رج د ح ا
الرابطة الجزائرية للدفـــاع عن حقوق الإنســـان
LADDH
Ligue Algérienne pour la Défense des Droits de l'Homme

مجموعة العمل العربية لرصد الإعلام
Arab Working Group for Media Monitoring
AWG-MM

Le monitoring des Médias durant les élections présidentielles algériennes 2009

Rapport final de l'opération de monitoring des Médias durant les élections présidentielles du 09 avril 2009

Avec le soutien de ims INTERNATIONAL MEDIA SUPPORT

Le monitoring des Médias durant les élections présidentielles algériennes 2009

Photo de la couverture

PASCAL GUYOT – AFP

ر ج د ح ا
الرابطة الجزائرية
للدفـــــاع عن
حقوق الإنســـان
LADDH
Ligue Algérienne
pour la Défense
des Droits de l'Homme

Le monitoring des Médias durant les élections présidentielles algériennes 2009

Rapport final des résultats de l'opération de monitoring des médias durant les élections présidentielles du 09 avril 2009.

Contributeurs :

The Arab Working Group for Monitoring Media (AWG-MM)

The International Media Support (IMS) – Denmark

Contactez-nous :

Adresse : **05, Rue Pierre Villa (Frère Alleg) Didouche Mourad – Alger Algérie**

Tel/Fax : **00 213 (0)21 268 086**

Site web : **www.la-laddh.org**

E-mail : **contact@la-laddh.org**

L'équipe de Monitoring

Directeur de projet: KHELIL Abdelmoumène
Chercheur principal: Dr. BOUDJEMA Redouane
Data analyste: Dr. LOUCIF Saïd
Insertion des données: TIBICHE Khedidja, OUADAH Yasmine
Chargés de Monitoring: SAOUD Chakib, BENGANA Khaled, BOULEFRAKH Hayet, TCHACHI Radia, AMMOUR Salah, NADJAA Hayet, TITOUCHE Fateh, BENZAOUI Chakib, BOUBEKRI Imad, YAHIAOUI Alla-Eddine, GUETTAL Hilal, HARGOUS Sofiane, BENZAID Djamal, HASNAOUI Karima, HAMMACHE Sihem
Formateur principal: Pr. HAMID Khaled, Groupe Arabe pour le Monitoring des Médias (AWG-MM)
Chargé des finances et des opérations: KELLOU Amir
Chargé de l'administration: BELLACHE Karima

MOT DU PRÉSIDENT

« La volonté du peuple est le fondement de l'autorité des pouvoirs publics; cette volonté doit s'exprimer par des élections honnêtes qui doivent avoir lieu périodiquement, au suffrage universel égal et au vote secret ou suivant une procédure équivalente assurant la liberté du vote ». Cela est mentionné dans l'article 21 de la Déclaration universelle des droits de l'homme qui dispose également en son article 19 que *« tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ».*

Il ne fait guère de doute que l'information joue un rôle essentiel durant les campagnes électorales. Elle a une grande influence sur les orientations des électeurs et l'élaboration de leurs avis sur les candidats et leurs programmes politiques. Il est donc nécessaire que l'information, à travers tous les canaux, obéisse aux normes du travail honnête, objectif et complet. Le libre choix de l'électeur est fondamentalement tributaire de l'accès à une information complète et suffisante et qui exprime jusqu'à un certain point la réalité vécue.

Pour inciter à aller dans ce sens, la Ligue Algérienne de Défense des Droits de l'Homme (LADDH) à mis en œuvre un premier programme d'observation de la performance des médias nationaux algériens.

Ce programme porte de manière précise sur la performance des moyens d'information durant la campagne électorale pour la présidentielle du 9 avril, du 18 mars au 6 avril 2009.

Un groupe de jeunes observateurs a assuré le suivi et l'analyse de la performance et du rôle des médias nationaux audiovisuels ou de la presse écrite. Le rapport ne se limite pas à livrer un aperçu général de la couverture médiatique des présidentielles 2009. Il fait davantage en restituant la réalité des médias algériens dans un contexte de limitation continue des libertés d'expression et d'information, il constitue de ce fait un indicateur du verrouillage politique dans le pays.

Maitre Mostefa BOUCHACHI

LE MONITORING EN SIX POINTS

1. La répartition de la matière médiatique sur les différents outils d'information :

La surface globale traitée pour la campagne électorale dans la presse écrite étudiée est estimée à 402 952,94 cm². La presse écrite publique occupe une place prépondérante. On note que la part la plus importante revient à la presse publique, et en premier lieu au quotidien EL-MOUDJAHID. Pour les médias audiovisuels, la chaîne de télévision est en tête.

2. La part réservée au seul candidat BOUTEFLIKA équivaut à celle de tous les autres candidats réunis :

Pour l'ensemble de ces candidats, la surface consacrée est estimée à 213 788 cm². Par contre, la surface occupée par le seul candidat BOUTEFLIKA est estimée à 206 187 cm². Cela est suffisant pour indiquer clairement que ce candidat accapare la majorité des espaces dans la presse écrite privée et publique.

Si l'on additionne l'ensemble des espaces occupés dans la presse écrite par BOUTEFLIKA, le candidat et le président, le résultat donnerait 232 491 cm². Cela signifie que la surface dévolue au seul BOUTEFLIKA dépasse celle qui est consacrée aux autres candidats réunis, soit 18 703 cm². Ceci nous donne une idée du large écart existant entre la présence du candidat BOUTEFLIKA dans la presse écrite par rapport aux autres candidats.

3. La tendance générale de la couverture médiatique a été majoritairement positive :

Cela constitue un indicateur de faiblesse, d'un débat politique contradictoire entre les six candidats, de l'absence d'opposition dans ce débat et de l'orientation uniciste des médias officiels (presse écrite et audiovisuelle) en faveur du président candidat. Il révèle également la faible capacité de la presse à accomplir sa mission dans un cadre déontologique qui demande : précision, responsabilité et neutralité.

4. La surface occupée par ceux qui appelaient au boycott des élections est estimée à 3,23 % :

Il s'agit du plus faible pourcentage. La surface totale occupée dans la presse écrite par les parties politiques qui ont appelé au boycott des élections est estimée à 20 912 cm². Cette surface ne se compare même pas avec le candidat Oubelaïd MOHAND-OUSSAÏD qui a reçu la plus faible couverture, pour une surface estimée à 13 800 cm². Cela indique que la majorité des partis de l'opposition, tels que le FRONT DES FORCES SOCIALISTES (FFS), le RASSEMBLEMENT POUR LA CULTURE ET LA DÉMOCRATIE (RCD), le MOUVEMENT EL NAHDA, quelques dirigeants du FIS (dissous) et d'autres mouvements politiques, n'ont pas eu accès à la majorité des moyens d'information. Le peu d'espace qui a été consacré à ces acteurs politiques, particulièrement dans les médias publics, a consisté à les accuser de trahison et même d'apostasie.

5. Les orientations de la couverture médiatique de la campagne électorale :

Les approches négatives ont été surtout le fait de la presse écrite privée, bien que cette part reste dérisoire. A l'instar des médias gouvernementaux, la tendance générale a été de traiter l'évènement de manière absolument positive, ne laissant aucune place aux critiques

6. Les orientations de la couverture médiatique vis-à-vis de chaque acteur :

La plus grande part d'appréciation positive est revenue au candidat Abdelaziz BOUTEFLIKA. A l'opposé, la plus grande part d'appréciation négative est revenue à ceux qui prônaient le boycott. La presse publique en particulier a traité du thème du boycott avec une tonalité très négative et n'a pas donné, à ceux qui défendaient le boycott, la possibilité de s'exprimer.

SOMMAIRE

PRÉSENTATION **11**

CHAPITRE PREMIER

MÉTHODOLOGIE DE MONITORING DU DÉROULEMENT DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ÉLECTIONS PRÉSIDENTIELLES **14**

I. Les objectifs du monitoring 14

II. Échantillon des moyens d'information traités 15

III. Les parties étudiées (acteurs politiques) 17

IV. L'analyse quantitative 19

V. L'analyse qualitative 21

CHAPITRE DEUXIÈME

LE CONTEXTE POLITIQUE ET LE CADRE JURIDIQUE DES ÉLECTIONS PRÉSIDENTIELLES **22**

I. Un amendement constitutionnel qui verrouille le processus électoral ... 22

II. La presse algérienne sous contrôle sévère 24

III. Le paysage médiatique algérien en quelques chiffres 25

1. Journalistes et correspondants de presse : une situation sociale marquée par la précarité 27

2. Pluralisme médiatique ou multiplication des Médias ? 28

IV. Le Cadre juridique de la presse algérienne 32

1. La Loi sur l'information 1990, Le Code pénal, le décret de l'État d'urgence 32

2. Le cadre juridique de la Radio et de la Télévision 34

V. Le cadre juridique des élections algériennes 35

1. Le processus électoral 38

2. Le corps électoral 44

3. Les résultats définitifs de l'élection présidentielle, tels qu'annoncés par le Conseil Constitutionnel 44

4. La campagne médiatique 45

CHAPITRE TROISIÈME

LE RÉSULTAT DU MONITORING 48

I. Tableaux de la superficie globale étudiée sur la campagne électorale 48

II. La part consacrée au seul candidat Bouteflika équivaut à celle de tous les autres candidats réunis 52

1. La surface allouée à chaque acteur politique 52

2. Campagne groupée contre le boycott: « Les opposants, des corrupteurs sur terre » 55

III. Les orientations de la couverture des moyens d'information 58

1. 88,5% de la matière informative n'est pas d'orientation neutre 59

2. Seules 02,29% de la matière médiatique se rapporte aux programmes des candidats 61

IV. Les journalistes, la commission de surveillance des élections et « les lièvres » 64

V. La télévision au cœur de toutes les accusations de partialité 67

La télévision impose la spirale du silence 69

CONCLUSION : ESPACE PUBLIC VERROUILLÉ ET IMPOSSIBILITÉ D'ORGANISER DES ÉLECTIONS LIBRES 72

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 74

PRÉSENTATION

Le projet *« Monitoring de la performance des médias durant les élections présidentielles algériennes du 09 avril 2009 »* constitue la première expérience sur la scène algérienne réalisée par une organisation de la société civile algérienne. Elle n'aurait pas été de ce fait possible sans l'accumulation des expériences internationales et régionales. La méthodologie mise en œuvre, adoptée par le Groupe Arabe de Monitoring des Medias dans l'observation des médias durant les élections, a été conçue par l'Institut Européen de l'Information. Ladite méthodologie est adoptée par les missions d'observation dépêchées par l'Union Européenne.

Ce programme de monitoring des médias durant les élections présidentielles algériennes est le septième réalisé dans le monde arabe. Il a été précédé par le Maroc, le Bahreïn, la Tunisie, la zone autonome Palestinienne, le Liban, l'Égypte, et le Yémen. Ils sont le fruit de l'effort conjugué du Groupe de travail Arabe de Monitoring des Medias (AWG-MM) et de l'ONG «International Media Support- IMS » basée au Danemark.

Le présent rapport, sur la couverture médiatique de la campagne électorale de la dernière élection présidentielles en Algérie, est le produit de la conjugaison des efforts du Groupe de travail Arabe de Monitoring des Medias (AWG-MM), de IMS, de la Ligue Algérienne pour la Défense des Droits de l'Homme (LADDH) dont le siège à Alger a abrité tout le processus du monitoring, et il est réalisé grâce au concours d'un groupe de jeunes étudiants sous l'encadrement d'experts algériens et d'un expert du Centre d'information et de formation en droits de l'homme du Yémen.

La rédaction finale du présent rapport a été faite après une vérification (de trois mois) de toutes les déclarations et écrits se rapportant à ces élections par les différents acteurs politiques et civils

mais aussi grâce à un examen de tout ce qui a été émis par ceux qui se sont intéressé à l'événement (journalistes, organisations et acteurs divers) que soit dans le pays où à l'extérieur.

L'objectif principal du présent rapport est de souligner les points de force et de faiblesse du paysage médiatique algérien durant un moment important, l'élection présidentielle, considérée comme le scrutin majeur en en Algérie. Pour plusieurs raisons, le point le plus important sera l'étendue des prérogatives dévolues par la Constitution à l'institution présidentielle et la faiblesse des autres institutions constitutionnelles, notamment le Parlement et ses deux chambres. Des institutions qui, selon les dires des nombreux observateurs, ont été transformées en comités de soutien au Président.

Aussi, le but de ce rapport est d'offrir un instrument de mesure qui peut conduire, par accumulation, à améliorer la performance médiatique sur le plan professionnel. Il peut aider à faire des progrès dans les moyens et les pratiques qui sont de nature à aider les journalistes et les organes en charge de la supervision des élections à fournir aux citoyens une meilleure information qui les aide à prendre une décision en connaissance de cause le jour du scrutin.

Il est admis que les deux conditions les plus importantes requises pour la réussite des élections sont la liberté et la transparence. La liberté d'expression doit être également de mise afin que le citoyen et les candidats puissent exprimer leur avis sans crainte, ni intimidation. De la même manière, il est nécessaire que la presse puisse jouir d'une liberté totale pour publier les opinions, loin de toutes pressions, afin de garantir la diffusion de la vérité sans falsification.

Dans ce cadre, le travail journalistique professionnel consiste à tenir les citoyens informés au mieux des enjeux et des choix existants afin que leurs votes reflètent réellement leurs choix.

Les élections posent de grands défis à la presse. Il est de la responsabilité des journalistes de connaitre les lois électorales et il leur revient de couvrir les activités des candidats, des partis politiques et de suivre les évènements, d'une manière égale et équitable car l'information est la voix des électeurs.

Les journalistes doivent s'astreindre aux critères de précision, de neutralité et de responsabilité alors qu'ils sont contraints de travailler dans des conditions difficiles et sous fortes pressions durant un laps de temps limité. Autant de facteurs qui renforcent l'importance de ce rapport. La presse algérienne a été souvent victime de violence, de pression, d'intimidation et de terrorisme. Elle peut également être une assise pour consacrer l'absence des libertés et aggraver la réalité du bannissement du citoyen dans l'élaboration de la décision sur la scène publique.

Comment imaginer une démocratie en l'absence d'une presse libre et sérieuse ?

Le secteur de l'information procure aux électeurs les meilleurs outils pour suivre le déroulement des élections et connaître les offres politiques disponibles. De ce fait, il est vital qu'il soit libre et équitable dans la couverture de la campagne électorale et qu'il permette au citoyen de prendre connaissance de la réalité des différences entre les partis politiques en lice. Il est aussi du devoir de la presse d'éclairer les électeurs sur l'opération de vote. La presse devrait jouir de la liberté absolue afin de s'interroger sur le degré de transparence des élections et d'informer les électeurs des insuffisances et des erreurs éventuelles. C'est pour aborder ces questions que le présent rapport a été rédigé, en suivant une méthodologie d'analyse étudiée.

CHAPITRE PREMIER
MÉTHODOLOGIE DE MONITORING DU DÉROULEMENT DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ÉLECTIONS PRÉSIDENTIELLES

I. LES OBJECTIFS DU MONITORING

L'observation de la couverture médiatique des élections présidentielles durant la campagne électorale, qui a duré trois semaines à compter du jeudi 19 mars 2009 jusqu'au lundi 6 avril 2009, avait pour objectif de répondre aux questions suivantes :

1- Est-ce que les Médias dans leurs différents formes (presse écrite et audiovisuel) dans la déférence de leurs statuts juridiques (privés et étatiques) ont pleinement répondu au rôle qui leur est assigné, à savoir, l'ouverture de tous les espaces d'expression à tous les candidats aux élections, d'une manière objective et équitable, sans discrimination ni favoritisme ?
2- Est-ce que les Médias ont respecté les principes de l'équité et l'égalité des chances envers tous les candidats, en respectant la déontologie et l'étique de cette profession lors de la couverture médiatique de la campagne électorale ?
3- Était-il possible au citoyen d'obtenir toutes informations additionnelles et non partisanes à travers les Médias, afin de pouvoir prendre des décisions conscientes le jour du vote ?
4- Est-ce que les cadres juridiques et législatifs, relatifs à la propagande électorale correspondent aux tendances démocratiques concernant la liberté de la presse et les droits

humains, telles énoncées dans les Traités et Pactes Internationaux ratifiés par l'Algérie ?

5- Est-ce que la commission nationale de surveillance des élections en tant qu'institution politique chargée de la gestion des élections a bien respecté la neutralité et l'équité dans sa prestation et dans l'exécution des tâches légalement assignées?
6- Est-ce que les Médias ont pu travailler dans les conditions de liberté exigées afin de garantir une couverture médiatique à même de permettre à l'électeur d'émettre son choix en toute liberté ?
7- Est-ce que les Médias étatiques, ont bel et bien, respectés le cahier des charges qui exige d'elle la garantie du principe du service public dans sa prestation médiatique ?

Pour répondre à ces questions, une collecte de l'ensemble de la matière médiatique relative aux élections présidentielles (dans la presse écrite et les moyens d'information audiovisuels), durant la campagne électorale allant du jeudi 19 mars 2009 au 6 avril 2009, a été réalisée.

Le choix s'est porté délibérément sur les plus importants médias d'information algériens, selon une construction objective : le tirage moyen pour la presse écrite, le statut juridique des différents moyens d'information pour mettre en parallèle la matière diffusée et la relation avec les candidats et enfin, la variable de la dualité linguistique (arabe – français) du marché médiatique algérien.

II. ÉCHANTILLON DES MOYENS D'INFORMATION TRAITÉS

L'échantillon comporte onze quotidiens, cinq journaux arabophones et six journaux francophones. Pour le statut juridique ces quotidiens, quatre sont des journaux publics qui, au regard de la règlementation juridique qui les régit, sont tenus de veiller au principe de service public, tel qu'énoncé dans leurs cahiers de charges. Les autres titres concernés sont des quotidiens privés œuvrant dans le cadre des dispositions de la loi relative à l'information de 1990.

Pour les médias audiovisuels, l'étude est portée sur deux chaines de la radio nationale. La chaîne I en langue arabe, et la chaîne III, émise en langue française. Il s'agit de radios publiques bénéficiant d'une capacité de diffusion nationale et internationale. Enfin, il y a l'unique chaine de télévision algérienne qui est publique.

Tableau 01: Médias étudiés ***(1)***

Le Média	Type d'organe	Le tirage moyen /jour	Statut juridique
Al-châab	Journal arabophone	12 000 copies	**Publique**
Al-Massa	Journal arabophone	12 000 copies	**Publique**
Al-Khabar	Journal arabophone	420 000 copies	**Privé**
Al-Shourouk Al-Yaoumi	Journal arabophone	600 000 copies	**Privé**
Al-Nahar Al-Djadid	Journal arabophone	140 000 copies	**Privé**
El Watan	Journal francophone	156 000 copies	**Privé**
Liberté	Journal francophone	120 000 copies	**Privé**
Horizons	Journal francophone	12 000 copies	**Publique**
Le Soir d'Algérie	Journal francophone	85 000 copies	**Privé**
Al-Moudjahid	Journal francophone	12 000 copies	**Publique**
Le Quotidien d'Oran	Journal francophone	170 000 copies	**Privé**
Radio Chaîne 1	Chaîne de radio diffusant en arabe		**Publique**
Radio Chaîne 3	Chaîne de radio diffusant en français		**Publique**
Télévision	Chaîne de télé diffusant en arabe		**Publique**

Le tirage global de ces onze quotidiens est estimé à 1 739 000 exemplaires par jour, soit plus de 90% du tirage global des journaux quotidiens, estimé à 2,5 million d'exemplaires selon les chiffres officiels publiés par le Secrétariat d'État à l'information le 3 mai 2009.

Le tableau, ci-contre, présente brièvement les journaux de l'objet d'étude.

Tableau 02: Fiche technique des journaux étudiés

Nom du Journal	Date de création	Directeur de Publication	Langue
Le Quotidien d'Oran	15 Décembre 1994	Mohamed Abdou BEN ABDOU	**Français**
Liberté	27 Juin 1992	Ali OUAFEK	**Français**
El Watan	06 Octobre 1990	Omar BELHOUCHET	**Français**
Le Soir d'Algérie	Septembre 1990	Fouad BOUGHENEM	**Français**
Ech-chaab	11 Décembre 1962	Azeddine BOUKARDOUS	**Arabe**
El Moudjahid	22 Juin 1965	Abd-elmadjid CHARBAL	**Français**
Horizon	1er Octobre 1985	Naama ABBES	**Français**
El Massa	1er Octobre 1985	Ahmed TIGHANE	**Arabe**
Ech-chorouk Elyaoumi	02 Octobre 2000	Ali FADIL	**Arabe**
El Khaber	1er Ocotbre 1990	Cherif REZKI	**Arabe**
Ennahar El-Djadid	1er Octobre 2007	Mohamed MOKADEM (Anis RAHMANI)	**Arabe**

III. LES PARTIES ÉTUDIÉES (ACTEURS POLITIQUES)

Pour la catégorie des acteurs politiques, nous avons intégrés tous les candidats aux élections, l'action des institutions constitutionnelles et de l'instance chargée de la surveillance des élections, en sus des principaux partis de l'opposions qui ont appelé au boycott des élections. Les acteurs en question sont détaillés dans le tableau suivant :

Tableau 03: Les parties étudiées (acteurs politiques)

Parties étudiées	La qualité de la partie étudiée
La Commission Nationale de surveillance des élections	**Instance gouvernementale**
Gouvernement	**Institution Constitutionnelle**
Abdelaziz BOUTEFLIKA Président	**Institution Constitutionnelle**
Abdelaziz BOUTEFLIKA Condidat	**Candidat Indépendant**
Louiza HANOUNE	**Candidate du PARTI DES TRAVAILLEURS**
Moussa TOUATI	**Candidat du FRONT NATIONAL ALGÉRIEN FNA**
Faouzi REBAINE	**Candidat de AHD54**
Djahid YOUNSI	**Candidat MOUVEMENT EL ISLAH**
Oubelaïd MOHAND SAÏD	**Candidat Indépendant**
Les Partisans du boycott	**RASSEMBLEMENT POUR LA CULTURE ET LA DÉMOCRATIE – RCD** **Le FRONT DES FORCES SOCIALISTES – FFS** **Le courant islamiste représenté par quelques dirigeants du FIS dissout et Abdallah DJABELLAH**

L'opération de monitoring de la performance des médias s'est basée sur deux méthodes complémentaires permettant d'atteindre les objectifs mentionnés : une analyse quantitative et une analyse qualitative.

IV. L'ANALYSE QUANTITATIVE

La matière étudiée ou « Unité d'analyse » publiée dans les journaux (échantillon d'étude) est mesurée ainsi que la durée de la matière diffusée à travers les médias audiovisuels durant la période du monitoring, soit trois heures par jour pour les radios (3 heures pour la chaine I et 3 heures pour la chaine III) durant trois phases distinctes. Entre ces trois phases s'intercalent les interventions des candidats et les bulletins d'informations. Ces phases se situent entre 6h30 - 7h30 du matin et 11h30-12h30. Dans l'après-midi, l'horaire d'écoute se déroule entre 17H30-18h30.

Pour la télévision, le suivi était de cinq heures par jour, réparties en deux séquences. La première étant de 12h00 à 14h00, dans laquelle est inclut le bulletin d'information de 13h00 et la seconde étant de 17h30 à 21h00, incluant le journal télévisé du 20h00.

La méthode a permis de dégager trois types d'indicateurs :

Indicateur I : La superficie globale ou le temps global consacré pour la couverture da la campagne médiatique.

Indicateur II : La surface globale ou le volume horaire global consacré à la couverture des activités de chaque candidat aux présidentielles et de certains acteurs politiques (le gouvernement, l'opposition, la commission indépendante).

Indicateur III: L'orientation de la couverture médiatique à travers ses attitudes positives, négatives ou neutres envers les candidats et les autres acteurs.

Tableau (04): La superficie globale et le volume horaire consacré par la couverture médiatique dans les médias de l'information étudiés

L'organe de presse	La période du monitoring	La superficie où le temps consacrés
Ech-chaab	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**70 107,10 cm²**
El Massa	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**59 780,88 cm²**
El Khabar	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**34 381,94 cm²**
Ech-chorouk El-yaoumi	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**41 004,71 cm²**
Ennahar Al-Djadid	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**43 726,52 cm²**
El Watan	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**47 256,31 cm²**
Liberté	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**50 242,82 cm²**
Horizons	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**55 315,78 cm²**
Le Soir d'Algérie	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**35 799,49 cm²**
El Moudjahid	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**121 959,10 cm²**
Le Quotidien d'Oran	Du 19 Mars au 06 Avril 2009	**37 573,32 cm²**
Radio Chaîne 1	**81 958 secondes**	
Radio Chaîne 3	**70 396 secondes**	
La Télévision	**160 579 secondes**	

V. L'ANALYSE QUALITATIVE

L'analyse qualitative de la couverture médiatique de la campagne électorale vise à analyser la conformité des matières informatives diffusées ou publiées dans les médias étudiés avec les normes professionnelles et l'éthique du travail de journalistique. De plus, il permet de mettre en lumière le degré d'engagement des médias à ouvrir le champ d'expression libre et à traiter de manière équitable et impartiale les activités de chaque candidat.

L'analyse qualitative consiste à tirer les enseignements des résultats de l'analyse quantitative à travers le langage informatif utilisé pour la couverture des activités des candidats et des prises de positions des acteurs politiques vis-à-vis des élections. Elle permet d'apprécier le degré du respect du principe de l'égalité des chances par les journalistes et les institutions médiatiques mais aussi de déterminer si la couverture des médias a apporté au public une image suffisamment claire sur les programmes des candidats et les motivations du boycott de l'opposition, tout cela afin que l'électeur puisse choisir librement entre les programmes des candidats ou la démarche des boycotts.

Chapitre Deuxième
LE CONTEXTE POLITIQUE ET LE CADRE JURIDIQUE DES ÉLECTIONS PRÉSIDENTIELLES

Avant d'aborder la législation encadrant les élections présidentielles et les conditions d'exercice de la profession de journalisme en Algérie, il est nécessaire d'aborder préalablement le contexte politique et juridique vécu par l'Algérie avant les élections présidentielles. Un contexte très difficile, selon les rapports des principales organisations mondiales des droits de l'homme ou des organisations de défense des libertés d'expression et de la liberté de la presse. Un contexte marqué par les restrictions à la liberté de presse, la liberté d'association et de rassemblement et des libertés d'expression et d'opinion. Ces restrictions à la liberté de la presse étaient perceptibles avant, pendant et après la campagne électorale de la présidentielle du 09 avril 2009.

I. UN AMENDEMENT CONSTITUTIONNEL QUI VERROUILLE LE PROCESSUS ÉLECTORAL

L'amendement de la Constitution, que le président BOUTEFLIKA a soumis au Parlement réuni en ces deux chambres durant l'automne 2008, constitue l'évènement institutionnel le plus important de ces dernières années. L'amendement avait un lien direct avec le processus des élections présidentielles. Il était révélateur des intentions des décideurs en matière d'acceptation ou non du principe de l'alternance pacifique au pouvoir et de garantie de la tenue d'élections libres et transparentes.

Ces élections ont été organisées quelques mois seulement après l'adoption, le 12 novembre 2008, par les deux chambres du Parlement algérien, des amendements constitutionnels pour permettre au président Abdelaziz BOUTEFLIKA de briguer un troisième mandat.

L'article 74 de la Constitution, avant son amendement, stipulait clairement une limitation à deux du nombre de mandats présidentiels. L'amendement constitutionnel décidé par le président BOUTEFLIKA et adopté par le parlement à 500 voix pour, 21 contre et 8 abstentions, supprime la limitation des mandats.

Pour les principaux partis politiques de l'opposition, l'amendement a verrouillé toute possibilité d'alternance pacifique au pouvoir et constituait une preuve de la volonté du président actuel d'instaurer une présidence à vie.

Ce constat a fait dire à un bon nombre d'observateurs que ces élections étaient d'emblée totalement verrouillées. La réponse du pouvoir était d'une tonalité victorieuse. C'est le cas du président BOUTEFLIKA qui, dans son adresse au parlement lue par le président du Conseil de la Nation Abdelkader BENSALAH après l'adoption des amendements, parle d'un *« jour de gloire»*. Il y affirme *« qu'en dépit des affres du terrorisme qu'elle a du subir ces dernières années, l'Algérie n'a point renoncée à la démocratie ni au pluralisme. Elle n'a guère limitée la liberté d'expression et elle est demeurée ouverte au monde. Elle a réaffirmé avec vigueur son attachement au régime républicain et établi des relations ouvertes et développées avec le monde, recouvrant ainsi la place de choix qui a toujours été sienne dans le concert des nations»*.

Le Président a mis l'accent sur le fait que les *« réalisations démocratiques accomplies dans notre société »* et se dit *« conscient qu'il s'agit là, d'une expérience prometteuse qui a besoin d'être enrichie et développée continuellement »* ***(2)***.

Pour l'Opposition, il s'agit d'une régression flagrante, une remise en cause de ce qui reste des acquis démocratiques imposés par les jeunes en Octobre 1988 à un pouvoir qui ne s'est pas renouvelé depuis près d'un demi-siècle, soit l'indépendance de l'Algérie, le 5 juillet 1962. ***(3)***

Pour une meilleure compréhension du contexte politique des élections d'avril 2009 en Algérie, il est important de signaler qu'elles se sont déroulées dans un pays encore sous le régime de l'État d'Urgence imposé depuis le 9 février 1992.

II. La presse algérienne sous contrôle sévère

A la veille du 9 avril 2009, les atteintes à la liberté de la presse et des journalistes ont commencé par l'interdiction de mise en vente de la revue française « l'Expresse » pour avoir « violé la loi algérienne » et « porté atteinte à la souveraineté de l'État ». D'autres journaux français, « le journal du Dimanche », « Marianne » et « Afrique Magazine » ont été interdits pour avoir abordés des sujets particuliers comme l'appui des officiers supérieurs de l'armée algérienne au règne de BOUTEFLIKA depuis 1999. D'autres articles avaient évoqués l'influence des amis et des membres de la famille du président sur la vie politique du pays.

Des journalistes venus des pays étrangers ont fait l'objet d'intimidations. C'est le cas de la décision de refoulement prise à l'encontre de la journaliste et militante des droits de l'homme Tunisienne, Sihem BENSEDRINE, à son arrivée le 4 avril 2009 à l'aéroport international d'Alger. Mme BENSEDRINE était invitée par la LADDH dans le cadre du programme de monitoring des Médias durant la campagne électorale avril 2009.

Deux journalistes marocains ont été interpellés par la police et soumis pendant des heures à un interrogatoire, suscitant une réaction du Syndicat des journalistes marocains.

Les autorités algériennes ont également recouru au refus de visas pour des journalistes désireux de venir en Algérie pour couvrir l'évènement. D'autres étaient contraint d'attendre des mois pour obtenir le visa, tandis que d'autres voyaient leurs demandes totalement ignorées. Florence BEAUGÉ, journaliste au quotidien Le Monde, a déclaré qu'elle a du attendre plus de six mois pour obtenir le visa. Elle a également expliqué que les journalistes qui essayent d'accéder aux sources officielles se retrouvaient le plus souvent *« face à un mur de silence »*.

III. LE PAYSAGE MÉDIATIQUE ALGÉRIEN EN QUELQUES CHIFFRES

Les chiffres officiels pour l'année 2009 de la Direction de la presse écrite au Secrétariat d'État, chargée de la communication (ex- Ministère de la communication) font état d'une forte hausse dans le nombre des publications ***(4)*** durant les deux dernières décennies, et plus particulièrement durant les dernières années. Le nombre de titres enregistrés dans ladite direction a atteint les 300, dont 79 quotidiens ayant un tirage moyen de 2,4 million d'exemplaires par jour sur un total de 2,5 million exemplaires tirés dans les différentes imprimeries du pays.

Si les hebdomadaires et les revues occupent la seconde position en nombre (68 hebdomadaires) leur tirage est très bas par rapport à celui des quotidiens.

Le tirage n'excède pas les 94,000 exemplaires par jour, le reste étant partagé entre les différents périodiques y compris la presse institutionnelle.

Le secteur privé est dominant parmi les titres de journaux et revues produits en Algérie. Le nombre de parution de journaux quotidiens s'est intensifié ces cinq dernières années, avec une légère supériorité

numérique pour les quotidiens arabophones : 40 titres contre 39 quotidiens francophones.

Le plus fort tirage dans les imprimeries reste le fait de la presse quotidienne. Cela était le cas avant les années 90 comme après les années 2000. Cependant les chiffres sont incomparables. Avant la décennie 90, 50 titres donnaient un tirage de 750 000 exemplaires par jour, dont 650 000 exemplaires pour les seuls journaux quotidiens. Aujourd'hui, le tirage des quotidiens atteint 2,4 millions exemplaires sur les 2,5 millions copies imprimées quotidiennement.

Les entreprises de l'information emploient près de 4100 journalistes, 3000 dans la presse écrite, et plus d'un millier dans l'audiovisuel. Quelques 2500 journalistes travaillent pour les revues et les journaux du secteur privé, 500 dans le secteur public, auxquels s'ajoutent 800 correspondants à travers le pays.

Les chiffres du Secrétariat d'État à la communication font état de 41 médias étrangers (TV, radios, quotidiens et agences de presse) employant des correspondants accrédités en Algérie 41 ***(5)***.

La Vice-directrice de la Presse écrite étrangère, Melle GHOZLAN Meryem, a précisé dans une déclaration de presse que seuls six quotidiens étrangers ont des correspondants qui détiennent des accréditations en Algérie ***(6)***.

Par contre, 14 agences de presse étrangères sont agréées en Algérie. Ces agences disposent d'un bureau et de correspondants qui leur permettent de diffuser l'information sur l'Algérie à travers le monde.

La représentante de la Direction des radios et télévisions étrangères au sein du Ministère de la communication donne le chiffre de 21 radios et télévisions étrangères accréditées.

A noter que les autorités algériennes ont empêché la chaine de télévision ALJAZEERA d'ouvrir un bureau en Algérie.

1. Journalistes et correspondants de presse : une situation sociale marquée par la précarité

Selon les chiffres officiels et les rapports des médias, plus de 60% des journalistes du secteur privé ont un salaire mensuel inférieur à 250 dollars, 30% d'entre eux ont un salaire mensuel situé entre 250 et 350 dollars par mois. Une très petite catégorie, moins de 10%, des journalistes disposent d'un mensuel supérieur à 350 dollars ***(7)***. Il s'agit le plus souvent de journalistes expérimentés ou assumant ces postes de responsabilité au sein des rédactions centrales des grands journaux, de la radio et de la Télévision, dont les salaires mensuels ne dépasse que rarement 1000 dollars dans la plupart des cas. Par contre, les salaires des directeurs des journaux à grand tirage sont de près de 2000 dollar par mois ***(8)***.

Ces chiffres sont révélateurs de la pauvreté et de la précarité sociale de la famille des journalistes en Algérie. L'écart flagrant entre les salaires explique la différence de vision sur la liberté entre les propriétaires des journaux soucieux d'accéder à la rente publicitaire et les journalistes empêtrés par des contraintes professionnelles et des difficultés à se conformer aux exigences éthiques de la profession dans un contexte de précarité, de répression et de harcèlement judiciaire.

Plusieurs témoignages, au sein des salles de rédactions, attestent qu'un grand nombre de journalistes algériens ne bénéficient pas de la couverture médicale.

Pour les correspondants de presse dans les différentes wilayas, circonscriptions et même des villages d'Algérie, les conditions socioprofessionnelles sont encore plus difficiles, comme l'a montré une récente étude universitaire ***(9)***. Cette enquête de terrain, sur les

correspondants de la presse écrite publique et privée, a révélé des chiffres effarants. Plus de 85 % des correspondants touchent moins de 120 dollars par mois et 75% d'entre n'ont pas de couverture médicale ou sociale. Plus de 60 % des ces correspondant admettent faire de l'autocensure de crainte des poursuites judiciaires ou des pressions de *« la mafia administrative et locale »* selon leur expression.

2. Pluralisme médiatique ou multiplication des Médias ?

En Algérie, les officiels aiment généralement se vanter et dire que la presse algérienne est la plus libre du monde arabe. Le principal argument avancé pour justifier cette assertion est l'existence de dizaines de quotidiens. Au-delà d'un débat sur les chiffres sur la base de la connaissance de la réalité de la presse et sa complexité (ou sur le fait de savoir si ces chiffres ne sont pas l'indice d'un retard de la pratique du journalisme dans le pays ***(10)***) il faut souligner que nombreux existent dans un contexte où le pouvoir détient un monopole sur l'ensemble du processus de la production du journal. Les imprimeries restent toujours sous monopole du pouvoir, la publicité publique (entreprises et institutions publiques) reste aussi un monopole du pouvoir et elle est souvent utilisée pour peser sur les politiques éditoriales des journaux.

Le pouvoir contrôle toujours la production de l'information à travers l'unique Agence de Presse sur la scène médiatique. Le verrouillage de l'accès aux sources de l'information est, par ailleurs, une des caractéristiques les plus importantes. Avec pour conséquences, une forte diffusion de rumeurs et une prédominance du commentaire au détriment de l'information et l'analyse et une absence du journalisme d'investigation.

Ces données suffisent à elles seules pour dire qu'on est face à une multiplication des médias (en nombre) et non à un pluralisme médiatique. En outre, des études de contenu des journaux privés en

Algérie seraient à même de révéler une approche uncisite et uniforme dans la couverture médiatique sur les principales questions : perception de la lutte antiterroriste, nature du pouvoir, droits de l'homme, dossier des disparitions forcées, etc.

Cette vision uniciste amène à se poser des questions : les journaux traduisent-ils la réalité des interactions dans la société ou bien reflètent-ils plus prosaïquement la réalité des réseaux économiques et des clans du pouvoir dans leurs luttes pour le partage de la rente pétrolière, la privatisation et des centres d'influences pour leurs différents réseaux ?

La presse écrite connaît effectivement une profusion de titres mais cela ne reflète pas forcement un pluralisme dans les perceptions et analyses sur les questions cruciales en Algérie.

Plutôt que de parler de journaux indépendants, il serait plus convenable de parler de journaux privés où il existe des individualités qui tentent d'exercer librement leur métier dans un cadre miné par les obstacles et les pressions. Un cadre qui ne garantit pas une pratique du métier libre, professionnelle et respectueuse de la déontologie.

De nombreux observateurs notent que la relation du président BOUTEFLIKA avec la presse écrite et audio visuelle reste distanciée, voire même médiocre pour ce qui concerne la presse écrite privée. Les institutions médiatiques officielles contrôlés par le gouvernement et soutenues sans réserve accordent toujours la primeur médiatique quotidienne à Abdelaziz BOUTEFLIKA depuis 1999. Le soutien d'environ 30 journaux, de l'agence de presse Algérie Presse Service (APS), de TV Algérienne avec trois programmes, de la radio avec ses quatre stations nationales et ses trente stations locales, le président BOUTEFLIKA est assuré de pénétrer dans tous les foyers. Ces médias n'ont pas diffusé le moindre commentaire critique à l'égard du président BOUTEFLIKA. Dans les médias, les nouvelles paraissent nettoyées et aseptisées ***(11)***.

Le Journal télévisé de 20h donne une lecture intégrale des communiqués émanant du Président et rend compte sans omission des réunions qu'il tient ainsi que des activités routinières du gouvernement.

Des sources à la télévision algérienne indiquent que le Directeur Général, HAMRAOUI Habib Chawki, récemment remplacé après dix ans de loyaux services, a ordonné aux présentateurs du JT de ne mentionner le nom d'Abdelaziz BOUTEFLIKA qu'en le précédant de l'expression *«Son Excellence»*. Il considère que ce qualificatif précisément *« le distingue des autres personnes qui ont un titre de « Président », comme les présidents des clubs sportifs ou d'associations »*.

Cependant, le chef de l'État se place au-delà de ces considérations « triviales », lui qui a décrété a propos du monopole médiatique lors de sa campagne électorale en mars 2004 que *« ce qui est à l'État doit rester à l'État»*. En réponse à des questions de journalistes sur l'éventualité d'une ouverture du secteur de l'audiovisuel, il a répliqué en colère : *« Impossible! Regardez ce qui se passe dans la presse écrite! »*.

Abdelaziz BOUTEFLIKA se sent rassuré par les médias publics, il a par contre fait preuve d'une hostilité à l'égard de la presse privée depuis son arrivée au pouvoir en 1999. Sa faute ? Avoir ressorti des éléments d'un passé qui le hante durant la guerre de libération, ses démêlées avec la Cour des comptes au début des années 80. Il n'a pas hésité à qualifier ces journaux privés de *« pipelettes de bains maures »*. Au fil des ans et notamment quand des journaux ont critiqué la politique de «réconciliation nationale», les répliques se sont faites plus acerbes et les journalistes traités de *« terroristes de la plume »* ou de *« traitres au service d'étrangers »*.

Abdelaziz BOUTEFLIKA ne supporte pas que des *« individus sans légitimité »* de le contredire ou de s'opposer à sa politique.

En 2001, il ordonne au Ministre de la Justice (l'actuel Premier Ministre Ahmed OUYAHIA) de saisir le parlement pour durcir la législation et criminaliser les délits de presse. Il avait en cela le grand soutien des partis appartenant à la coalition présidentielle: le FLN, le RND et le MSP.

Depuis, les articles 144 et 144 bis du Code pénal qui prévoient des peines de prison et de lourdes amendes sont devenus des épées de Damoclès suspendus sur les têtes de plus de 3000 journalistes et collaborateurs de presse.

Les journalistes étrangers ont également subi les effets de cette politique de fermeture, certains n'ont pu obtenir de visas de séjour. La réplique du président BOUTEFLIKA fut: *« Ces journalistes étrangers ont montré lors de précédentes visites un parti pris hostile et nuisible á l'Algérie »*.

Selon de nombreux rapports de presse, le président Abdelaziz BOUTEFLIKA, a contribué directement ou indirectement à la création de vingt journaux ***(12)***. Des journaux qui clament leur loyauté à son égard et bénéficient, en retour, de la bienveillance des autorités et engrangent des revenus de la publicité publique. Les journalistes salariés exercent ainsi leur métier sans aucune organisation qui les rassemble et avec la claire conscience d'une réduction drastique de l'espace d'expression et d'un accroissement des pressions. Les plus anciens ont la nostalgie des années 1989 à 1991. Plus personne n'attend que Abdelaziz BOUTEFLIKA tienne une conférence de presse. En dix ans de pouvoir, il n'en n'a pas éprouvé la nécessité.

IV. Le Cadre juridique de la presse algérienne

1. La Loi sur l'information 1990, Le Code pénal, le décret de l'État d'urgence

La loi algérienne relative à l'information n° 90-04 du 03 Avril 1990 est considérée comme l'une des meilleures lois en termes de consécration du pluralisme médiatique. La loi ne fait aucune référence explicite et directe au délit de diffamation et ne fixe pas les sanctions à ce délit ni ses victimes.

L'article 45 dispose que *« Toute personne ayant fait l'objet d'une information contenant des faits erronés ou des assertions malveillantes de nature à causer un préjudice moral ou matériel peut user de son droit de réponse, et/ou intenter un procès contre le directeur de l'organe et le journaliste conjointement responsables »*. ***(13)***

D'un point de vue juridique, la presse algérienne a surtout des problèmes avec le Décret relatif à l'État d'urgence imposé en Algérie depuis février 1992. Ce texte accorde de larges prérogatives aux autorités militaires et sécuritaires pour poursuivre les journalistes, imposer la censure aux journaux et suspendre les parutions sans décision judiciaire. Des dizaines de journalistes ont été ainsi arrêtés et de nombreux titres liquidés de février 1992 à ce jour.

Le Code Pénal, modifié par la loi n ° 01-09 du 26 Juin 2001, a introduit des dispositions qui criminalisent le délit de presse. L'une des plus importantes modifications concerne l'article 298 qui porte l'amende contre l'auteur du délit de diffamation à l'encontre des individus à 50 000 et à 100.000 DA pour le délit de diffamation à l'encontre des groupes en raison de leur appartenance ethnique, confessionnelle ou religieuse.

L'article 298 stipule: *«Pour une diffamation dirigée à l'encontre des individus, la condamnation est d'une peine de prison allant de cinq jours*

à six mois et d'une amende de 5000 à 50 000 DA ou de l'une des deux peines. Pour diffamation dirigée à l'encontre d'une personne ou plus appartenant à un groupe racial ou doctrinal ou une religion quelconque, la condamnation va d'une peine de prison allant d'un mois à une année et d'une amende de 10 000 à 100 000 DA ou de l'une des deux peines s'il y a une volonté d'incitation à l'intolérance entre les citoyens ou les populations ».

La particularité de ces amendements au Code pénal est de consacrer spécialement un article pour protéger le Président de la République d'une diffamation. L'article 144 bis dispose qu'est *« passible d'un emprisonnement de trois (03) mois à douze (12) mois de prison et d'une amende de 50 000 à 250 000DA ou de l'une de ces deux peines seulement, celui qui nuit au Président de la République en des termes comportant des insultes ou des injures ou de la diffamation, que ce soit par écrit …. »*.

L'article 144 bis 1 désigne les moyens par lesquels est commis le délit de diffamation ainsi que ses responsables. *« Lorsque le délit mentionné dans l'article 144 bis est commis à travers une publication, quotidienne, hebdomadaire, mensuelle ou autre, la poursuite judiciaire est engagée à l'encontre de l'auteur du délit, des responsables de la publication et de sa rédaction ainsi que contre la publication elle-même. Dans ce cas, l'auteur du délit est condamné à une peine de prison allant d'une année à trois ans et d'une amende de 100 000 à 1 000 000 DA ou à l'une des deux peines. La publication est condamnée à une amende de 500 000 à 5 000 000 DA. Les pouvoirs publics engagent automatiquement la procédure des poursuites judiciaires, et en cas de récidive, les peines de prison et d'amende précitées vont doubler »* ***(14)***.

Il ressort de cet article que le journaliste, le directeur de la publication et de la rédaction et le journal sont sanctionnés séparément

pour le même délit, chose considérée par les par les professionnels des médias comme arbitraire et répressive.

L'article 146 renforce le dispositif de sanction en soulignant que *« si l'humiliation, l'insulte ou la diffamation portées par le biais des moyens cités dans les articles 144 bis et 144 bis 1 sont dirigées à l'encontre du Parlement ou l'une de ses chambres, contre les Cours de justice ou les tribunaux, l'ANP ou toute institution publique ou tout autre corps constitué, les mêmes peines citées dans les articles précédents sont appliquées. En cas de récidive, les peines de prison et d'amende sont doublées »*

Pour information, l'amendement du Code Pénal a été approuvé par l'Assemblée Populaire Nationale le 16 Mai 2001, par 207 voix contre 113 voix défavorables. Les députés du RASSEMBLEMENT NATIONAL DÉMOCRATIQUE (RND), majoritaires à l'issue des élections législatives de 1997 jugées frauduleuses par l'opposition, en alliance avec ceux du FRONT DE LIBÉRATION NATIONALE (FLN) y ont joué un rôle majeur.

2. Le cadre juridique de la Radio et de la Télévision

Il convient de rappeler que le pouvoir détient toujours le monopole de l'information et des médias audiovisuels en Algérie. Du point de vue juridique, les institutions de la Radio et la Télévision en Algérie sont gérées par une série de décrets que nous allons citer. Ces deux institutions sont tenues, au regard de la loi, de garantir le service public, d'autant que leur financement provient principalement du Trésor Public et de l'aide de l'État.

A. L'entreprise publique de la télévision

C'est un établissement public à caractère industriel et commercial dont le cahier de charges lui impose d'assurer le service public.

Les textes règlementaires qui encadrent l'entreprise de la Télévision peuvent être classés comme suit:

- Décret exécutif n ° 86-147 du 1er Juillet 1986 portant la création de l'entreprise nationale de la Télévision Algérienne.
- Décret exécutif n ° 91-100 du 20 avril 1991, transformant l'entreprise nationale de la télévision en l'entreprise publique de la télévision.
- Décret exécutif n ° 91-101 du 20 avril 1991 relatif au cahier des charges générales.

B. L'entreprise publique de la radio

C'est un établissement public à caractère industriel et commercial avec un cahier des charges qui lui impose d'assurer le service public.

Les textes règlementaires peuvent être classés comme suit:

- Décret exécutif n ° 86-146 de Juillet 1986 portant création de l'Entreprise Nationale de la Radio Diffusion.

- Décret exécutif n ° 91-102 du 20 avril 1991, transformant l'Entreprise Nationale de la Radio en Entreprise Publique pour la Radio Diffusion.

- Décret exécutif n ° 91-103 du 20 avril 1991 relatif au cahier des charges générales.

V. LE CADRE JURIDIQUE DES ÉLECTIONS ALGÉRIENNES

L'élection présidentielle est considérée comme la plus importante en Algérie en raison des pouvoirs étendus du président. La Constitution de 1996, amendée le 15 Novembre 2008, dispose en son article 77 qu'outre les pouvoirs que lui confèrent expressément d'autres dispositions de la Constitution, le Président de la République jouit des pouvoirs et prérogatives suivants :

1- Il est le Chef suprême de toutes les Forces Armées de la République ;
2- Il est responsable de la Défense Nationale ;

3- Il arrête et conduit la politique extérieure de la Nation ;
4- Il préside le Conseil des Ministres ;
5- Il nomme le Premier Ministre et met fin à ses fonctions ;
6- Sous réserve des dispositions de l'article 87 de la Constitution, le Président de la République peut déléguer une partie de ses prérogatives au Premier Ministre à l'effet de présider les réunions du Gouvernement ;
7- Il peut nommer un ou plusieurs Vice-Premiers Ministres afin d'assister le Premier Ministre dans l'exercice de ses fonctions et met fin à leurs fonctions ;
8- Il signe les Décrets présidentiels ;
9- Il dispose du droit de grâce, du droit de remise ou de commutation des peines ;
10- Il peut, sur toute question d'importance nationale, saisir le peuple par voie de Référendum ;
11- Il conclut et ratifie les Traités Internationaux ;
12- Il décerne les décorations, distinctions et titres honorifiques d'État.

L'article 78 de la Constitution lui donne également, les pouvoirs de nomination:

1- Aux emplois et mandats prévus par la Constitution ;
2- Aux emplois civils et militaires de l'État ;
3- Aux désignations arrêtées en Conseil des Ministres ;
4- Le Président du Conseil d'État ;
5- Le Secrétaire Général du Gouvernement ;
6- Le Gouverneur de la Banque d'Algérie ;
7- Les Magistrats ;
8- Les responsables des organes de sécurité ;
9- Les Walis.

Le Président de la République nomme et rappelle les ambassadeurs et les envoyés extraordinaires de la République à l'étranger. Il reçoit les lettres de créance et de rappel des représentants diplomatiques étrangers.

L'article 124 lui accorde également le pouvoir de légiférer par ordonnance en cas de l'Assemblée Populaire Nationale ou dans les périodes d'intersession du Parlement, le Président de la République peut légiférer par ordonnance. Le Président de la République soumet les textes qu'il a promulgués par ordonnance à l'approbation de chacune des Chambres du Parlement, à sa prochaine session. Sont caduques les ordonnances non adoptées par le Parlement.

En cas d'État d'exception défini à l'article 93 de la Constitution, le Président de la République peut légiférer par ordonnances. Les ordonnances sont prises en Conseil des Ministres.

Pour le dispositif juridique qui encadre les élections présidentielles en Algérie :

L'ordonnance n°97-07 du 6 mars 1997 portant loi relative au régime électoral. Et la Constitution du 28 Novembre 1996 modifiée le 15 Novembre 2008. En plus des directives présidentielles, telle que la Directive présidentielle publiée le 07 Février 2009.

La Constitution algérienne prévoit plusieurs articles qui donnent au peuple algérien le pouvoir souverain, le pouvoir de conférer la légalité et la légitimité, et la liberté de choisir ses représentants. Parmi les articles citons :

«Le peuple est la source de tout pouvoir. La souveraineté nationale appartient exclusivement au peuple » **Art 6**

« Le peuple exerce sa souveraineté par l'intermédiaire des institutions qu'il se donne » **Art 7**

« Le peuple choisit librement ses représentants… » **Art 10**

« L'État puise sa légitimité et sa raison d'être dans la volonté du peuple… » **Art 11**

Aussi, le système électoral algérien se base sur plusieurs dispositions notamment :

- Le vote est personnel, secret et direct.
- L'âge de vote: 18 ans au jour du scrutin.
- Les listes électorales sont *permanentes* et font l'objet d'une *révision annuelle* ou exceptionnelle.
- Le scrutin de déroule en une seule journée, de huit heures du matin à dix-neuf heures.
- La date du scrutin peut êtres avancée au maximum de 72 heures pour les bureaux de vote itinérants. Pour le vote des citoyens à l'étranger, le scrutin peut être avancé de 120 heures.
- S'agissant des élections présidentielles, les citoyens résidants à l'étranger exercent leur droit de vote au sein des représentations diplomatiques et consulaires de l'Algérie du pays de leur résidence. En cas d'empêchement, ils peuvent exercer ce droit à l'aide d'une procuration auprès des mêmes bureaux.

1. Le processus électoral

- La Commission électorale communale se charge de la préparation de la liste électorale au niveau de la commune et de sa révision sous la supervision d'un juge.

- Chaque électeur a le droit d'accéder à la liste électorale sur laquelle est porté son nom (avec la possibilité de protestation ou d'objection par le biais de la justice).

- Tout citoyen a le droit de consulter ces listes, des copies peuvent êtres obtenues par les représentants légaux des partis politiques et les candidats indépendants.

- Le bureau du vote est composé d'un président, d'un vice-président, d'un secrétaire et de deux assesseurs.

- La nomination des membres du bureau du vote se fait parmi les résidents de la wilaya (département). Les candidats ou leurs représentants ont la possibilité de s'opposer à la composition des listes des membres des bureaux de vote.

Dans le cas où les contestations sont retenues, la liste des membres du bureau de vote peut être modifiée.

A. Au cours du scrutin

- le vote est personnel et secret.
- le vote de chaque électeur est constaté par sa signature.
- les candidats ou leurs représentants ont le droit d'assister aux opérations de vote.

B. Après le scrutin

- Le dépouillement ait lieu en public et immédiatement après la clôture du scrutin, en présence des membres du bureau, des délégués des candidats et des électeurs inscrits dans le même bureau de vote. Il est effectué par des scrutateurs désignés par le bureau parmi les électeurs présents et, à défaut d'un nombre suffisant, par le bureau de vote.
- Un procès-verbal est rédigé par le secrétaire, dans chaque bureau de vote, en deux exemplaires, et signé par les membres du bureau et les délégués des candidats s'il y en a.
- Chaque candidat ou son représentant légal a le droit d'exprimer un recours quant à la validité de l'opération de vote, et cela en inscrivant sa protestation dans le PV établit à l'intérieur du bureau du vote.
- Aviser immédiatement le Conseil constitutionnel de la protestation par télégraphe suite à la protestation.
- Une copie conforme du PV est donnée immédiatement aux représentants de chaque candidat.
- La commission électorale communale entame l'opération de décompte des résultats des élections au niveau de la commune en présence des représentants des candidats.

C. *Le calendrier électoral*

Les dispositions de l'ordonnance n°97-07 du 6 mars 1997 portant loi relative au régime électoral détermine le calendrier électoral comme suit:

C.1. L'opération de retrait des formulaires pour le recueil des signatures

- Début de l'opération: Jeudi 8 Janvier 2009.
- La fin de l'opération: Lundi 23 Février 2009.

C.2. Convocation du corps électoral

Le corps électoral est convoqué par décret présidentiel avant soixante (60) jours de la date du scrutin, soit le Samedi 7 Février 2009.

C.3. Révision exceptionnel des listes électorales

L'opération s'étend sur une durée de dix (10) jours, elle s'est tenue du mardi 10 février 10 au jeudi 19 février 2009.

C.4.Recours administratifs

La période des réclamations en inscription ou en radiation des listes électorales auprès de la commission administrative, est de huit (8) jours, la date du jeudi 26 février 2009 était le dernier délai *(Article 24, paragraphe 1)*.

C.5.Recours judiciaires

Des recours relatifs à l'inscription ou à la radiation peuvent êtres déposés devant la juridiction administrative compétente dans les huit (8) jours francs à compter de la date de notification *(Article 25).*
Le recours est formulé par simple déclaration devant la juridiction administrative compétente qui statue par décision dans un délai maximal de dix (10) jours francs *(Article 25).*

D. Période de dépôt des candidatures et leur validation par le Conseil Constitutionnel

D.1. La déclaration de candidature est déposée devant le Conseil Constitutionnel au plus tard dans les quinze (15) jours qui suivent la publication du décret présidentiel, portant convocation du corps électoral *(Article 158)*. Pour ces élections le dernier délai était le lundi, 23 février 2009.

D.2. le Conseil Constitutionnel statue sur la validité des candidatures à la Présidence de la république par décision dans un délai de dix (10) jours francs à compter de la date de dépôt des déclarations de candidatures *(Article 158 bis)*.

D.3. La décision de rejet est immédiatement notifiée à l'intéressé *(Article 158 bis)*.

E. Le processus électoral

E.1. Période de délibération des procurations

La période d'établissement des procurations débute le second samedi qui suit la date de convocation du corps électoral et prend fin trois (03) jours francs avant la date du scrutin *(Article 67)*, qui commence le samedi 21 février 2009 et se termine le dimanche 5 avril 2009.

Quant aux ressortissants algériens résidant à l'étranger, la période d'établissement des procurations commence le samedi 21 février 2009 et se termine le mardi 31 mars 2009.

E.2. La période de la campagne électorale

La campagne électorale est déclarée ouverte vingt et un (21) jours avant la date du scrutin. Elle s'achève deux (02) jours avant la date du scrutin *(Article 172)*. Donc du jeudi 19 mars 2009 au lundi 6 avril 2009.

E.3. L'opération de vote

3.1- Concernant le vote de la communauté algérienne résidente à l'étranger, c'est cent vingt (120) heures avant le jour du scrutin Art 34, c'est à dire le samedi 4 avril 2009.

3.2- S'agissant des bureaux de vote itinérant, c'est soixante-douze (72) heures avant le jour du scrutin *(Article 34)*, c'est à dire le lundi 6 avril 2009.

3.3- Pour ce qui concerne les bureaux de vote ordinaires, le scrutin était le jeudi 9 avril 2009.

Les Walis ont la possibilité, après l'autorisation du Ministre de l'intérieur, d'avancer la date d'ouverture des bureaux de vote (Article 34), ou de prolonger l'heure de fermeture des bureaux *(Article 133)*.

E.4. L'opération de dépouillement

Le dépouillement suit immédiatement la clôture de scrutin. Il est conduit sans désemparer jusqu'à son achèvement complet *(Article 53)*.

E.5 - Les procès-verbaux

5-1 Dans chaque bureau de vote, les résultats de l'élection du Président de la République sont consignés dans un procès-verbal rédigé en double exemplaire sur des formulaires spéciaux.

La commission électorale communale procède au recensement des résultats obtenus au niveau communal, qu'elle consigne dans un procès-verbal en triple exemplaire dont l'un est transmis immédiatement à la commission électorale de wilaya et ce, en présence des représentants des candidats.

5-2 - La commission électorale de wilaya est chargée de centralise les résultats des communes de la wilaya, de procéder au recensement général des votes et de constater les résultats à l'élection du Président de la république *(Article 165, paragraphe 1)*.

5-3- Les travaux de la commission doivent être achevés le lendemain du Scrutin, à douze (12) heures *(Article 165, paragraphe 2)*.

5-4 - La commission électorale de wilaya et la commission électorale chargée du vote des algériens résidant à l'étranger doivent transmet aussitôt les procès-verbaux correspondants, sous plis scellés au Conseil Constitutionnel *(Article 165, paragraphe 4)*.

E.6. Le recours pour la validité de la procédure de vote

Tout candidat ou son représentant dûment mandaté dans le cas d'élections présidentielles, ont le droit de contester la régularité des opérations de vote en faisant mentionner leur réclamation sur le procès-verbal disponible dans le bureau de vote *(Article 166)*.

E.7. Déclaration des résultats par le Conseil Constitutionnel

Le Conseil Constitutionnel proclame les résultats définitifs de l'élection présidentielle au plus tard dans les dix (10) jours de la date de la réception des procès-verbaux des commissions électorales de wilaya et la commission électorale chargée du vote des algériens résidant à l'étranger, ce qui correspond au 20 avril 2009 *(Article 167)*.

E.8. La possibilité d'un second tour

8-1- Le Conseil constitutionnel proclame les résultats du premier tour et désigne les deux (02) candidats appelés à participer au deuxième tour, le cas échéant.

8-2 – La date du deuxième tour du scrutin est fixée au quinzième (15ème) jour après la proclamation des résultats du premier tour par le Conseil constitutionnel. La durée maximale entre le premier et le deuxième tour ne doit pas dépasser trente (30) jours.

E.9. La période d'une campagne pour le second tour

La campagne électorale des candidats au deuxième tour est ouverte douze (12) jours avant la date du scrutin et s'achève deux (02) jours avant la date du scrutin.

E.10. L'annonce des résultats du second tour

Le Conseil Constitutionnel annonce les résultats définitifs du second tour dans un délai maximum de dix (10) jours à compter de la date de réception des PV des commissions électorales *(Article 167)*.

2. Le corps électoral

A - Avant la révision: 19.597.239 électeurs, dont 927.947 électeurs représentant la communauté vivant à l'étranger.

- nouvellement enregistrés: 1.684.014
- radier de la liste: 685.570

B - Après la révision: 20.595.683 électeurs, dont 941.455 électeurs inscrits à l'étranger ***(15)***.

3. Les résultats définitifs de l'élection présidentielle, tels qu'annoncés par le Conseil Constitutionnel

- Les électeurs inscrits: 20.595.683
- Les votants: 15.356.024
- Taux de participation: 74.56%
- Le nombre de bulletins nuls: 925.771
- Suffrages exprimés: 14.430.253

Les voix obtenues par chaque candidat, par ordre décroissant:

1 - M. Abdelaziz BOUTEFLIKA: 13.019.787
2 - Mme Louisa HANOUNE: 649.632
3 - M. Moussa TOUATI: 294.411
4 - M. Mohamed Djahid YOUNSI : 208.549
5 - M. Oubelaïd MOHAND-OUSSAÏD : 133.315
6 - M. Ali Fawzi REBAINE : 124.559

4. La campagne médiatique

Les lois régissant les élections en Algérie garantissent l'égalité des chances et de traitement pour les candidats aux élections présidentielles, et cela afin de leur permettre de présenter leurs programmes aux électeurs pendant la campagne électorale, de même que le droit d'accès aux médias, de la télévision, à la radio et autres moyens de publicité telles que les affiches publicitaires, et l'organisation de meeting publiques et autres activités.

Les temps d'antenne à la radio et à la télévision de la campagne médiatique hors les informations, ont été alloués par un tirage au sort organisé par la commission nationale de surveillance des élections présidentielles du 9 avril 2009.

A. Détermination des interventions des candidats à l'élection présidentielle à la télévision et la radio nationale

A eu lieu le 15 mars2009 au siège de la commission politique national de surveillance des élections présidentielles à Alger un tirage au sort visant à déterminer l'agenda des interventions des six candidats aux élections ou de leurs représentants à la radio et à la télévision nationales pendant la campagne électorale.

Le déroulement de cette opération était sous la présidence de M. Mohamed TEGUIA, président de la commission politique national de surveillance des élections présidentielles, et en présence de ses membres et des représentants des candidats et des partis politiques qui ont accepté de siéger au sein de cette commission. L'opération consistait à répartir les unités de temps dans les horaires du programme qui précède les journaux de l'information diffusés à la télévision et dans les radios nationales, et cela tout au long de la durée de la campagne électorale qui a commencé le jeudi 19 mars et s'est terminée le lundi 6 avril 2009.
Il convient de mentionner que le tableau des horaires a consacré le principe de l'égalité entre les six candidats en termes de nombre

d'unités. Et a permis à chaque candidat de disposer de trois (3) unités de temps par jour, la durée de l'unité et de 5 minutes avant chaque diffusion d'un journal principal à la télévision et à la radio nationale.

En ce qui concerne la télévision, les candidats et leurs représentants vont apparaître devant les téléspectateurs trois fois par jour et cela tout au long de la campagne électorale. Avant la diffusion du journal de treize heures (à partir de 12 h et 20 min à 12h et 50 min) et avant celui de dix huit heures (de 17 h et 20 min à 17h et 50 min) et en fin, avant le journal principal du vingt heures (entre 19 heures et 20 min à 19 h et 50 min).

Pour la radio et ses trois chaînes ; la chaîne Une émise en langue arabe, la chaîne Deux en langue tamazight et la chaîne Trois qui émis en langue française, les candidats interviennent avant les principaux bulletins d'informations de la journée, pour une durée totale de 30 minutes pour les six candidats.

Les candidats se succéderont sur les ondes de la chaîne1 durant trois phases durant toute la campagne et avant les bulletins d'information de sept heures du matin (de 6 h et 25 min à 6 h et 55 min), avant la diffusion du journal de treize heures (de 12 h et 25min à 12h et 55 min) à l'exception du jour du vendredi (11 h et 30min à 12 h00), et avant la diffusion du journal du soir à compter de (18 h et 55 min à 19 h 25 min).
En ce qui concerne la chaîne2 émise en langue amazigh, les candidats pouvaient présenter leurs programmes avant la diffusion du journal de sept heures du matin à compter (de 6 h et 25 min à 6 h et 55min) et avant le journal de treize heures soit entre (12 h et 25 min et 12 h 55min) tous les jours sauf le vendredi de (11 h et 55 min à 12 h et 25 min), ainsi que avant la diffusion du journal de du soir (18 h et 55 min à 19 h et 25 min).
Quant à la chaîne3, la répartition des horaires en trois plages horaires: avant la diffusion du bulletin d'information de sept heures du matin (de 6

h et 25min à 6 h et 55 min) et avant le bulletin de midi (de 11 h et 55 min à 12 h et 25min) et avant celui du soir (18 h et 25 min à 18 h et 55m).

Ainsi avant d'effectuer le tirage au sort, il a été convenu par les membres de la commission politique nationale de surveillance des élections qu'il était possible aux représentants des candidats de choisir l'unité de temps, ou deux unités seulement à chaque fois.

B. L'emplacement des annonces

L'affichage des portraits de candidats a lieu dans les endroits désignés au niveau de toutes les communes comme suit:

- 10 affiches pour les communes dont la population est égale ou inférieure à 20000 habitants.
- 16 affiches pour les communs dont la population est estimée entre 20.001 à 40.000 habitants.
- 24 affiches pour les municipalités dont la population est estimée entre 40.001 et 100.000 habitants.
- 30 affiches pour les municipalités dont la population est estimée entre 100.001 et 180.000 habitants.
- Un seul site pour 10.000 habitants dans des communes de plus de 180.000 habitants.

Plusieurs candidats se sont plaints du phénomène du non respect par le Président candidat Abdelaziz BOUTEFLIKA des sites déterminés pour l'affichage. Chose constatée dans toutes les régions de la République, où des portraits géants de BOUTEFLIKA ont étaient affichés dans des sites non prévus à cet effet. Les autres candidats ont déposées des plaintes auprès de la Commission de surveillance des élections qui **(16)**, en dépit de l'illégalité manifeste de ces pratiques, n'a pris aucune mesure.

Chapitre troisième
LE RÉSULTAT DU MONITORING

I. TABLEAUX DE LA SUPERFICIE GLOBALE ÉTUDIÉE SUR LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

Il faut noter, en préalable, que notre analyse des chiffres sera basée sur une méthodologie qui soulève des questionnements tout en évitant de porter des jugements. Nous veilleront à nous référer aux acteurs politiques et aux acteurs des médias pour l'analyse de ces données.

Il convient de noter à l'amorce de l'analyse que la surface totale de la couverture de la campagne électorale dans la presse écrite traitée dans ce rapport est estimée à 402 952,94 cm². La presse écrite publique occupe une place prépondérante et cela tient au fait que cette presse suit l'agenda du gouvernement. Alors que ces titres ne représentent que le tiers de l'échantillon, ils occupent la première place en termes de surface consacrée à la campagne comparativement aux journaux privés objets de cette étude.

Ainsi, les deux tableaux suivants illustrent cette réalité :

Tableau 01: Données de Monitoring sur la surface totale de la campagne électorale dans la presse écrite (cm²)

Fréquence de l'unité des médias	**14 184**
Moyenne de la surface	**28,4090**
Surface Totale	**402 952,94**

Tableau 02: Classification des contenus de presse écrite selon les statuts (Publique/Privée)

Presse publique	**51,42 %**
Presse privée	**48,58 %**

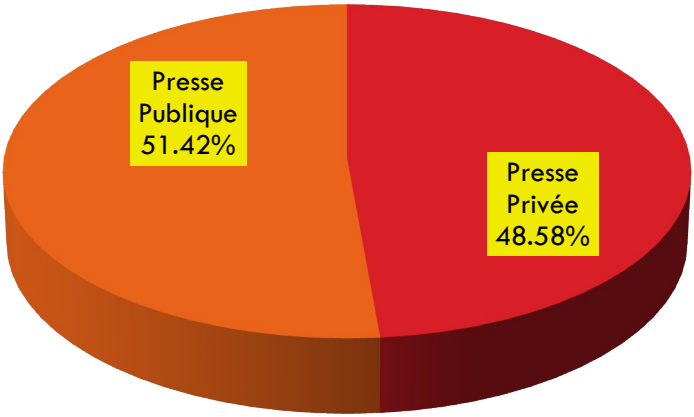
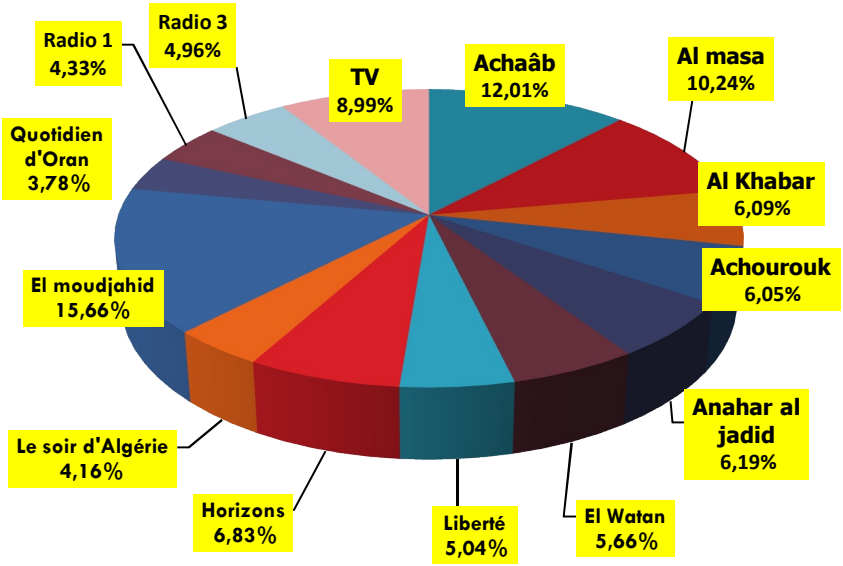


Tableau 03: Données chiffrées sur le contenu des Médias étudiés



Loin de toute analyse qualitative, une simple lecture de l'analyse quantitative révèle l'évidence du parti pris des médias (presse écrite, télévision et radios) en faveur du candidat Abdelaziz BOUTEFLIKA aux dépens des autres candidats.

Ces chiffres montre très clairement une focalisation totale des médias publics, presse écrite ou audiovisuelle, sur l'évènement. Le tableau n°3 montre que les quatre journaux publics occupent la première place en termes de surface consacrée à la couverture de la campagne, avec un taux de 44,74%. Le journal « El Moudjahid » occupe le premier rang avec 15,66%. Ces taux élevés reflètent également la grande coordination entre les Ministères de la Communication et de l'Intérieur et les Directeurs des médias publics. Ces médias publics ont été chargés de

mener de larges campagnes d'information dans le but de convaincre les électeurs de la nécessité de se rendre aux urnes. Cela s'est traduit par la diffusion fréquente de spots télévisés et radiophoniques établissant un lien entre le vote et l'amour et la défense de la patrie.

La surface qui lui est consacrée dans la presse écrite, publique et privée, est illustrée dans le tableau suivant:

Tableau 04: Surface totale allouée pour les acteurs politiques dans la presse écrite (cm²)

	Surface Moyenne	Surface Totale
COMMISSION DE SURVEILLANCE DES ÉLECTIONS	36,4899	**43 350,01**
GOUVERNEMENT	28,1077	**86 403,11**
Abdelaziz BOUTEFLIKA – Président	32,1966	**26 304,62**
Abdelaziz BOUTEFLIKA – Candidat	33,9180	**20 6187,23**
Louiza HANOUNE	30,8867	**59 765,74**
Moussa TOUATI	20,9084	**35 553,30**
Faouzi REBAINE	32,6843	**50 399,22**
Djahid YOUNSI	22,2799	**36 271,63**
Oubelaïd MOHAND SAÏD	21,6622	**31 800,12**
Abstentionnistes	26,8115	**20912,99**

II. La part consacrée au seul candidat Bouteflika équivaut à celle de tous les autres candidats réunis

1. La surface allouée à chaque acteur politique

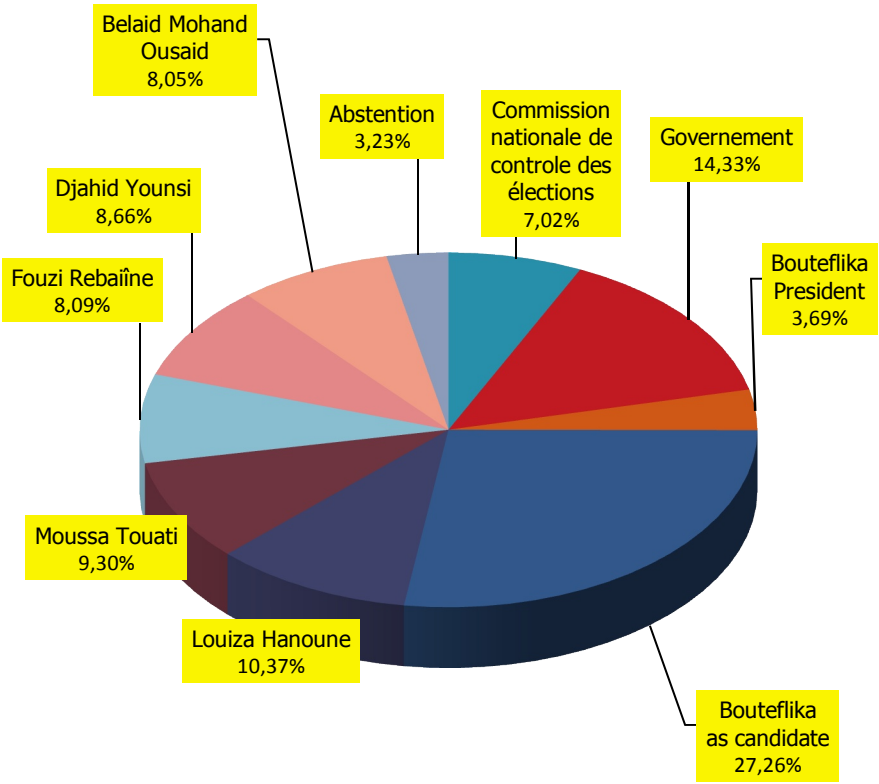
Le tableau fait ressortir la prédominance des activités du candidat BOUTEFLIKA dans la presse écrite. A travers un calcul simple, on constate que la surface totale consacrée par la presse écrite à l'ensemble des autres candidats est quasiment égale à celle dévolue au seul candidat BOUTEFLIKA. La surface totale de ces candidats est estimée 213 788 cm² contre 206 187cm² pour le candidat Abdelaziz BOUTEFLIKA. Cela est suffisant pour montrer l'accaparement par ce dernier de la plupart des espaces dans les journaux privés et publics. En additionnant la surface consacrée à BOUTEFLIKA, le candidat, avec BOUTEFLIKA, le président, on arrive à 232 491 cm², soit une surface supérieure de 18 703 cm² à celle des autres à celle des autres candidats réunis.

Si l'on additionne à la surface occupée dans la presse écrite par BOUTEFLIKA candidat et président, celles consacrées au Gouvernement et à la Commission de surveillance des élections, on arrive à un résultat d'environ 366 244 cm². Cette additionnement est fondé puisque ces personnes et institutions étaient plus ou moins en campagne pour le maintien du Président BOUTEFLIKA au pouvoir. Ils ne l'ont d'ailleurs pas caché en multipliant les déclarations sur les « *réalisations de Son Excellence ».* Tous les moyens ont été utilisés à cette fin y compris les mosquées et les discours nationalistes et populistes.

Au cours des derniers jours de la campagne, la presse a également couvert des visites de terrain de ministres qui ont inauguré, pour l'occasion, ce qu'ils appellent des réalisations du Président au cours de la dernière décennie. Ils ont également couvert les activités de ministres,

notamment celui de la Solidarité Nationale, qui a distribué, pour l'occasion de la campagne, de l'aide aux catégories marginalisées.

Table 05: Pourcentages des surfaces occupées par les acteurs politiques



En termes de pourcentage de chaque candidat, le constat d'une totale domination du président BOUTEFLIKA, particulièrement dans la presse écrite, apparaît de manière encore plus claire. Il affiche une présence de 27,26% alors que le candidat les plus avantagés de la campagne, en l'occurrence Louisa HANOUNE, candidate du PARTI DES TRAVAILLEURS, n'a que

10,37%, et celles des autres candidats varient et se situent entre 08,05% et 09,30%.

Ces chiffres sont encore plus significatifs quand on sait que les journalistes qui ont couvert la campagne du président Abdelaziz BOUTEFLIKA ont été les mêmes, du début à la fin, contrairement aux autres candidats. Ces journalistes ont été désignés par leurs journaux en qualité d'envoyés spéciaux, chargés de couvrir la campagne électorale de BOUTEFLIKA. Ils ont donc accompagné le Président dans toutes ses tournées à bord de son avion présidentiel spécial, chose qui n'était possible pour les autres candidats dont les activités ont été couvertes par les correspondants de presse et non des rédactions centrales. La question a son importance. Il y a en effet un consensus sur le fait qu'il existe un « gap » important entre la formation des journalistes des rédactions centrales, qui sont spécialisés dans la couverture des activités politiques, et des correspondants locaux qui peuvent passer de la couverture d'un match de football ou d'un concert de musique à des faits plus spectaculaires ou un rassemblement électoral. En outre, dans la plupart des cas, ces correspondants ne sont pas des journalistes de profession et travaillent dans l'enseignement ou dans les administrations locales ***(17)***.

La part consacrée à ceux qui ont appelé au boycott des élections ne dépasse pas 3,2% de la surface globale. La surface totale consacrée dans la presse par la presse écrite aux partis politiques qui ont préconisé le au boycott des élections, ne dépasse pas 20 912 cm². Une surface qui ne se compare même pas avec la surface consacrée au plus mal loti des candidats, Oubelaïd MOHAND-OUSSAÏD (31 800 cm²). Cela signifie que les partis de l'opposition incarnés par le FRONT DES FORCES SOCIALISTES(FFS), le RASSEMBLEMENT POUR LA CULTURE ET LA DÉMOCRATIE(RCD), le MOUVEMENT ENNAHDHA et d'autres, se classent au dernier rang en terme de surface consacrée la renaissance et autres, sont au dernier rang, avec une

surface couverture dans la presse écrite inférieure de 11 000 cm² à celle du candidat *Oubelaïd MOHAND*-OUSSAÏD.

2. Campagne groupée contre le boycott: « Les opposants, des corrupteurs sur terre »

Dans une attitude non professionnelle et par une violation manifeste des règles de la pratique journalistique, de nombreux journaux ont ouvert leurs colonnes à des attaques incendiaires contre ceux qui ont prôné le boycott, sans pour autant permettre à ces derniers de défendre leur point de vue. Tous les moyens ont été mis en œuvre contre les « boycotteurs » que ce soit sur le registre de religion, du nationalisme et des symboles de l'État. A titre d'exemple, la religion a été instrumentalisée de manière spectaculaire dans la campagne. La presse écrite publique et nombre de titres privés ont ainsi accordé une grande importance aux interventions du ministre des Affaires religieuses et certains «Cheikhs » de l'intérieur ou de l'extérieur. C'est le cas des propos du Ministre des Affaires Religieuses Bouabdallah GHULAM ALLAH (membre dirigeant du parti du Premier Ministre, le RASSEMBLEMENT NATIONALE DÉMOCRATIQUE (RND)) qui a réuni les Imams des 15000 mosquées d'Algérie et leur a envoyé une instruction leur ordonnant de mobiliser les fidèles contre les boycotteurs. *« La campagne de boycott est une action jahélienne (pré-musulmane et dans le contexte « antimusulmane – NDLR) éloignée des buts et des objectifs fondamentaux prônés par l'Islam »*. Toujours sur le même registre, il a poursuivi : *« L'abstention du citoyen dans son droit de choisir le premier magistrat du pays et son refus d'accomplir ce devoir juridique et « religieux », est semblable à celui qui est mort dans la période Jahélienne qui a précédée l'avènement de l'Islam »*. Le ministre a même argué d'un hadith du prophète considérant *« celui qui est mort sans prêter allégeance meurt dans la Jahiliya »* ***(18)***. Le même ministre a décrété que l'appel au boycott était un appel à la corruption déperdition. Aux imams, et dans une pression claire, il déclare que *« l'Imam qui ne*

sert pas les politiques de l'État algérien n'a pas sa place dans les mosquées prises en charge par la République ».

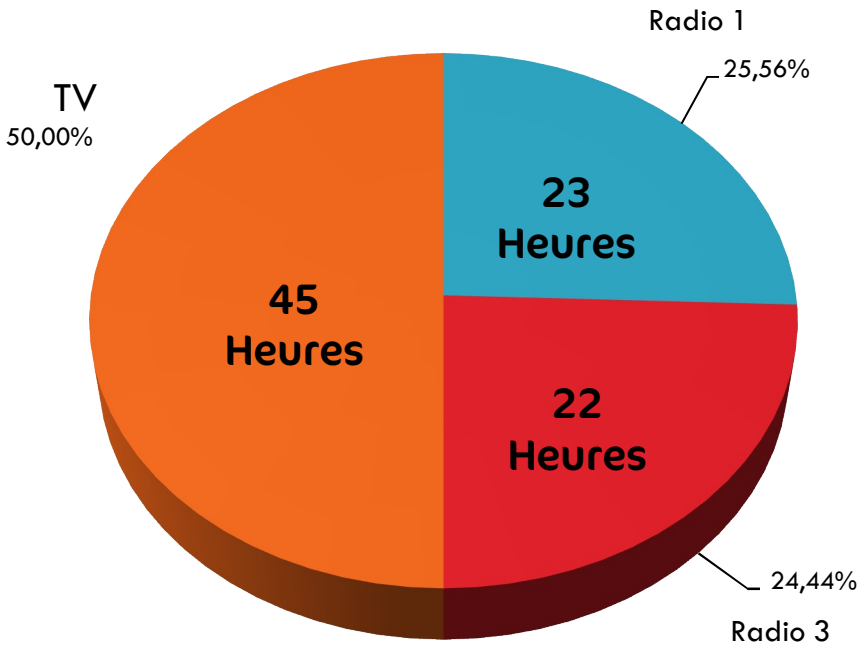
Selon lui, *« la mosquée est une institution d'État comme le tribunal, l'Université et la Radio, et en sa qualité d'institution sociale, elle doit répondre aux besoins de la société et cela n'a de sens que dans un État fort qui lui impose l'autorité de l'ordre et de la loi »* ***(19)***.

Outre les sorties du Ministre des Affaires Religieuses, il a été a fait appel à de nombreux Imams et Cheikhs pour donner un caractère d'obligation religieuse à la participation des citoyens aux élections. Un communiqué du Cheikh Abu Bakr JABIR ELDJAZAÎRI ***(20)*** a bénéficié d'une large diffusion dans les colonnes de plusieurs journaux ***(21)***. Lesquels n'ont pas hésité à publier le texte in-extenso dans des pages spéciales sous le label de « Document». Cette lettre est parvenue durant la deuxième semaine de la campagne, le 26 mars précisément.

Dans cette lettre on pouvait lire : *« Ô Peuple, notre pays l'Algérie, défendu par vos aïeux et vos pères et pour lequel 1,5 millions de martyrs se sont sacrifiés, attend que vous soyez au rendez-vous, pour montrer aux amis avant les ennemis, que le peuple algérien est uni ; qu'il est au coté de ses dirigeants afin que la prospérité et la sécurité et la stabilité se généralisent ; je dis qu'il faut que vous soyez au rendez-vous, c'est-à-dire le jour des élections présidentielles, que vous démontriez votre attachement à votre pays et que vous choisissiez les dirigeants qui servent le pays et les hommes »* ***(22)***. Le Cheikh a décrété en une fatwa, l'obligation religieuse de l'élection : *« Je t'invite ô noble peuple à participer massivement aux prochaines élections présidentielles. Cette participation est un droit et un devoir pour chaque membre du peuple algérien. Je suis convaincu que nos frères en Algérie en sont conscients et qu'ils sont prêts à accomplir ce devoir »* ***(23)***.

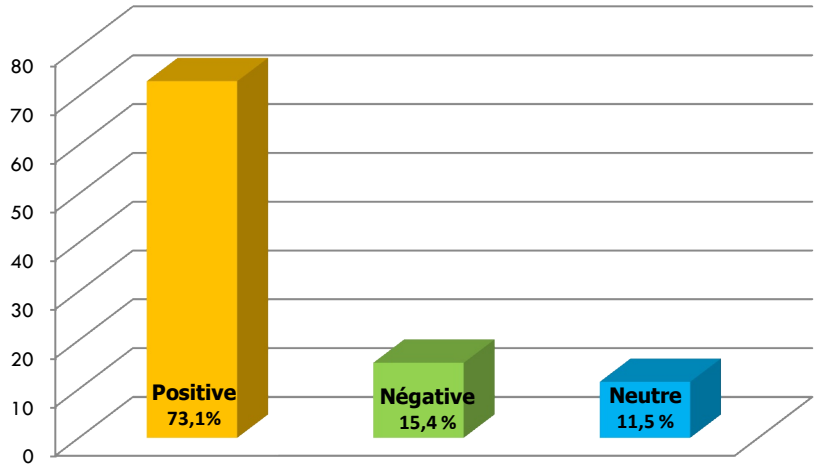
Pendant des jours, les journaux ont assuré un suivi du contenu de ce message. Le 7 avril ***(24)***, des journaux ont titré : *« En réponse à l'appel du savant Abou Bakr JABIR ELDJAZAÎRI: plus de 1000 repentis clament leur soutien au candidat BOUTEFLIKA»* ***(25)***.

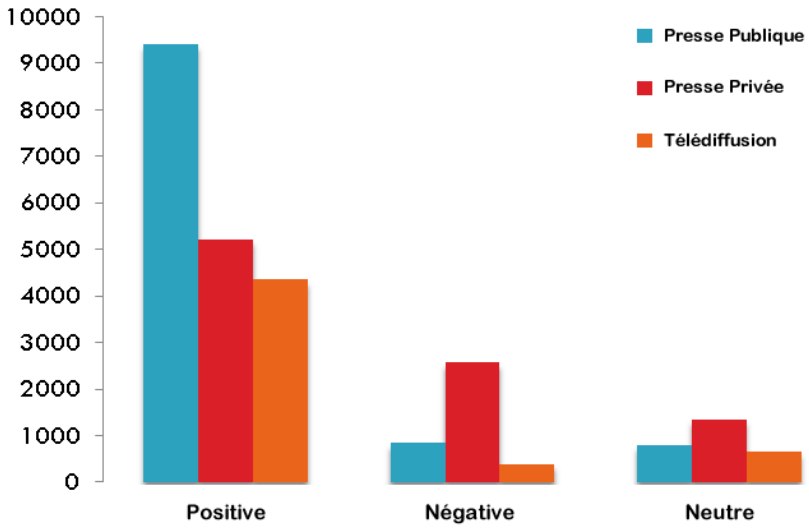
Tableau 06: La répartition du temps dans les médias de radiodiffusion



III. LES ORIENTATIONS DE LA COUVERTURE DES MOYENS D'INFORMATION

Tableau 07: Tendances des médias pendant la campagne électorale





1. 88,5% de la matière informative n'est pas d'orientation neutre

L'analyse quantitative des tendances de la matière médiatique traitée montre que 88,5% est dépourvue de neutralité. On note que 73,11% de la matière était de tonalité positive, 15,4% à tonalité négative alors que l'orientation neutre n'excède pas 11,5%.

Malheureusement, les chiffres révèlent un manque évident de professionnalisme, de respect de l'éthique, des exigences d'intégrité qui s'imposent aux journalises en période électorale. Les journalistes ont la grande responsabilité durant les périodes électorales de garantir l'égalité des chances entre tous les candidats en fournissant autant d'informations que possible sur chaque acteurs et sans parti. Les spécialistes en couverture médiatique des élections relèvent que le journaliste, spécialement durant ces périodes, est tenu par le respect des règles qui suivent :

A. La précision

Obtenir des informations correctes est l'un des plus importants fondements de la presse. La transmission de l'information doit être précise et juste, que ce soit les noms des candidats ou leurs déclarations. La description (du nombre de personnes, des lieux et des faits) doit également être précise. Les élections mettent les candidats et les électeurs sur le registre de l'émotionnel. Ce fait nécessite donc de la prudence dans la transmission des déclarations et de mettre en évidence leurs significations selon leur contexte afin d'éviter des vérités tronquées et incomplètes.

B. La neutralité (le juste équilibre)

Une bonne presse insiste sur l'importance de l'objectivité et de l'impartialité. Pour y parvenir, le bon journaliste œuvre à construire des articles équilibrés où les points de vue des parties sont inclus dans l'article. Lorsqu'un candidat lance des accusations ou fait des promesses

politiques, le bon journaliste œuvrera à insérer dans son article des avis opposés afin d'en garantir l'objectivité et l'impartialité. La recherche des points de vue différents écarte le spectre de la partialité. Il est également nécessaire que l'article soit juste et équitable. Il peut ainsi mettre en relief un candidat plutôt qu'un autre sur thème en particulier eu égard à l'importance de ses déclarations et de ses actions qui s'y rapportent. Il pourra en faire de même avec un autre candidat dans d'autres contextes. Le juste équilibre dans les articles exige de grands efforts mais il est une nécessité fondamentale pour le travail journalistique. Il y a nécessairement au moins deux visions différentes pour chaque information. Cela nécessite que les journalistes, y compris ceux qui travaillent dans un média soutenant un parti politique donné, s'astreignent à l'impartialité et l'équilibre dans la transmission des informations.

Il revient ainsi aux journalistes travaillant dans les médias publics d'également couvrir les activités des partis de l'opposition. C'est ce qu'on appelle un travail journalistique équilibré. De plus, il importe que la presse, privée ou publique, sépare clairement les commentaires des opinions politiques et les informations. Il n'y a pas beaucoup d'électeurs qui dévoilent leurs opinions à des journalistes qui expriment les positions d'un parti politique particulier. Les électeurs, qui ne font pas confiance aux journalistes, ont tendance à ne pas être sincères et à leur dire ce qu'ils souhaitent entendre.

Une autre signification de la notion de neutralité consiste en la non-appartenance du journaliste à un parti ou à un groupe politique. Quand un journaliste est connu pour son activité politique, ses articles sont biaisés même s'ils sont parfaitement objectifs et équilibrés. Le journaliste ne mène pas non plus campagne au profit d'un candidat X, ne reçoit pas une aide financière ou autre d'un parti politique particulier et n'accepte pas les présents d'un des partis.

C. *La responsabilité*

La responsabilité des journalistes est grande envers les émetteurs d'informations ainsi que qu'envers ceux qui les reçoivent. Les journalistes doivent protéger leurs sources d'information quand ils se sont engagés à les couvrir. Les gens ne divulguent pas des informations sur la corruption politique s'ils craignent que leur identité soit révélée. Les journalistes sérieux n'utilisent que des moyens éthiques pour obtenir des informations. Leur travail doit se conformer aux normes universelles du métier de journalisme.

Ces normes, on a pu le constater à travers cette opération de monitoring, ont été ignorées par la majorité des médias concernés par cette étude. Mais cette violation des règles est variable. Il convient de souligner que la presse privée, en dépit des pressions et des insuffisances en matière de formation des journalistes et des correspondants, était beaucoup plus neutre et moins partiale. La presse publique écrite vient en seconde position. La télévision et la radio ont été les plus partiales et les moins neutres. Nous reviendrons sur le rôle de la radio et la télévision à travers l'analyse qualitative.

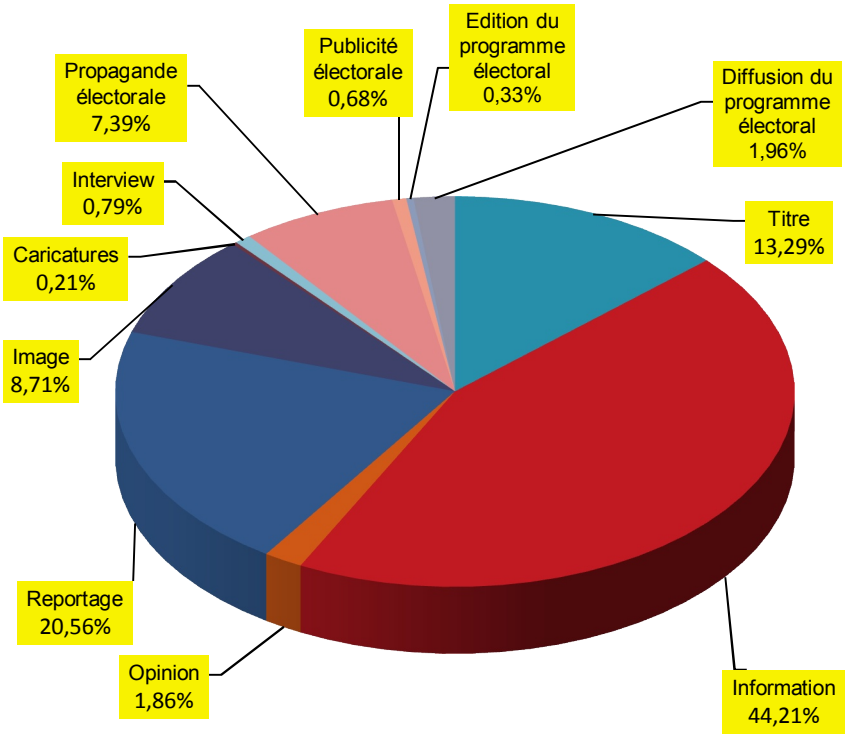
L'analyse de ce phénomène de partialité et d'absence de neutralité renvoie à des facteurs déjà évoqués : pressions sur les journalistes, marges de liberté réduites, notamment par des facteurs historiques d'une presse algérienne fortement liées aux des luttes politiques ***(26)***.

2. Seules 02,29% de la matière médiatique se rapporte aux programmes des candidats

Le plus remarquable dans l'analyse des données relatives aux genres journalistiques adoptés par les moyens d'information étudiés est l'absence de genres journalistes qui incitent le lecteur ou le téléspectateur ou l'auditeur à chercher le maximum d'informations afin de pouvoir se faire une idée sur ce qui peut différencie les candidats. Les

interviews, en tant que genre journalistique important pour l'évocation et la discussion d'un programme, ne représente que 0,79%.

La diffusion et la publication des programmes électoraux n'ont pas dépassé les 2,29%. Un taux très faible alors que la bataille électorale est censé opposer des programmes de prime abord. Cette faiblesse n'est pas imputable à la presse seule car le poids des candidats et leurs stratégies électorales y sont pour beaucoup. Les observateurs de la campagne ont constatés que les candidats avaient pour principal souci d'inciter à la participation au scrutin et non d'ouvrir le débat sur la gestion de la cité.



La réduction de la marge de liberté de la presse apparaît également dans le fait que les genres journalistiques liés aux opinions n'apparaissent que faiblement avec un taux de 1,86%. Ce taux montre, dans une certaine mesure, une capacité des *« gardiens de la porte »*,

selon le langage de la sociologie de la communication de masse (directeur de rédaction, rédacteurs en chefs, chef de rubriques et les divers groupes ayant le pouvoir de fermer ou d'ouvrir les vannes aux informations et aux opinions), à garantir une couverture médiatique qui ne dérange pas les tenants de l'ordre établi.

Une situation déterminée d'une part par la structure politique de l'institution de la presse algérienne et d'autre part par sa structure économique soumise aux pressions de la publicité et du fisc, sans omettre les pressions sécuritaires ***(27)***.

Le journal El Khabar a titré à la une *« Les renseignements généraux de coopérant de presse à son propriétaire »* ***(28)*** dans une évocation de l'interférence de ces services dans le travail des journalistes. Chose confirmée par le Directeur de la publication, Chérif REZKI, qui a relevé *« une détérioration de l'état des libertés en Algérie ces dernières années, notamment depuis l'élection de 2004 … »* ***(29)***.

Cette régression qui rapproche la presse de la propagande et l'éloigne de l'information, a été souligné par des journalistes étrangers. L'envoyé spécial de la chaîne franco-allemande, ARTE, a souligné dans une déclaration de presse faite après son départ d'Algérie, que jamais il n'avait vu une fermeture médiatique aussi grande. *« C'est plus facile d'exercer la profession du journalisme au Belarus et en Russie, que de la pratiquer en Algérie »* ***(30)***.

La pression sur les journalistes étrangers et algériens, l'Algérie l'a connue même pendant la campagne électorale. La journaliste algérienne Samia Baba Aîssa a été agressée lors de sa couverture d'un rassemblement électoral en faveur du président candidat BOUTEFLIKA, à Paris le 28 mars 2009. Une agression condamnée par les plus grands organismes de défense de la liberté de la presse ***(31)***.

Par ailleurs la police algérienne a arrêté le 11 avril 2009, une équipe de tournage constituée de journalistes de la chaîne française TF1, alors qu'il était en train de faire un reportage dans la ville de Médéa (située à environ 80km au sud d'Alger) ***(32)***. Plusieurs faits montrent bien que la couverture des élections était sous haute surveillance.

Une lecture attentive des genres journalistiques utilisés dans la couverture de ces élections, illustre bien le recul de la marge de la liberté de la presse. A aucun moment les Algériens n'ont eu la moindre information ou images sur les sources de financement des candidats. Il n'existe pas d'enquêtes sur la corruption et le blanchiment d'argent dans la campagne électorale. Aucune investigation n'a été menée sur l'utilisation des moyens de l'État et des collectivités nationales dans cette campagne.

Aucun débat n'a été organisé entre les candidats sur les programmes et sur les dossiers du traitement des effets de la crise algérienne et cela même si des candidats ont accusé le Président-Candidat, d'utiliser les biens de l'État et fait état de financement douteux de sa campagne ***(33)***.

IV. Les journalistes, la commission de surveillance des élections et « les lièvres »

La menace du président de la Commission Nationale Politique de surveillance des élections présidentielles d'ester en justice des journaux privés coupables d'avoir décrit les autres candidats comme des «lièvres» a suscité l'étonnement des observateurs et des initiés de la chose politique. Ce terme n'est pas une nouveauté en Algérie et il n'est pas péjoratif à l'égard des candidats, selon un rapport du journal londonien « d'Al Qods Al Arabi ».

Le président de la dite commission, Mohammed Teguia, ancien Ministre de la Justice (1993-1994) a menacé les journaux pour avoir

utilisé ce terme de « lièvres » pour décrire la situation de certains candidats, en soulignant que la loi « suivra son cours» dans cette affaire.

Selon lui, le Conseil Constitutionnel a validé une liste de 6 candidats pour l'élection présidentielle et qu'ils étaient placés sur le même pied et que cela n'avait pas de sens de les désigner sous e terme de « lièvres ».

La sorte a d'abord surpris journalistes, l'usage de ce terme étant entré dans les usages depuis des années à l'approche des élections présidentielles. Son usage est devenu nécessaire pour expliquer la carte électorale présidentielle et il ne porte aucune connotation péjorative ni d'abus à la personne.

Dans une déclaration faite au journal « AL QODS ALARABI», l'avocat et défenseur des droits de l'Homme, Mokrane AIT LARBI, a considéré que le mot « lièvre » n'est pas une invention algérienne et qu'il s'agit d'un mot entré dans le lexique de la politique. Le terme est donc systématiquement repris par les journalistes de tous les pays du monde pour désigner un candidat qui n'a pas beaucoup de chance d'emporter les élections. Il considère également qu'un candidat peut ne pas avoir de poids électoral mais disposer d'un programme, d'idées et jouir d'une crédibilité. Cela fait qu'il n'est pas désigné comme un lièvre, même s'il n'emporte pas les élections. Il cite le cas d'Olivier BESANCENOT, comme un candidat qui n'a pas un grand poids mais n'est pas désigné comme un lièvre.

Selon AIT LARBI, les candidats aux élections présidentielles en 1999 et 2004 ne pouvaient pas être qualifiés de lièvres car des personnalités comme le Dr Ahmed TALEB IBRAHIMI, ancien Ministre des Affaires étrangères, Mouloud HAMROUCHE, ancien chef du gouvernement ou encore Hocine AIT AHMED, figure historique du mouvement national, pouvaient emporter les élections si elles s'étaient déroulées dans la transparence. Le candidat qui n'obtient que 2% des voix, qui ne croit pas lui-même pouvoir à la possibilité de victoire, qui ne jouit pas de

crédibilité au sein de la société, peut être décrit comme un lièvre, a-t-il a ajouté.

Selon lui, la menace du président de la Commission de surveillance des élections n'est pas sérieuse. Le mot lièvre ne peut pas être assimilé juridiquement à de la diffamation et donc il ne peut poursuivre les journaux ou les journalistes qui désignent les candidats par ce mot.

Si Mohammed TEGUIA veut la crédibilité à ces élections présidentielles, il doit se préoccuper d'autres choses. *« Les médias lourds, la télévision et la radio sont clairement alignés sur le troisième mandat du Président Bouteflika, en se concentrant de manière exagérée sur les projets réalisés durant ses années de règne »*. La victoire de BOUTEFLIKA ne *« fait pas de doute » selon lui, mais l'on doit, formellement du moins, respecter le « principe de l'égalité entre les candidats »* alors que *« l'État et toutes ses institutions sont mobilisés dans la campagne de Bouteflika sans que la Commission ne bouge le doigt »*.

Pour M. AIT-LARBI la déclaration de TEGUIA *« n'est pas surprenante dès lors que ministre des Affaires religieuses Bouabdellah GHULAM ALLAH affirme que le vote est un devoir religieux, et que le Ministre de l'Intérieur promet d'empêcher les partisans du boycott de défendre leur position. La démocratie exige l'égalité des chances et des moyens entre les partisans et les opposants aux élections »*.

Pour sa part, Mohammed IWANOUGHAN, rédacteur en chef adjoint du quotidien «El-Khabar» considère que la menace du président de la Commission ne peut être prise au sérieux. Il n'existe aucune *« loi prévoyant la pénalisation des médias pour le fait de décrire des candidats comme des lièvres »*. Il se dit surpris d'entendre de tels propos d'une personne qui a occupé auparavant le poste de Ministre de la Justice. Le président de la Commission, a-t-il poursuivi, *« aurait mieux à faire en portant son intérêt sur les dépassements qui marquent la*

campagne électorale et notamment la partialité absolue des institutions étatiques et des médias publics et la presse «semi-publique» qui soutiennent Bouteflika publiquement, au détriment des autres candidats ».

V. LA TÉLÉVISION AU CŒUR DE TOUTES LES ACCUSATIONS DE PARTIALITÉ

L'ensemble des candidats à la présidentielle, à l'exception du président candidat BOUTEFLIKA, étaient d'accord pour accuser la télévision nationale de partialité.

Les représentants des cinq candidats et des partis, ont dénoncer au sein de la commission politique, ce qu'ils appellent *« la partialité flagrante de la télévision nationale, suite à la programmation de l'émission **'Les carnets des Présidentiels'** directement après le journal principal du 20 heures, animée par des organisations et des associations et des partis qui font la promotion électorales du candidat Abdelaziz Bouteflika, tandis que les autres candidats ne disposent pas d´un espace de propagande électorale. Suite à des discussions relatives à ce sujet, les représentants des candidats ont appelé à maintenir la diffusion de cette émission, avec la condition que les interventions ne dépassent pas le principe d'invitation à la participation des citoyens au vote, sans pour autan faire la promotion du candidat president* » ***(34)***.

Dans une interview que nous a accordé M. Aîssa BELMEKI représentant du candidat Fawzi REBAINE, il affirme que : *« La couverture télévisuelle n'était pas équitables », décrivant les performances de la télévision de non juste, en citant l'exemple de l'émission télévisée « Les carnets des Présidentiels »*, qui a été diffusée tous les jours successivement au journal du 20H ***(35)***.

Le directeur de campagne du candidat Yazid YOUNSI du MOUVEMENT POUR LA RÉFORME NATIONALE, M. Jamal Ibn Abdul Salam a quant à lui exprimer sa révolte contre la télévision algérienne, la qualifiant d'une catastrophe ostensibles et partiale en faveur d'un candidat particulier», et d'ajouter en disant: *« Il semble que l'autorité ne changera pas sa façon de se comporter envers les candidats »*, et a profité de l'opportunité de sa parole pour critiquer la commission électorale en déclarant : *« même la commission électorale qui est censée se consacrer pour assurer la transparence, ses agissements n'ont pas manqué d'abus, au même titre que l'administration »*, en disant qu'elle ne sert pas la démocratie, par ailleurs il a exprimé une certaine satisfaction quant à la couverture de certaines des chaînes de radio, dont il qualifie la couverture de «raisonnable».

Pour sa part, Le directeur de campagne du candidat *Oubelaïd MOHAND*-OUSSAÏD a protesté contre la non diffusion de l'activité du candidat lors du journal de vingt heure, menée dans certaines wilayas comme AIN DEFLA, CHLEF et TIARET, estimant qu'une telle action est une violation du principe d'égalité, et une atteinte au délibérations de la commission politique nationale de surveillance des élections relatives aux droits de diffusion des activités des candidats d'une part. Il s'agit d'une négligence envers le droit des citoyens à l'information juste et impartiale. On pouvait lire dans le communiqué publié par le candidat que *« depuis le début de la campagne électorale, la télévision algérienne prive délibérément le candidat Oubelaïd MOHAND-OUSSAÏD du droit de diffuser ses activités menées à travers les wilayas du pays, conformément à la décision politique de la Commission de surveillance des élections, ainsi après avoir interdit toutes les activités du candidat dans les deux wilayas qui sont CHLEF et AIN DEFLA, la télévision a délibérément refusé de diffuser totalement ses activités dans le journal de vingt heures »*.

LA TÉLÉVISION IMPOSE LA SPIRALE DU SILENCE

Les critiques qui visent la télévision sont clairement corroborés par l'analyse quantitative. Cependant notre analyse qualitative donne une idée encore plus précise de cette partialité.

Nous avons ainsi délibérément pris comme exemple, l'analyse de l'image des candidats à l'élection présidentielle dans le journal télévisé du 20 h pendant une semaine, soit du vendredi 27 mars à jeudi 02 avril 2009. La partialité apparaît à plusieurs niveaux que l'on peut résumer comme suit :

- Les images des déplacements du candidat Abdelaziz BOUTEFLIKA ont atteint 120 scènes. C'est le chiffre le plus important en comparaison des images consacrés aux cinq autres candidats et dont la plupart filmaient le public.
- A travers la lecture indicative du tableau consacré au candidat BOUTEFLIKA on constate clairement la diversité des images utilisées. La multiplication de types de séquences est un moyen d'éviter l'ennui et la fatigue du spectateur qui peut advenir d'une succession de deux types de prise de vue seulement consacré à chaque candidat (c'est le cas constaté chez certains candidats, tels que Fawzi REBAINE). D'autre part, le plan américain a été adopté à plusieurs reprises car il a la particularité de suggérer la puissance et la gloire. Et sans doute, une volonté d'imposer l'image du candidat le plus fort et le plus à même de l'emporter ?
  A signaler que ce plan cliché n'a été utilisé qu'une seule fois, pour la candidate Louisa HANOUNE et une autre fois pour *Oubelaïd MOHAND*-OUSSAÏD. Pour les autres candidats, ce genre de prise de vue n'a pas été utilisé.
- Les mouvements des caméras ont été très divers concernant les activités de BOUTEFLIKA. Il y avait une combinaison entre le plan fixe (pour les discours uniquement), des panoramiques focalisant l'objectif sur BOUTEFLIKA mêlé á la masse du public. Le tout avec des travellings destinés à donner une esthétique au spectacle et à suggérer un lien d'intimité entre le public et son candidat. Ce

mouvement de caméra pourrait avoir pour but de montrer la popularité du candidat pour lui attirer d'autres électeurs et imposer ce que la scientifique allemande, Nowel NEWMAN, nomme *« la spirale du silence »*. Il s'agit de gonfler la popularité de BOUTEFLIKA et de faire croire au reste des citoyens, qui ne se reconnaissent pas dans ses idées, qu'ils sont isolés et donc d'approfondir le phénomène de désaffection à l'égard de l'espace public.

- Pour les angles de prise de vue, l'attention a été retenue sur l'utilisation des images en contre-plongées par rapport au public. La technique a été réservée exclusivement au candidat BOUTEFLIKA pour son aspect suggérant la sacralisation et la puissance.
- Le nombre d'images consacrées au candidat Abdelaziz BOUTEFLIKA est supérieur à celui des autres candidats.
- Diversification des séquences afin d'éviter l'ennui chez le spectateur.
- Utilisation de la caméra mobile pour l'esthétique de l'image et rendre la scène attractive.
- Utilisation de la contre-plongée pour filmer le candidat et pour représenter le public.
- Focalisation sur les images plus que sur le discours. En raison de l'absence de discours, on focalise sur la projection des images d'interaction entre le candidat et son public.

La partialité de la télévision représente un problème politique typique en Algérie et ce depuis l'indépendance du pays. Il est clair qu'aujourd'hui, la pluralité médiatique reconnue par la loi relative aux médias ne s'est accompagné d'aucune volonté de libérer le secteur audiovisuel. C'est le contraire qui s'est produit, notamment depuis l'arrêt du processus démocratique le 11 Janvier 1992. Un grand nombre de représentant du pouvoir ont clairement exprimé leur refus total d'une ouverture de l'audiovisuel. La position est défendue aujourd'hui par le premier responsable de l'État algérien. Le Président Abdelaziz BOUTEFLIKA à travers ses discours, a souligné que la télévision, la radio et l'Agence de Presse d'Algérie sont la propriété de l'État et qu'ils se sont ouverts qu'aux responsables de l'État. L'opposition politique, a-t-il dit, pourra utiliser ces

médias le jour où elle accèdera au pouvoir. Selon lui, ces moyens d'information ne peuvent être au service de ceux qui critiquent l'État *« au sens pouvoir dans le contexte algérien»*.

Le président BOUTEFLIKA a déclaré également qu'il était le premier responsable de tous les médias appartenant à l'État et à la fin 1999, il a déclaré qu'il était le rédacteur en chef de l'APS.

De récentes déclarations confirment l'existence d'un consensus entre les hauts responsables de l'État pour le maintien de la fermeture du secteur de l'audiovisuel. La chose a été confirmée par le Président, le Premier ministre et les présidents des deux chambres du Parlement. Les arguments des autorités se limitent au fait de considérer que la société algérienne n'est pas mure pour cette ouverture et justifient le verrouillage par *« l'intérêt national »*.

Le constat est établi aujourd'hui sur le fait que l'information dans journaux télévisés est dominée par la propagande officielle avec pour corollaire l'exclusion de toutes les voix démocratiques et le boycott des activités des associations autonomes du pouvoir. Cela est clair pour les activités de la Ligue Algérienne pour la Défense des Droits de l'Homme.

Le JT de la télévision algérienne dure entre 40 à 50 minutes. On constate que 25 à 30 minutes sont consacrées aux activités officielles, en majorité celles du Président. Ce qui amène des observateurs à parler de *« journal présidentiel »* à la place de journal principal. Le JT est en effet entièrement consacré à la glorification du Président en rapportant ses activités quotidiennes routinières comme la lecture des lettres et des messages, le plus souvent protocolaires, en provenance de l'extérieur ou de l'intérieur.

Conclusion :
ESPACE PUBLIC VERROUILLÉ ET IMPOSSIBILITÉ D'ORGANISER DES ÉLECTIONS LIBRES

L'instrumentalisation de la télévision par le régime en place, pour faire taire les voix qui refusent d'entrer dans la *« maison de l'obéissance »* et pour amplifier les voix favorables au pouvoir, s'accompagne par une multiplication des procès criminalisant les écrits de journalistes accusés de diffamation. Plus d'une dizaine de peines de prison ferme ont été prononcées et de lourdes amendes financières ont imposées en application des dispositions du codé pénal promulguées par le gouvernement huit ans auparavant. En outre, l'Algérie reste soumise au régime de l'état d'urgence instauré par le pouvoir le 9 février 1992 et qui reste en vigueur à ce jour. En dépit de la campagne nationale et internationale menée depuis des années par la Ligue Algérienne pour la Défense des Droits de l'Homme pour la levée immédiate de l'état d'urgence, toutes les parties au pouvoir s'accordent á le maintenir.

Le décret de l'état d'urgence est utilisé pour empêcher les manifestations publiques et les marches populaires, verrouiller l'espace public aux citoyens et les différentes élites politiques et militants des droits de l'homme dont les thèses ne s'accordent pas avec celles du pouvoir algérien.

Au vu de ce contexte marqué par le verrouillage de l'espace public et des médias audiovisuels à la société, les détenteurs du pouvoir continuent de vendre l'image d'un pouvoir qui prône les réformes politiques. Et ce même si la réalité montre clairement que tous les

espaces sont fermés pour l'action des partis politiques, les associations agréés qui s'opposent à la ligne du pouvoir. Quand aux nouveaux partis politiques, associations et syndicats, leurs demandes d'agrément sont systématiquement rejetées.

Au regard de tous ces critères, la situation engendrée est malsaine et ne traduit pas la moindre volonté de changer le mode de gouvernance et d'accepter le principe de l'alternance démocratique. Cela est apparu clairement dans toutes les échéances électorales précédentes.

L'espace public et les médias audiovisuels sont aujourd'hui fermés à ceux qui contestent la politique le projet d'amnistie générale pour les responsables de la crise et de la guerre subie par l'Algérie depuis janvier 1992. Les associations de familles de disparus ne sont toujours pas reconnues, elles sont interdites de télévision et de radios alors que le nombre des victimes des disparitions dépasse les 7000 cas selon les chiffres officiels et plus de 12.000 selon les organisations des droits de l'Homme.

Comment concevoir un projet d'une amnistie générale sans consultation des victimes de a crise ?

Ces données et bien d'autres sont révélatrices de la fermeture de tous les espaces publics et l'impossibilité d'exercer les libertés en Algérie aujourd'hui.

Au regard de tous ces critères, il est difficile de séparer les questions comme la partialité de la presse et le manquement flagrant à l'éthique professionnelle et aux règles de la couverture des élections, d'un environnement politique totalement verrouillé et d'un processus électoral loin d'être libre et transparent. Ce constat est fait par l'ensemble des politiques, des défenseurs des droits de l'homme, des académiciens et des organisations qui suivent les processus électoraux à travers le monde.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

(1) *: Tous les chiffres énoncés sur les tirages, ont été collectés à la base de rencontres avec des journalistes qui travaillent au sein de ces quotidiens, sachant que la majorité des quotidiens algériens ne divulguent pas le nombre de leur tirage quotidien pour des raisons politiques et commerciales.*

(2) *: La lettre du Président Abdelaziz BOUTEFLIKA aux représentants du Parlement le 12 Novembre 2008.*

(3) *: Telle est la position de tous les partis de l'opposition qui ont appelé au boycott des élections.*

(4) *: Voir les cahiers de la communication du Secrétariat d'État à la Communication, Alger 2009.*

(5) *: Ibid.*

(6) *: Voir le quotidien Ech-chorouk du 3 Mai 2009.*

(7) *:Ibid.*

(8) *: Ces chiffres ont été obtenus à travers des entrevues avec un groupe de journalistes.*

(9) *: Voir dans ce domaine: Dr. Redouane BOUDJEMA: journaliste et le correspondant de presse en Algérie. Publication universitaire.*

(10) *: Ibed.*

(11) *: Voir le site www.dohacentre.org*

(12) *: Ibid.*

(13) *: Le Code de l'Informations, loi n ° 90-04 du 03 avril 1990.*

(14) *: Amendement du code pénal, loi n ° 01-09 du 26 juin 2001.*

(15) *: El Watan du 03 mai 2008.*

(16) *: Source ministère de l'intérieur et collectivités locales.*

(17) *: Voir Dr. Redouane BOUDJEMA: journaliste et le correspondant de presse en Algérie. Publication universitaire.*

(18) *: Consultez le quotidien El Bilad du mercredi 19 février 2009.*

(19) *: Consultez le quotidien El Bilad du 11 mars 2009.*

(20) *: Il est né en Algérie en 1921, il a quitté son pays en 1954 en direction de l'Arabie Saoudite, il est l'un des Imams wahhabites les plus populaires en Algérie et dans le monde musulman. Son livre célèbre, « la doctrine du musulman », dans lequel il prêche de la nécessité d'exclure la fille de l'école à partir de l'école moyenne afin d'éviter les maux causés par la mixité.*

(21) *: Cette lettre a été publiée dans chacun des journaux, Ech-chorouk El-youmi, l'Algérie News, Ennahar El Jadid et El Bilad.*

(22) *: Tiré du texte de la lettre datée du 26 mars 2009.*

(23) *: La même lettre.*

(24) *: Le journal Ech-chorouk El-youmi, du 07 avril 2009.*

(25) *: Le traitement de l'information fut comme suite: Les représentants des repentis des wilayas de Bouira, Tizi-Ouzou et Boumerdes, Alger et l'ouest de l'Algérie, nombre de 1000 repentis, déclarent leur soutien pour le candidat libre Abdelaziz BOUTEFLIKA aux les élections Avril 2009.*

(26) *: Voir à ce sujet les écrits du Dr. IHADDADEN Zahir historien de la presse algérienne, notamment son livre -Histoire de la presse algérienne.*

(27) *: Voir à cet égard, ce que le rédacteur en chef du quotidien EL Khabar a révélé à la chaîne Radio France Internationale RFI, le 03 mai 2009, indiquant que son journal EL Khabar était sous pression significative de la part des pouvoirs publics, et la dernière de ces pressions fit (la taxe fiscale de plus de 10 milliards de centimes l'équivalent de 1 million d'Euros).*

(28) *: Le quotidien El Khabar du 03 Mai 2009.*

(29) *: le directeur du journal EL Khabar dans une interview avec Radio France International RFI le 03 mai 2009.*

(30) *: Vladimir Vasak interview sur Rue89.*

(31) *: Voir le journal Al Watan du 01 avril 2009 et le communiqué de Reporters sans frontières RSF du 03 avril 2009.*

(32) *: Voir le journal El Khabar du 06 avril 2009.*

(33) *: Discussion avec le représentant du candidat Fawzi REBAINE qui a eu lieu au siège de son parti Ahd 54 le 22 avril 2009.*

(34) *: Journal El Fadjr du 28 mars 2009.*

(35) *: Discussion avec le représentant du candidat Fawzi Rebaine qui a eu lieu au siège de son parti Ahd 54 le 22 avril 2009.*

Photo de la couverture :
PASCAL GUYOT – AFP

« La volonté du peuple est le fondement de l'autorité des pouvoirs publics; cette volonté doit s'exprimer par des élections honnêtes qui doivent avoir lieu périodiquement, au suffrage universel égal et au vote secret ou suivant une procédure équivalente assurant la liberté du vote ». Cela est mentionné dans l'article 21 de la Déclaration universelle des droits de l'homme qui dispose également en son article 19 que « tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ».
Il ne fait guère de doute que l'information joue un rôle essentiel durant les campagnes électorales. Elle a une grande influence sur les orientations des électeurs et l'élaboration de leurs avis sur les candidats et leurs programmes politiques. Il est donc nécessaire que l'information, à travers tous les canaux, obéisse aux normes du travail honnête, objectif et complet. Le libre choix de l'électeur est fondamentalement tributaire de l'accès à une information complète et suffisante et qui exprime jusqu'à un certain point la réalité vécue.

Pour inciter à aller dans ce sens, la Ligue Algérienne de Défense des Droits de l'Homme (LADDH) à mis en œuvre un premier programme d'observation de la performance des médias nationaux algériens.
Ce programme porte de manière précise sur la performance des moyens d'information durant la campagne électorale pour la présidentielle du 9 avril, du 18 mars au 6 avril 2009.

Un groupe de jeunes observateurs a assuré le suivi et l'analyse de la performance et du rôle des médias nationaux audiovisuels ou de la presse écrite. Le rapport ne se limite pas à livrer un aperçu général de la couverture médiatique des présidentielles 2009. Il fait davantage en restituant la réalité des médias algériens dans un contexte de limitation continue des libertés d'expression et d'information, il constitue de ce fait un indicateur du verrouillage politique dans le pays.

La Ligue algérienne pour la défense des droits de l'homme (LADDH) est une association nationale sans but lucratif fondée en 1985 et reconnue officiellement par les autorités en Juillet 1989.
La Ligue fait activement campagne pour la protection et la promotion des droits de l'homme en vertu de la Charte des droits de l'homme de l'ONU, son slogan: "Les droits humains sont universels et indivisibles".