatiques, qui sont le prolongement naturels de leurs systèmes politiques, les modèles algériens demeurent autoritaires et fermés, même avec les quelques acquis démocratiques arrachés par la presse écrite privée. Ce régime est bâti sur une logique, et autour d'une logique de communication unilatérale, centralisée et centrée sur l'État émetteur. Dans ce contexte médiatique, la presse écrite est sous contrôle et évolue dans une liberté surveillée. Quant à l'audiovisuel, en particulier la télévision nationale, il est considéré comme le média dominant et spectaculaire, en déterminant et en hiérarchisant l'agenda informationnel et politique. Une fonction que Lévy désigne par l'effet totalitaire. (Lévy, 1996, p.141)

Il est de même pour internet dont la logique, en tant que technique, contenu et usage signifient la décentralisation et la diversité, est opposée à celle de ce régime de presse autoritaire. D'ailleurs ce dernier envisage une conception d'un Internet sans sa dimension communicationnelle. Une hypothèse qui ouvre une nouvelle piste de recherche. Le développement des médias nouveaux pourra-t-il apporter ce que les médias traditionnels n'ont pas pu promouvoir : le changement de régime des médias et l'ouverture de l'espace médiatique ?

Le contrôle du paysage médiatique aboutissant sur sa fermeture a poussé les citoyens à s'approprier une autre forme d'espace ; espace social dit populaire. Dans cet espace il n'y a pas de place à la norme et la rationalité sur lesquelles se construisent les processus discursifs et délibératifs : place à la contestation et aux paroles contestataires. Mis à par "La portée de cette parole réside dans la capacité qui est la sienne de délégitimer le système normatif mis en place par l'ordre dominant." (Bouchaala, 2008, p.1), elle n'exerce aucun effet sur l'espace public. Car elle souffre de structuration, de rationalisation et surtout de formalisation. Elle a besoin d'être formulée dans des discours sociaux et potté par des acteurs sociaux qui vont les promouvoir et les défendre

dans espace public.

Vu tous ces constats, peut-on croire à la "promesse" du Président portant sur une nouvelle vision du champ médiatique et une nouvelle stratégie de l'Etat sur les médias qui garantissent la liberté d'expression et l'ouverture de l'espace médiatique annoncée lors du conseil du gouvernement tenu le 2 février 2011 suite aux mouvements récents de protestations qu'a connus le pays ?

## Bibliographie

Bekhti, Brahim (2002), « Internet en Algérie », *El babith*, n°01, p. 26-36.

Bouchaala, Aldjia (2008), « L'appropriation de l'espace social, pour contester, 16ème Congrès Sfsic 2008 Les sciences de l'information et de la communication : affirmation et pluralité », Compiègne 11, 12 et 13 juin 2008.

Bourdon, Jérôme (2000), *Introduction aux médias*, Paris, Montchrestien, collection « Clefs politique ».

Brahimi, Brahim (1990), *Le pouvoir, la presse et les intellectuels en Algérie*, Paris, L'harmattan.

Champagne, Patrick (1999), « Les médias et l'espace public », *Modern and Contemporary France*, VII-3, August, p. 351-359

Dacheux, Eric (coordonnée par) (2008), *L'espace Public*, Paris, CNRS Eds, Essentiels D'Hermes.

Dahmani, Ahmed (2007), « Economie politique de l'Internet au Mahereb : incertitudes d'une démocratisation du numérique », in Dahmani, A; Do--Nascimento, J ; Ledjou, J.M ; Gabas J.J, (dir.) (2007), *La démocratie à l'épreuve de la Société numérique*, Paris, Karthala. p. 293-321,

Delforce, Bernard, Noyer Jacques (dir.) (1999), «Pour une approche interdisciplinaire des phénomènes de médiatisation: constructivisme et discursivité sociale », *Études de communication*, n°22, p. 13-39.

Garnham, Nicholas (1992), "The Media and the Public Sphere", in Calhoun, Craig (dir.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MIT Press, p. 359-376.

Gutmann, Amy et Thompson, Dennis (2004), *Why Deliberative Democracy?*, Princeton, Princeton University Press.

Habermas, Jürgen (1992), "L'espace public 30 ans après", *Quaderni*, n°18, p.161-191.

Habermas, Jürgen (1996), "Three Normative Models of Democracy" (p.21-30), in Benhabib, Seyla (dir.), *Democracy and Difference, contesting the boundaries of the political*, Princeton, Princeton University Press.

Habermas, Jürgen (1997), *Droit et Démocratie: entre faits et normes*, Paris, Gallimard.

Habermas, Jürgen (2005), "Concluding Comments on Empirical Approaches to Deliberative Politics", *Acta Politica*, v. 40, p. 384-392.



Habermas, Jürgen (2006), "Political Communication in Media Society - does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research", *Communication Theory*, v.16, p. 411-426.

Habermas, Jürgen, [1962]1993, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot.

Levy, Pièrre (1996), « L'hyperscène. De la communication spectaculaire à la communication tous-tous », in Bougnoux, D, *La querelle du spectacle*, Les cahiers de médiologie n°1, Paris : Gallimard.

Mekhaldi, Anissa (2004), « Le piratage des télévisions payantes en Algérie », Les Enjeux de l'information et de la communication [en ligne] [http://www.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2004](http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2004), page consultée le 03/02/2011.

Proulx, Serge ; Jauréguiberry, Francis (dir.) (2002), *Internet, nouvel espace citoyen ?* Paris, L'Harmattan.

Wolton, Dominique (2008), *Penser la communication*, Paris, Flammarion.