

Le match Egypte- Algérie :

De l'évènement à l'évènementialisation médiatique

Nasreddine Bouziane

Université Constantine 03, Algérie

Résumé :

Le présent article vise en premier lieu à diffuser les résultats importants obtenus après l'étude de la manière dont ont été traitées les informations relatives au match Egypte- Algérie disputé dans le cadre des éliminatoires de la coupe du monde 2010. Il vise aussi, à montrer comment la « machine médiatique » a pu engendrer une véritable crise entre les deux pays et qui dépassait complètement le cadre sportif. Enfin, le grand souci de l'étude était de savoir si les médias algériens ont contribué à l'aggravation de cette crise ou s'ils sont tombés dans le piège du manque de professionnalisme en traitant les informations relatives au match suivi par plusieurs dérapages.

الملخص:

يهدف هذا المقال في المقام الأول إلى نشر النتائج المهمة، من منظور الباحث، والتي تم التوصل إليها بعد الدراسة الكيفية التي تمت وفقها المعالجة الإعلامية للمعلومات المتعلقة بمباراة مصر- الجزائر التي لعبت في إطار التصنيفات المؤهلة لكأس العالم 2010. وفي المقام الثاني تبين كيف استطاعت الماكينة الإعلامية خلق أزمة حقيقية بين البلدين تجاوزت إطارها الطبيعي وهو الإطار الرياضي. أما الهم الأساسي للدراسة فيكمن في محاولة معرفة ما إذا ساهمت وسائل الإعلام في تفاقم الأزمة بالسقوط في فخ غياب الاحترافية وتشويه الوقائع أثناء معالجة المعلومات المتعلقة بالمباراة التي نجحت عنها الكثير من الانزلاقات.

Introduction :

Depuis des décennies, on s'est rendu compte que les médias ont devenu un support super puissant qui transmet des idées, des informations et des valeurs. On s'est rendu compte peu après de ses potentialités énormes en matière de persuasion, de justification, d'argumentation ou bref de sa capacité de transmission du capital symbolique et des représentations. On se posait naturellement plein de questions sur la manière, l'opacité, les conditions, l'impact et la durabilité de cette transmission dans le temps, et il faut avouer qu'il est vraiment difficile de trouver des réponses suffisantes ou de prouver fermement et scientifiquement la validité de ces recherches car il existe souvent des fuites.

En effet, il ne faut jamais ignorer que la nature de la recherche en sciences humaines et sociales rend la tâche de prouver une réalité une question de probabilité (fournir une réponse juste parmi d'autres probablement justes) ou une question de temps pas plus, car ce qui est juste aujourd'hui peut ne pas l'être demain.

Donc, le fond du problème des recherches en sciences humaines et sociales consiste principalement dans le dynamisme et le mouvement perpétuel de l'objet de la recherche ⁽¹⁾, et aussi dans les effets parasites indésirables des variations de la recherche que le chercheur ne peut guère les éliminer complètement.

Etant donné que la présente étude a pour objet de traiter un phénomène hyper- dynamique, celui du traitement médiatique de

l'information, le plus grand défi était de cerner au maximum les effets parasites dus à la complexité du travail journalistique. Il n'est pas toujours évident de trouver un équilibre lorsqu'on fonctionne avec une trilogie non souvent harmonieuse. Patrick Charaudeau, dans son ouvrage *Les médias et l'information*, évoque en premier lieu la logique économique qui se base principalement sur le fait de faire vivre l'entreprise médiatique et assurer les ressources financières nécessaire pour la continuité et le développement de l'entreprise. En second lieu, il s'intéresse à la logique symbolique, celle de la production du sens et des messages. Et enfin, c'est la logique technologique qui s'ajoute pour construire la trilogie des médias ⁽²⁾.

Il entend par cette dernière logique la qualité et la quantité de leurs diffusions. Quand on parle de cette trilogie, on parle en effet d'un arrangement entre trois aspects importants qui se conjuguent souvent mal.

D'abord, un premier aspect nettement économique ou précisément commercial qui voit l'information comme un produit à vendre et à commercialiser au large public. Le plus important dans ce volet est d'assurer la bonne commercialisation du produit et donc attirer les annonceurs et bien entendu assurer les revenus financiers. Le produit médiatique répond dans ce cas aux besoins du marché, et s'appuie sur des études d'audience et des techniques marketing afin d'attirer le plus grand nombre possible de récepteurs, et on observe que les « trois S » ont longtemps été privilégiés à savoir : Scandale,

Sexe, et Sport. Et puis, on trouve l'aspect symbolique qui doit obéir obligatoirement aux règles déontologiques et professionnelles basées sur l'idéal de préserver et servir l'intérêt public.

Mais on constate –amèrement-, notamment dans les pays arabes, que la conjugaison entre ces deux aspects reflète une certaine banalisation des produits médiatiques (clip vidéo, diffusion des produits inadaptés...) pour un seul objectif, celui d'attirer un grand public mal préparé – malheureusement- à affronter ces flux de messages médiatiques permanents. S'ajoute ensuite l'aspect technologique pour garantir l'homogénéité des messages et également sa qualité et sa quantité.

Un autre constat important et plus dangereux, c'est la tendance des médias de redonner un aspect commercial à l'information d'actualité par le biais de traitement émotionnel des informations relatives aux événements, ce qui met en jeu l'objectivité et la crédibilité de l'information et influence négativement sa capacité de reproduire les faits, et donc la réalité sera aperçue incorrectement. La question donc est une question de manipulation des faits, des interprétations, des images et enfin des esprits.

Le problème s'aggrave encore lorsqu'on se rend compte que l'immense majorité des récepteurs manquent d'une éducation aux médias et bien entendu d'une vision critique envers les informations médiatisées.

Ce constat m'apparaît le même concernant la façon dont l'information relative au match Egypte- Algérie a été traitée. Il existait un certain traitement médiatique émotionnel et une certaine interaction journalistique soupçonnée avec les informations relatives au match.

Mais il est clair que ce constat porte un jugement subjectif et probablement incorrect, c'est pour cela j'ai formulé hypothèse suivante :

Le traitement médiatique émotionnel du match Egypte- Algérie a provoqué la crise de 2009.

L'objectif arrêté par cette formulation ne consistait pas dans le fait de décrire passivement le processus d'évènementialisation. On supposait alors, en se basant sur des constats divers, qu'il existait un certain traitement émotionnel. On a tenté même d'aller au-delà de la description vers l'étude d'un éventuel effet originaire de toute une crise comme nous prétendions.

Il est clair, donc, que la réponse que porte l'hypothèse reste dérisoire et non confirmée. Et pour affirmer ou infirmer cette hypothèse, j'ai procédé à une étude qui sera résumée dans cet article en trois parties. La première vise à présenter un bref fondement théorique sur le traitement de l'information médiatique, tandis que la seconde a pour but de montrer la méthodologie suivie dans l'élaboration de cette recherche, et la dernière vise à exposer les résultats et préconiser quelques recommandations relatives au sujet.

De l'évènement à l'évènementialisation médiatique :

De nombreux théoriciens et chercheurs se sont intéressés à la production journalistique sous ses différents aspects. En linguistique appliquée, à titre d'exemple, toute une filiation se développe sur les discours de presse. En sémiologie on s'y intéresse également, car ce type de signe, dit spécifique par son instance de production et ces modalités énonciatives et puis par ces modalités de réception et sa structuration sémiotique, mérite l'intérêt des chercheurs. Et bien entendu en sciences de l'information et de la communication, on s'y intéresse. Et parmi les théories remarquables, on trouve l'« Agenda setting » (1972) qui a proposé un modèle conceptuel pertinent devenu une référence dans l'analyse de la production médiatique.

Ce modèle parle d'une hiérarchisation et d'une organisation des informations en fonction d'un ensemble de facteurs et de critères propres à chaque entreprise médiatique. Il fournit également des éléments de réponses sur de nombreuses questions, entre autres, quelle est la différence entre un évènement et un évènement médiatique ? A quel processus l'information est soumise ? Quels sont les critères de sélection et d'hiérarchisation de l'information médiatique ? Et quelles sont les conséquences de cette hiérarchisation ?

Il est certain maintenant qu'on comprend mieux les pratiques journalistiques en matière de filtrage et de sélection de l'information parmi la grande quantité des évènements qui se passent quotidiennement dans le monde et qui tombent d'une façon continue dans les rédactions⁽³⁾. On peut maintenant déterminer scientifiquement

et systématiquement l'information médiatisable en se basant sur les critères de l'immédiateté, la nouveauté, l'importance, la proximité, l'intérêt et bien d'autres critères.

Mais une simple constatation nous fait part que ces critères sont variables et incontrôlables. Prenant à titre d'exemple le critère d'importance : Comment peut-on calculer l'importance d'un événement ? Une probable réponse intelligente nous fera part que l'importance se calcule après avoir posé la célèbre question : par rapport à qui et à quoi ? C'est-à-dire déterminer le public récepteur et comparer cet événement avec un autre. Mais la question se pose avec insistance cette fois : Est ce que cela est évident toujours ? Est ce que cela est juste et objectif ? Est-ce que c'est cela qu'il faut vraiment faire ?

La réponse me paraît bien claire, on ne peut pas tomber dans le piège de la comparaison figée ni de lui consacrer du temps car une simple observation du rythme de travail des établissements journalistiques nous renseigne sur l'impossibilité de suivre l'actualité ni de la traiter ni de la diffuser si c'était le cas. Les médias, en effet, sont en course avec la montre, et puis la fonction des journaux d'information écrits ou télévisés est de mettre à la disposition du public les informations dont il a probablement besoin. On ne peut certainement pas procéder à des études d'audience en permanence pour déterminer l'indéterminable.

On ne peut pas imaginer que les médias interrogent les publics sur le font de traitement des informations ou leurs proposent de les choisir sinon on se retrouve dans une logique purement commerciale, ce qui rend l'information qu'un simple produit de large consommation, et en conséquent, les résultats seront désastreux sur tout les plans.

C'est vrai que l'étude d'audience et l'ouverture des lieux d'échanges et de partages et de propositions aident les médias à repérer les grandes tendances mais surtout en ce qui concerne les émissions et les programmes mais pas les journaux d'informations qui restent un domaine sacré et spécifique et même stratégique. Les journaux d'informations ont ce caractère : d'abord à cause de leurs importance ; c'est avec eux que les citoyens prennent conscience de ce que se passe partout dans le monde ; c'est avec eux que le contact est noué entre les différents acteurs de l'espace public ; c'est par eux que le dialogue et l'échange et le partage se font ; c'est en se basant sur eux que les décisions sont prises et comprises ; c'est par eux que les débats s'élargissent et les acteurs politiques agissent.

Et puis parce que ces journaux décrivent la réalité, et la réalité se reflète comme elle est, et donc pas d'intervention du public. Et en plus, l'information médiatique n'est jamais prête à l'avance mais elle est le fruit de l'immédiateté, et le résultat d'un processus ou d'un dynamisme social, économique ou autre. Enfin, les journaux d'informations attirent un bon nombre des récepteurs, et donc une

opportunité pour les médias de refléter sa vision et ces représentations des faits ou en général de la réalité. C'est la raison pour laquelle la description de la réalité et la reconstruction des faits se font d'une manière différente par chaque organe de presse.

On peut dire en général que les éléments de réponses fournis par l' « Agenda Setting » et par un bon nombre de théoriciens et de chercheurs se confrontent à chaque moment avec la pratique journalistique. On constate quotidiennement l'introduction de la séduction (jouer sur l'émotionnalité plutôt que sur la rationalité) ⁽⁴⁾, de la persuasion (mobilisation du mode d'organisation argumentatif) ⁽⁵⁾ et des nouvelles modes de description des évènements médiatiques. Les changements se font donc beaucoup plus vite que les progrès scientifiques.

Pour nous, dans cette étude, la réponse aux quelques questions paradoxales sera simplifiée au maximum. La différence entre un évènement et un évènement médiatique se résume dans le fait de publier des informations sur l'évènement par les médias, c'est la base qui nous intéresse.

L'objectif donc de cette démonstration et la finalité d'évoquer les contraintes et les controverses autour du traitement médiatique de l'information, est d'aboutir à une conviction personnelle acquise après une certaine expérience dans le domaine :

Les médias d'informations possèdent de larges marges dans le traitement d'information, il leurs suffit de procéder à la justification

directe ou indirecte pour assurer la légitimité d'un tel ou tel traitement.

C'est la raison pour laquelle on ne peut jamais dire à un organe journalistique que sa façon de traiter l'information est fautive mais on dit qu'il fallait faire autrement. C'est-à-dire qu'il y'a toujours plusieurs manières de traiter les informations.

Cette conviction nous permette donc d'affirmer la responsabilité des médias et considérer ces productions comme des faits volontaires qui reflètent et sa ligne éditoriale et sa vision et ses objectifs. Reste à mentionner que les médias ne sont pas la seule instance dans la production journalistique, ils partagent cette instance avec d'autres acteurs dans l'espace public (Public, hommes politiques...), mais ils détiennent toujours la capacité d'imposer ce que construit l'espace public⁽⁶⁾.

1- Méthodologie de recherche :

Pour atteindre les objectifs de la recherche visant à étudier, en premier lieu, le processus d'évènementialisation médiatique du match Egypte- Algérie et montrer en second lieu la manière dont les médias Algériens ont traité le sujet et bien entendu savoir s'ils ont contribué à l'aggravation ou même à la création de la crise... J'ai opté donc pour la méthodologie résumée ci- dessous :

A- Choix de L'organe de presse :

On compte en Algérie plus de 330 titres de presse écrite dont 65 journaux d'informations sont publiés d'une façon quotidienne, le reste représente des titres publiés périodiquement selon les statistiques de 2009 ⁽⁷⁾ Et naturellement, on trouve quelques titres qui dominent le marché du lectorat, entre autre, le journal quotidien « El chourouk » qui a atteint 02 million d'exemplaires dans la période de la crise médiatique l'Egypte et l'Algérie.

Il s'est affirmé bien avant, et les chiffres de son tirage ne cessent d'augmenter et sa "philosophie" du travail apparaît plus pertinente, plus adaptée, c'est la raison apparemment pour laquelle le quotidien devient rapidement et sans précédent le premier journal en Algérie et plusieurs études l'attestent. D'ailleurs, les statistiques fournis par le ministère chargé de la communication en Algérie montrent bien que les estimations de tirage moyen quotidien des journaux est de 2.5 million d'exemplaires par jour ⁽⁸⁾, et on apprend que le journal « El chourouk » arrive à dépasser le seuil de 02 million ex/ jour, donc il arrive à dominer le marché du lectorat dans la période de crise.

Le choix donc de ce journal est incontournable pour l'étude, d'abord pour la raison évoquée ci-dessus celle de la domination du marché médiatique Algérien. Et puis, il faut vraiment mentionner que le journal était le premier à s'intéresser au match Egypte- Algérie, et le premier qui a initié à conclure une convention avec les médias égyptiens pour assurer la sagesse et la bonne conduite du traitement

médiatique. Le journal était également la source écrite principale des informations relatives au match, on peut appuyer cela par le fait qu'une bonne partie des lecteurs francophones en Algérie se sont convertis vers la presse arabophone représentée majoritairement par le journal « Echourouk » qui fournit non seulement les dernières nouvelles sportives des deux pays mais aussi d'autres informations variées qui les concernaient. Enfin, les accusations attribuées par le coté Egyptien à cet organe et le soupçon de manque de professionnalisation et de traitement apparemment émotionnel, se sont des facteurs qui nous poussent à choisir cet organe.

Il est clair que le choix du support médiatique repose sur un ensemble de facteurs et sur tout un contexte qui a rendu le journal « le premier acteur médiatique dans l'affaire Egypte- Algérie », un acteur qui a su comment monter l'affaire à la une. Ces facteurs peuvent être rapportés comme suit :

- Le tirage important du journal.
- La maîtrise d'une part importante du marché du lectorat.
- Le large traitement de l'information relative au match.
- Le statut et la place qu'occupait le journal dans l'affaire.

On ajoute également que toute une atmosphère était à la faveur du journal et à son rebondissement sur l'affaire comme le monopole d'Etat sur l'audiovisuel, l'environnement politique et social et même psychique, et puis la prudence des autres médias. S'ajoute à tout cela

un élément important celui de la psychologie des foules et des représentations des messages médiatiques. Dans ce volet Mark Raboy nous indique que l'activité principale des médias se situe dans le champ symbolique ; il s'agit donc de construction du sens et c'est par les médias que le geste fut doté de son sens, affirme Raboy⁽⁹⁾ C'est le cas de journal « Echourouk » qui a contribué énormément dans la dotation du match d'un certain sens, il a également bien su comment valoriser ses particularités et mettre à l'affiche les informations qui le concernaient, selon mes propres constatations sur lesquels je me suis basé dans la formulation de l'hypothèse.

B- Choix d'échantillonnage d'étude :

Pour étudier le processus d'évènementialisation médiatique du match Egypte- Algérie, il a fallu revenir au début et se poser quelques questions clés en vu d'obtenir des réponses et des précisions sur la manière du traitement des sujets relatifs au match et son évolution au cour de la période qui précédait le premier match du Caire et le second de khartoum, et même après.

Pour résumer, je dis que la période couverte par l'étude était entre le 11 octobre (Date d'apparition du premier article sur le sujet dans le journal) et 31 décembre (Date arrêtée par le chercheur et jugée suffisante pour repérer la parution d'un quelconque changement perceptible dans le traitement de l'évènement).

Avec les chiffres cette fois-ci, l'étude a touché 66 numéros dans la période citée ci-dessus. C'est vrai que le plus important pour

l'étude était d'étudier le processus d'évènementialisation, et donc on pouvait restreindre la période d'étude et se contenter des premières publications sur le sujet dans le journal, mais ce qui nous a poussé à élargir le nombre de l'échantillon est le fait de constater le rythme ascendant que prenait le processus d'évènementialisation, on peut même parfois évoquer la notion de la sur- évènementialisation.

Je tiens à préciser que j'entends par le terme évènementialisation médiatique le fait volontaire des médias de faire imposer un sujet quelconque dans l'espace public, et ceci se traduit par un traitement massif de ce sujet et en leur donnant une importance et un statut qui ne le mérite pas souvent. En effet, c'est une sorte de classification des sujets ou précisément une Agenda imposée aux récepteurs. Tandis que le terme sur- évènementialisation reflète un sur- traitement de l'information qui dépasse les normes professionnelles et induit les médias dans l'exagération.

C- Choix d'outils et de techniques de récolte d'information :

Il est évident que le choix des outils et des techniques de récolte d'informations demeure une phase cruciale dans n'importe quelle action de recherche. Pour nous, le choix s'imposait naturellement par la nature de l'étude. On s'est basé sur l'observation scientifique dans un premier temps et puis sur l'analyse de contenu dans la récolte des données en second lieu.

L'observation nous a permis de suivre, de comprendre et de constituer une vision sur le thème à étudier mais aussi de formuler

notre hypothèse et même de trouver le cadre conceptuel adéquat, tandis que l'analyse de contenu avait un rôle déterminant dans la vérification de l'hypothèse, la récolte systématique des données et l'obtention des résultats.

D- Indices de formulation des résultats et les perspectives d'analyse :

Le cadre-référence de la présente étude repose sur des travaux pionniers comme ceux de Gitlin et Gamson aux Etats-Unis, d'Eliot et Alison en Grande-Bretagne, et de Champagne en France. Ces éminents théoriciens se sont intéressés à étudier la question du rapport entre médias et mouvements sociaux⁽¹⁰⁾, ils arrivent à rendre cette dimension des mouvements sociaux explicite à travers des études approfondies de plusieurs mouvements. Ces théoriciens retrouvent de nouvelles pistes pour comprendre les mouvements sociaux et fournissent des éléments de réponse qui dépassent complètement les paradigmes et les théories classiques.

Le renouvellement des cadres conceptuels fut donc installé, on développe alors une perspective d'analyse plus pertinente dépassant les hypothèses de la théorie des mouvements sociaux qui s'est « essentiellement focalisée sur des questions relatives aux valeurs, aux identités collectives des groupes mobilisés, à la nature de revendications, moins sur les interactions avec les médias ou les pouvoirs publics »⁽¹¹⁾.

Ces contributions servent à développer toute une vision sur la sociologie du journalisme et permettent d'inscrire des nouvelles

démarches fondées sur les faits d'interactions et d'interdépendances des mouvements sociaux. Les affirmations sur le statut des médias dans les trois phases des mouvements sociaux (avant, pendant et après le mouvement) se confirmaient de plus en plus après les années quatre-vingts et l'étude de Ted Gitlin consacré au SDS américain aux années soixante fut désormais l'une des majeures contributions structurantes dans la matière.

A savoir, l'étude de Gitlin avait pour objet d'étudier l'évolution des relations entre le mouvement social initié par l'organisation étudiante de la gauche radicale en Amérique SDS (Students for democratic society) et les médias. C'était un mouvement intéressant qui s'orientait vers une réflexion théorique sur les possibilités de changement radical de la société américaine, un mouvement également qui s'engageait dans la mobilisation contre la guerre de Viêt-Nam⁽¹²⁾.

Cette étude a illustré parfaitement la capacité des médias en matière de légitimation d'un mouvement et leurs pouvoirs de le rendre visible, fort ou même de l'affaiblir. Elle a illustré au même temps l'impacte d'accompagnement des mouvements sociaux et également ses empreintes irréfutables dans l'attribution d'une image représentative et dans la promotion de cette image.

S'ajoute à ce cadre théorique référentiel la célèbre théorie d' « Agenda Setting » qui nous a fourni d'autres éléments d'éclairages plus pratiques. La théorie représente pour cette recherche le pilier

d'élaboration des indices de validation de l'hypothèse. Ces indices peuvent être rapportés comme suit :

- Place réservée à l'objet d'étude (surface et lieu de parution du contenu médiatique).
- Techniques de mise en valeur des informations relatives à l'objet d'étude.
- Nombres de parution.
- Les genres journalistiques utilisés.
- Distinction entre fait et commentaire.
- Respect de la réalité et la reconstruction impartiale de l'information.

2- Résultats et recommandations :

L'étude a abouti à la validation de l'hypothèse. On s'est rendu compte que le journal traitait avec beaucoup d'émotion toutes les informations relatives au match ou plus encore un traitement émotionnel des informations relatives aux deux pays (Égypte-Algérie).

L'émotion peut être repérée à travers les mots trop forts employés par le journal dont les titres en témoignent, entre autres, « la guerre des buffles s'enflamme », « N'appréhendez pas les fanatiques », « la rencontre politique », « la rencontre de la haine », « Le sang algérien est chère », « première victime pour les verts ».

L'émotion est repérable également à travers le traitement des articles qui n'obéissaient pas au principe journalistique fondé sur la séparation entre fait et commentaire, on constate que l'avis du rédacteur est toujours prédominant dans l'article et que les faits ne sont pas rapportés avec partialité, ce qui met en question la crédibilité et l'objectivité des informations et nous pousse à dire qu'il existe des intentions de mettre des doses d'émotion dans les articles.

S'ajoute à cela l'absence d'une distance critique entre les faits et leurs interprétations et un sur- traitement du sujet. On observe dans ce cas que tout les informations sur les Egyptiens demeurent désormais importantes. Les chiffres regroupés par l'étude nous montrent que le journal attribuait une importance exagéré au match, et montrent également la volonté du journal de rendre l'événement le premier événement médiatique avant même le déroulement du match et qui s'inscrivait bien évident dans les mêmes phases qualificatives. Sur un ensemble de 18 numéros étudiés dans le mois qui précédait le match entre les deux pays, on compte 13 unes qui lui sont consacrées. Concernant les lieux de parution sur les pages, on observe d'abord que la moyenne des pages consacrés au match dépasse quatre pages par jour, et on trouve les informations sur le match principalement dans les pages sportives mais également dans les autres pages.

On s'est rendu compte que les techniques de mis en valeur de l'objet de l'étude se manifestaient par les unes, les images émotionnelles comme celle sur la une du journal apparu le 14-10-

2009, le traitement intense des informations relatives au sujet, le nombre de pages qui lui sont consacrés, les manchettes et les titres, et aussi le style rédactionnel.

Il reste à mentionner que le 11 octobre 2009 est le premier jour de tout un processus d'évènementialisation médiatique. Ce jour là, le journal s'intéressa au match avant de jouer un autre match décisif et aussi important et qui n'a pas connu le même traitement.

En conséquence, le large public recevait quotidiennement des doses émotionnelles par le journal mais aussi par d'autres médias. Donc, les pressions étaient au rendez- vous, les espérances et les attentes étaient grandioses, et bien entendu les résultats devront impérativement être à l'auteur. Mais au-delà de ces résultats, les relations entre deux peuples, entre deux Etats, entre deux pays ayant des liens fraternels, se retrouvent en crise. Est ce que la vraie cause est le ballon ou le match ?

Même si on avoue qu'il existe des antécédents ou d'autres causes qui ont influençaient les relations entre les deux pays, il est nettement clair que la cause majeure de ce malaise, de cette crise, de ces conséquences consiste dans le traitement et le ressort médiatique qu'a pris l'événement.

Et en vu donc d'éviter la reproduction de telles conséquences, les recommandations que je préconise seront :

- L'organisation de campagnes informatives auprès du large public en vue de le sensibiliser et de lui faire acquérir une culture médiatique car il existe d'autres conséquences inaperçues et qui sont du même ressort négatif. Il faut donc œuvrer à créer et à consolider une culture de consommation des produits médiatiques.

- Insertion d'une matière ou au moins un chapitre au niveau des établissements scolaires qui aura une finalité de fournir aux enfants une éducation aux médias.

- Instauration d'une instance journalistique professionnelle indépendante qui aura pour mission de sensibiliser les médias, de leur offrir des consultations et de les contrôler éthiquement sans avoir une autorité directe sur eux afin d'éviter toute question relative à l'indépendance et à la liberté de la presse. Elle se contentera donc de prononcer son avis et le mettre à la disposition du grand public.

- Fournir plus d'effort afin de garantir la professionnalisation et la promotion du journalisme, et ceci peut être réalisé par plus de formation professionnelle.

Conclusion :

C'est vrai qu'on s'est rendu compte par la présente étude que les dérives du traitement médiatique par l'introduction des émotions et le non respect des codes de principes (manque de professionnalisme) et le sur-traitement des informations, ont des conséquences dangereuses et palpables sur nos sociétés et sur notre espace public.

Mais ce qu'il faut craindre le plus, se sont les autres événements événementialisés avec d'autres conséquences souvent inaperçues. On communique par les médias des valeurs, des modes de vie et énormément de choses auxquelles on n'attribue pas souvent d'importance et pourtant, elles ont des conséquences très graves.

C'est pour ça, je pense, qu'il est toujours important de développer les études des médias et de faire évoluer ces métiers pour pouvoir servir l'intérêt public car les médias sont des armes à double tranchant, il faut œuvrer toujours à les mettre sur le droit chemin (de la professionnalisation) sinon on risque de ne récolter que les inconvénients. C'est que le traitement médiatique de l'information joue un rôle hyper- important dans la transcription de la réalité et la transmission des idées et des informations et même des réactions.

❖ **Références bibliographiques**

- (1) Jean-Michel Salaün. **Les sciences de l'information en question**. In: Réseaux. N58. Volume 11. 1993. P15.
- (2) Patrick Charaudeau. **Les médias et l'information**. Institut national de l'audiovisuel. 1^{ère} édition. Edition « De Bpeck université ». Bruxelles. 2005. p9.
- (3) Beatriz Padilla Villarreal. **L'agenda médiatique et la construction sociale de l'incertitude**. Magasine de la communication de crise. Observatoire international des crises. 2007. p3.
- (4) Guy Lochard. **Genres rédactionnels et appréhension de l'événement Médiatique**. In revue: Réseaux. 1996. volume 14 n°76. p89.
- (5) Ibid. p89.
- (6) Pacrick Charaudeau. Op. cit. p12.
- (7) **Secrétariat d'Etat auprès du premier ministre chargé de la communication**. Le livre de la communication. 2009. p46.
- (8) Ibid. p46.
- (9) Mark Raboy. **Crise des médias**, crise de société. In : revue de communication. Volume14. N01. 1993. p100.
- (10) Erik Neveu. **Médias, mouvements sociaux**, espace public. In : Réseaux. Volume17. N98. 1999. p21.
- (11) Ibid. p22.
- (12) Ibid. p25.