

# Mémoire fin de cycle

Université Abderrahmane Mira- Bejaïa  
Faculté des Sciences Humaines et Sociales  
Département des sciences humaines  
Spécialité : Communication

En vue de l'obtention du diplôme de master en science de l'information et  
de la communication

Option : communication et relations publiques

## Thème

**L'impact de la communication médiatisée sur le  
développement local**

**Cas pratique : LA RADIO SOUMMAM .BEJAIA**

Réalisé par :

Hammoudi souelene

Idjeraoui dihia

Encadré par :

Mme IFOURAH Rabiaa Née DIB

Année Universitaire : 2020 /2021

***Au terme de ce modeste travail, d'abord nous tenons remercié le bon Dieu tout puissant qui nous a donnée la force et le courage, la santé et la patience pour bien mener notre recherche.***

***A cette effet, nous tenons à exprimer nos profonde gratitude à notre chère promotrice Madame : IFOURAH Rabiaa pour le temps qu'elle à consacré et pour les précieuses informations qu'elle nous à prodigués avec intérêt et compréhension.***

***Par ailleurs, nous témoignons notre connaissance à tous les enseignants de la faculté des Sciences humaines de l'université de BEJAIA qui ont contribué à notre formation durant tout notre cursus universitaire.***

***On s'adresse aussi nos vifs remerciements à tout le personnel de la « radio Soummam » qui nous ont apportés leurs aides durant la période de notre stage.***

***Nos profond et sincère remerciements à nos familles pour leurs encouragements et leurs aides financières et morales.***

***Enfin on ne laisse pas cette occasion passer, sans remercier tous ceux qui ont contribué de près où de loin à la réalisation de ce mémoire.***

MERCI

## DÉDICACE

JE DÉDIE CE MODESTE TRAVAIL :

À MES DEUX CHÈRES PARENTS : HAMID ET NADIA

QUI N'ONT JAMAIS CESSÉ, DE FORMULER DES PRIÈRES À MON ÉGARD, DE ME SOUTENIR ET DE M'ÉPAULER POUR QUE JE PUISSE ATTEINDRE MES OBJECTIFS

À MES DEUX FRÈRES : LAHLOU, GHILAS

À MES SŒURS : CÉLINA , ANAÏS

À MA CHÈRE SŒUR ET SON MARI : CÉLIA ET HAMZA

POUR LEURS SOUTIENS MORaux ET LEURS CONSEILS PRÉCIEUX TOUT LONG DE MES ÉTUDES

À MA CHÈRE BINÔME : DIHIA ,SON OUBLIER TOUTE SA FAMILLES

POUR SON ENTENTE ET SA SYMPATHIE

À MON CHER: AGHILAS

À MES CHÈRES AMI(E)S:NAIMA,IMANE ,YAMINA ET ZAHIR

POUR LEURS AIDES ET SUPPORTS DANS LES MOMENTS DIFFICILES

SOUELENE

**À TOUTE MA FAMILLE**

**SOUELENE**

## DÉDICACE

JE DÉDIE CE MODESTE TRAVAIL

À MES DEUX CHÈRES PARENTS : MOHAMMED ET NADJIA

QUI N'ONT JAMAIS CESSÉ, DE FORMULER DES PRIÈRES À MON ÉGARD, DE ME SOUTENIR ET DE M'ÉPAULER POUR QUE JE PUISSE ATTEINDRE MES OBJECTIFS

À MES DEUX TRÈS CHERS FRÈRES : SAÏD ET LYDIA

POUR LEURS SOUTIENS MORAUX ET LEURS CONSEILS PRÉCIEUX TOUT LONG DE MES ÉTUDES

À MON CHAT « ROSA »

À MA CHÈRE BINÔME : SOUELENE , SON OUBLIER TOUTE SA FAMILLE

POUR SON ENTENTE ET SA SYMPATHIE

À MES CHÈRES AMI(E)S : NAÏMA , IMANE , YAMINA ET DJIDJI

POUR LEURS AIDES ET SUPPORTS DANS LES MOMENTS DIFFICILES

**SODihia**

**À TOUTE MA FAMILLE**

**DIHIA**

**La liste des abréviations :**

<b>Abréviation</b>	<b>Signification</b>
<b>TV</b>	Télévision
<b>TNT</b>	Internet
<b>ARAP</b>	Advanced research project agency
<b>CA</b>	Communication avancée
<b>USA</b>	United state American
<b>DL</b>	Développement local

# **Sommaire**

# Sommaire

---

<b>Introduction générale.....</b>	<b>01</b>
-----------------------------------	-----------

## **Cadre méthodologique**

### **Chapitre 1 : l'analyse conceptuelle**

<b>1-la problématique .....</b>	<b>05</b>
<b>2-les hypothèses .....</b>	<b>06</b>
<b>3-définitions des concepts clés.....</b>	<b>08</b>
<b>4-les indicateurs de la recherche .....</b>	<b>10</b>
<b>5-les raisons de choix de thèmes.....</b>	<b>11</b>
<b>6-les objectifs de la recherche .....</b>	<b>12</b>

### **Chapitre 2 : démarche méthodologique**

<b>1-l'approche théorique de l'étude .....</b>	<b>14</b>
<b>2-les études antérieures .....</b>	<b>15</b>
<b>3-les méthodes et techniques utilisées .....</b>	<b>18</b>
<b>4-l'échantillon et type d'échantillonnage .....</b>	<b>20</b>
<b>5-les difficultés rencontrées .....</b>	<b>20</b>

### **Cadre théorique :**

### **Chapitre 3 : la communication médiatisée et la communication de masse**

<b>Introduction .....</b>	<b>23</b>
---------------------------	-----------

<b>Section1 : aperçue générale sur la communication.....</b>	<b>24</b>
--	-----------

<b>Préambule .....</b>	<b>24</b>
------------------------	-----------

<b>1-les moyens de communication .....</b>	<b>25</b>
--	-----------

<b>2-les modèles de la communication .....</b>	<b>25</b>
--	-----------

<b>3-les enjeux de communication .....</b>	<b>29</b>
--	-----------

<b>4-les principaux objectifs de communication .....</b>	<b>32</b>
--	-----------

<b>5-les caractéristiques de la communication .....</b>	<b>33</b>
---	-----------

# Sommaire

---

Conclusion.....	34
<b>Section2 : la communication médiatisée .....</b>	
Préambule .....	35
1-définition de la communication médiatisée .....	35
2-la médiation dans le domaine de la communication médiatisée.....	35
3- distinction entre la communication médiatique et la communication médiatisée .....	37
4-différence entre la médiatisation et médiation .....	37
Conclusion .....	38
<b>Section3 : la communication de masse.....</b>	39
Préambule .....	39
1-l'histoire de la communication de masse .....	39
2-définition de la communication de masse .....	40
3-les fonctions de la communication de masse.....	40
4-les avantages et les inconvénients de communication de masse .....	41
5- la radio comme moyen de communication de masse.....	41
Conclusion.....	42
<b>Chapitre 4 : le développement local</b>	
<b>Introduction .....</b>	
<b>Section1 : généralités sur le développement local .....</b>	<b>45</b>
Préambule .....	45
1-définition de développement local .....	45
2-origines de concept .....	46
3-les intervenants de développement local.....	47
4-dimensions de développement local .....	48
5-les objectifs de développement local .....	48
6-les composants de développement local .....	49

## Sommaire

---

Conclusion .....	52
<b>Section 2 : la pratique de développement local .....</b>	
Préambule .....	53
1-exemples concrets de développement local dans le monde .....	54
2-les facteurs de développement local .....	55
3-conditions de développement local .....	56
4-aperçue général sur le développement local en Algérie .....	56
Conclusion .....	58
<b>Partie pratique</b>	
<b>Chapitre 5 : présentation de la radio Soummam et sa programmation</b>	
<b>Section 1 : présentation de l'organisme : la radio Soummam .....</b>	
1-présentation de la radio Soummam .....	61
2-l'effectif de la radio Soummam .....	61
3-les moyens et le matériel technique de la radio Soummam.....	62
4-puissance des émetteurs.....	62
5-les procédures de la rédaction à la radio Soummam .....	62
6-la grille des programmes de la radio Soummam .....	63
7-les missions de la radio Soummam.....	63
8-les objectifs de la radio Soummam.....	64
9-les caractéristiques de la radio Soummam.....	64
<b>Section 2 : les étapes de réalisation de l'enquête .....</b>	
1-la pré-enquête .....	66
2-le déroulement de l'enquête .....	66
3-lecture récapitulative des programmes de la radio Soummam.....	68
4-synthèse de la lecture des programmes de la radio Soummam .....	82

# Sommaire

---

## Chapitre 6 : interprétation et analyse des résultats

<b>Section 1 : analyse et interprétation des données .....</b>	
1-caractéristiques de l'échantillon.....	84
2-présentation et analyse des entretiens .....	84
3-synthèse des résultats de l'entretien .....	89
<b>Section 2 : discussion et vérification des hypothèses.....</b>	
1-hypothèse 1 .....	90
2-hypothèse 2 .....	90
<b>Conclusion .....</b>	<b>92</b>

**Liste bibliographique**

**Résumé**

**Annexes**

# **Introduction générale**

# Introduction générale

---

## Introduction :

La communication est l'action de transmettre des informations ou des connaissances entre deux entités et elle cherche à découvrir ce qui est caché.

Grace aux moyens de communication (la télévision, la radio, la presse, l'internet, ...), la communication est médiatisée c'est pour ça que ces derniers deviennent indispensables dans la vie des individus dans différents activités pour atteindre des nouveautés et l'actualité. Et à partir de là qu'on peut dire que la communication médiatique a un effet positif d'ouverture sur d'autres monde et d'acquérir de nouvelles connaissances dont elle bénéficie de nombreuses recherches qui sont les effets immédiats des médias.

Le rôle des médias est de recueillir dans un premier temps des informations auprès de source d'information, en leur assurant la protection des sources d'informations pour acquérir un audience, donc pour protéger la culture de notre région et pour assurer la transmission de ce dernier aux générations futures ,le médias de masse qui est « la radio » est considéré comme le moyen de communication adéquate pour tout ça en transmettant des informations sur la culture ,le patrimoine, la civilisation ,...après de la populations kabyle par ses différentes émissions malgré les difficultés qui rencontrent les journalistes et animateurs ,cette radio est nommé par « la radio Soummam »la ont a entamé notre stage pratique ,qui est une radio local existée depuis 1996.

Notre travail se subdivise en trois parties ; le cadre méthodologique, la partie théorique et la partie pratique.

Le cadre méthodologique contient deux chapitres, le premier portera le nom de : l'analyse conceptuelle, il contient :la problématique ,les hypothèses, la définitions des concepts clés ,les indicateurs de la recherche ,et les raisons de choix de thème et enfin on terminera par les objectifs de notre recherche ,le deuxième chapitre ;démarche méthodologique qui englobe les titres suivant ;approche théorique de l'étude ,les deux études antérieures ,les méthodes et techniques utilisées ,l'échantillon et le type d'échantillonnage et on finira quelques difficultés rencontrés .

La partie théorique a deux chapitres, le premier portera sur la communication médiatisée et la communication de masse il est subdivisé en trois sections, la première consiste sur une aperçue sur la communication en général qui contient les titres suivant : un préambule, les moyens de communication, les modèles de communication, les principaux objectifs et se termine par les caractéristiques de la communication et une petite conclusion ,la deuxième section se focalise sur la communication médiatisée ,là où on a commencé par un préambule qui existe dans chaque section ,la présentation de la communication médiatisé ,sa définition ,ensuite on a parlé sur la médiation dans le domaine de la communication médiatisée, puis la différence entre la médiatisation et médiation et enfin une petite distinction entre la communication médiatique et la communication médiatisée et une conclusion.

La dernière section qui porte le titre de la communication de masse portera : un préambule, l'histoire de la communication de masse, définition de la communication de masse, les

# Introduction générale

---

fonctions de la communication de masse, les avantages puis les inconvénients de la communication de masse, et une conclusion.

Le deuxième chapitre nommé le développement local, il a deux sections, la première commence par un petit préambule, définition de D.L, origine de concept, les intervenants de D.L, les dimensions de D.L, les objectifs de D.L, et les composantes de D.L.

Pour la deuxième section nommé la pratique de développement local, qualifié d'un préambule, exemples de D.L dans le monde, les facteurs de D.L, les conditions de D.L, et on finira la section par une aperçue général sur le développement local en Algérie.

La dernière partie pratique comporte deux chapitres, le premier se focalise sur : la présentation des données (les lieux de stage et données), le deuxième chapitre se concentre sur : l'analyse et interprétation des données, résultats et discussion des résultats.

Nous avons conclu notre travail de recherche avec une conclusion général, la liste bibliographique et les annexes.

# **Cadre méthodologique**

# **Chapitre 1 : l'analyse conceptuelle**

# Chapitre 1l'analyse conceptuelle

---

## 1/ La problématique

Le développement local est connu à travers le monde par l'amélioration de mode de vie et de différents secteurs d'activités il a pour but d'ouverture a d'autres espaces et donner sens entités territoriales qui fait référence à un pays ou une subdivision, ou une fédération, ou un groupement d'état, donc le développement local est un processus de transformation et d'évolution à long terme.

Parmi les principaux objectifs développements locale la mobilisation de toutes les potentialités, et améliorer le niveau de vie de citoyen aussi l'élaboration et fonctionnement des développements grâce à la communication qui figure comme l'un des facteurs communs après le facteur humain : « la communication permet d'établir une relation entre des personnes, entre des objets ou entre des personnes et des objets. Elle désigne soit l'action de communiquer, soit le résultat de cette action »<sup>1</sup>. Donc elle est indispensable pour assister et accompagner le processus de développement dans déférents domaines notamment le domaine d'action.

Parmi les types de communication, ou la communication médiatisée qui « se fait par l'intermédiaire des médias écrite, audiovisuels, électronique ou des discours de communication dans les lieux et par voie d'affiche et annonces exposer aux public, cette dernière soit sous forme d'une diffusion, d'une proximité ou de masse ».<sup>2</sup>

Le lien entre la communication et le développement constitue d'abord une action planifiée qui facilite le dialogue, ensuite elle regorge des relations qui nécessite d'être décortiqué. Donc la communication est considérée comme un outil décisif pour promouvoir un développement. Son utilité réside dans l'utilisation de la communication par la population afin de conduire vers un changement et se développer à partir d'offre de nouveau moyen d'expression.

On peut dire que si le développement peut être comparé au tissage d'une étoffe, le fil de communication peut en tisser durablement le trame.

Le développement local se concrétise aussi par l'utilisation de différents moyens de transmission de l'information comme la radio, elle se définit comme étant un ensemble des procédures et des techniques permettant la transmission instantanée et plus au moins de sous quels qu'ils soient, après analyse codage et transformation en ondes »<sup>3</sup>

Alors, la radio diffuse les besoins et réclamation porté par les individus, elle est considérée comme moyen qui s'approche auprès de public et qui répond à leurs demandes.

En Algérie la radio locale est considérée comme moyen de communication qui véhicule des idées, des besoins d'une population, à partir de là, on peut dire que la radio joue le rôle

---

<sup>1</sup> BERTRAND Claude-jean, « introduction à la presse.la radio et la télévision » 2eme édition Eclipse, 1995, p14

<sup>2</sup> Projet de loi de Madagascar portant code de la communication médiatisée, PDF consulté le : 18/04/2021 à 14 :00.

<sup>3</sup> BALLE FRANCIS. « Dictionnaire des médias », Larousse, paris, 1998, p50.

# Chapitre 1l'analyse conceptuelle

---

d'intermédiaire entre les problèmes portés par la population et les responsables de la collectivité. On trouve parmi ses stations radiophoniques « la radio locale. Bejaïa « anciennement appelé « radio Soummam » qui à commencer à diffuses ses programmes depuis le 19/02/1996.

La radio de Bejaïa est l'une des sources d'information et de divertissement de l'ensemble d'auditeur et d'auditrices, elle leurs propose quotidiennement vingtaines de rendez-vous d'information afin de traiter différents sujets dans chaque domaine. Alors nous voulons associer la radio comme moyen de communication médiatisée au développement locale, afin d'essayer d'étudier l'apport de la communication médiatisée par la radio Bejaïa dans le développement local de la région.

Donc, dans notre mémoire de fin d'étude, on va essayer de répondre à la problématique suivante :

Quels est l'impact de la communication médiatisée pratiquée par la radio Soummam sur le développement locale de la région de Bejaïa ?

A partir de la question principale, dérive deux questions secondaires qui sont ;

- Comment la radio Soummam contribue à répondre aux attentes de la société bejaoui en matière de développement locale ?
- Quels sont les objectifs de l'émission radiophonique « développement dans les communes » relatifs au développement locale de la région de Bejaïa ?

## 2/ les hypothèses de recherche :

Une hypothèse c'est la réponse provisoire aux questions décortiquée dans la problématique, elle se définit par plusieurs définitions :

« L'hypothèse est envisagée comme réponse anticipée que le chercheur forme sa question spécifique de recherche »

« L'hypothèse est un énoncé qui prédit une relation entre deux ou plusieurs termes et impliquant une vérification empirique »

« L'hypothèse est une prédiction émise par le chercheur quant aux résultats de sa recherche »

Face aux questions que nous avons citée dans notre problématique, nous avons adopté les hypothèses suivantes ;

- La radio Soummam contribue par un programme riche, en différents émissions dans différents domaines afin de répondre aux besoins de la société BEJAOUI en matière de développement local.

## Chapitre 1l'analyse conceptuelle

---

- L'émission radiophonique « développement dans les communes » a pour but principal de tisser des liens entre les citoyens et les responsables de la commune concerné, et essayer d'éveiller les consciences des BEJAOUI en développement locale.

# Chapitre 1l'analyse conceptuelle

---

## 3/définition des concepts clés :

Afin de faciliter la compréhension de l'ensemble des éléments présenté dans notre travail, il est important de définir les concepts clés qui se composent de (impact, communication médiatisée et développement locale).

Selon MAURICE ANGERS « est un processus de concrétisation des observations a faire dans la réalité, il faut d'abord faire ressortir les concepts de l'hypothèse ou de l'objectif de recherche, il faut ensuite décomposer chaque concept pour dégager les dimensions a considérer, plus chaque dimension doit être décortiquée pour être traduite en indicateurs ou a variables, notamment avec la méthode expérimentale ». <sup>4</sup>

### 3-1/l'impact :

Etymologiquement le concept « impact » vient du latin « impactus » qui est le fait pour un corps, un projectile de venir frapper un autre. <sup>5</sup>

« le terme désigne les effets, les conséquences d'une action ,d'une décision ,d'une réforme institutionnelle, sur les individus et sur le milieu social ,utiliser avec précaution en sociologie du fait de la complexité des retentissements directs et indirects ,immédiates et lointains ,d'une action, il est retenu dans les études socio-économiques et économique-politiques pour étudier les conséquences de modifications économiques, technologiques ,organisationnelles (du point de vu de pierre ansart/étude de l'impact ) <sup>6</sup>.

« L'impact est le fait de venir heurter quelque chose ou la collision, le choc entre deux corps » <sup>7</sup>

Le mot impact à plusieurs synonymes ;

Effet, choc, collision, conséquence, effet, heurt, influence ...etc.

### Exemple :

Impact de la communication sur la population.

### Définition opérationnelle :

Selon notre thème de recherche L'impact c'est l'effet produit par la radio et l'action exercé d'une manière paisible sur la population locale.

---

<sup>4</sup> MAURICE ANGERS, initiation pratique de la méthodologie des sciences humains, édition casbah université, 1996, p109

<sup>5</sup> Dictionnaire le petit Larousse illustré ,2014

<sup>6</sup> Dictionnaire de sociologie le robert seuil.

<sup>7</sup> ALBERT JACQUARD, topictionnaire, le dictionnaire de politique, édition mon toupie, 1925-2013. P

# Chapitre 1l'analyse conceptuelle

---

## 3-2/la communication médiatisée :

« La communication médiatisée est toute forme de communication utilisant un dispositif technologique-un média que qu'il soit-par exemple une émission de télévision, un film, une séance, dans une classe virtuelle, la consultation documentaire sur le net, un forum de discussion, une correspondance interclasse, un journal ou un site web d'école, etc. »<sup>8</sup>

« La communication médiatisée est constituée par le processus qui permet à un ou plusieurs émetteurs, ou encore à un émetteur collectif de diffuser des messages au moyens d'un dispositif technique (texte imprimé, écran, micro) vers un ou plusieurs récepteurs. Dans cette acception « médiatisée » en opposition a « immédiat » signifie qu'on se sert d'un instrument de médiation c'est-à-dire d'un outil technologique donné »<sup>9</sup>

## Définition opérationnelle :

Dans notre mémoire de fin d'étude, la communication médiatisée est la forme de la communication de masse diffusée par la radio Soummam (transmissions des messages et d'information par émissions radiophoniques).

## 3-3 le développement local :

« Le développement local est un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de coordination de ses ressources et de ses énergies, il sera donc le produit des efforts de sa population, il mettra en cause l'existence d'un projet de développement intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles, il fera un espace de contiguïté un espace de solidarité active »<sup>10</sup>

« le développement local est un processus grâce auquel la communauté participe au façonnement de son propre environnement dans le but d'améliorer la qualité de vie de ses résidents, cette démarche nécessite une intégration harmonieuse des composantes économiques ,sociale, culturel, politique et environnemental, la composante économique devient souvent une priori vu l'importance pour chacun d'être en mesure de gagner ca vie et de su devenir de manière satisfaisante à ses besoins et ceux de ses proches ,cette approche est avant tout un phénomène humaine ou les projets de l'action pus que les institutions et les politiques ,mobilisent l'ensemble des intervenants de la communauté de chacun des arrondissements »<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> MEUNE JEAN-PIERRE et PERAYA DANIEL

<sup>9</sup> BERNARD Claude-jean, médias : introduction a la presse, la radio et la télévision,2eme édition ellipse ,1995, p15

<sup>10</sup> XAVIER GREFF (1984) in kheladi mokhtar, développement local, édition de l'office des publications universitaires du même auteur 2012, p31.

<sup>11</sup> Selon le PDF « développement locale/sommet de Montréal 2003/groupe de travail » consulté le 13avril à 14h :30.

# Chapitre 1l'analyse conceptuelle

## Une définition opérationnelle :

Dans notre recherche de fin d'étude, le développement local est un processus qu'on va essayer d'étudier à partir de la contribution de la radio Soummam dans l'amélioration de la qualité de vie de ses résidents et son environnement.

## 4/les indicateurs de la recherche :

Les indicateurs de la recherche sont définis comme « un élément d'une dimension donnée observable dans la réalité, il constitue la trace et le signe d'un phénomène »<sup>12</sup>,

Les indicateurs sont donc, des données et des indices sur la situation d'étude.

Concepts	Dimensions	Indicateurs
La communication médiatisée	<ul style="list-style-type: none"><li>La radio Soummam de Bejaia</li></ul>	<p>Des émissions informatives (qui touchent tous les domaines de la vie quotidienne de la wilaya de Bejaia) :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Bonjour Soummam</li><li>Technologie et informatique</li><li>Le développement dans les communes</li></ul> <p>Des émissions religieuses :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Prière de vendredi</li><li>Louange religieuse</li><li>Réflexions coraniques</li></ul> <p>Des émissions pour divertissement :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Chansons et activation</li><li>Pause chant</li><li>Les beaux-arts</li><li>Jeux avec route de sécurité</li></ul> <p>Des émissions pour les jeunes :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Partager avec les jeunes</li></ul> <p>Des émissions pour la famille :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Journal de l'éducation et de la formation</li></ul>

<sup>12</sup> ANGERS MAURICE, initiation pratique de la méthodologie des sciences humaines, édition casbah université 1996, p30

## Chapitre 11'analyse conceptuelle

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revue de famille</li> </ul> Des émissions pour enfant : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bourgeons de Soummam</li> </ul> Des émissions sportives : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Directement des stades</li> </ul> Autres : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Service publique</li> <li>• Avec les associations</li> <li>• Notions</li> <li>• Différentes opinions, une vérité</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'émission « développement dans les communes »</li> </ul>	Le but de l'émission est d'informer et sensibiliser la citoyenneté de la région de Bejaia et essayer de trouver des solutions pour quelque problème en essayant de tisser des relations avec le P.A.P.C et les citoyens s de commune concerné.

le développement durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement local et généralités dans le monde</li> <li>• Pratique de développement local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les interventions de développement local</li> <li>• Les dimensions de développement local</li> <li>• Les objectifs de développement local</li> <li>• Exemples de développement local</li> <li>• Les facteurs de développement local</li> <li>• Les conditions de développement local</li> <li>• Développement local en Algérie</li> </ul>
--------------------------	---	--

### 5-les raisons de choix de thèmes :

« Vouloir entreprendre une recherche en sciences humaines c'est vouloir approfondir un sujet choisi en fonction de son intérêt, le choix de sujet d'évaluation de la faisabilité d'une recherche, représente le premier moment de la formulation de problème de recherche »<sup>13</sup>

<sup>13</sup> ANGERS MAURICE, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition casbah, Alger, 1997, p78

## Chapitre 1l'analyse conceptuelle

---

Parmi les raisons qui nous ont poussés à choisir ce thème de « l'impact de la communication médiatisée sur le développement local », sont comme suit :

- Tout d'abord connaître le lien et la relation entre la communication médiatisée avec notre spécialité (communication et relation publique), ainsi que son importance sur le développement local.
- Ce sujet nos sert à acquérir des connaissances dans le domaine de la communication et plus particulièrement « la communication médiatisée ».
- Connaître l'importance et le rôle des médias en précisement « la radio » sur le développement local.
- Démontrer la place et le rôle de la communication médiatisée dans le champ de l'audiovisuels des auditeurs.
- Faire connaître au public le rôle de la communication médiatisée, et mieux connaître ses fonctions dans notre lieu de stage pratique (la radio Soummam)

### 6-les objectifs de la recherche :

Chaque recherche scientifique vise à atteindre des objectifs dans leurs positifs

« Le point de départ d'une science réside dans la volonté de l'homme de se servir de sa raison pour comprendre

- Cette étude vise à cerner l'ensemble des activités exercé par la radio et son fonctionnement vis-à-vis des revendications sociales dans le développement local.
- Pratiquer et appliquer sur notre thème la méthodologie que nous avons étudiée durant tout le cursus universitaire.
- Découvrir l'importance des émissions émises par la radio Soummam et leur impact sur la société BEJAOUI.
- Connaître les différents programmes diffusés par la radio Soummam notamment leurs relations avec le développement locale de la wilaya de Bejaia.

# **Chapitre 2**

## **Démarche méthodologique**

## Chapitre 02 : démarche méthodologique

### 1/l'approche théorique de l'étude :

Nous avons opté pour l'approche fonctionnaliste pour bien préciser et orienter notre recherche et aussi c'est l'approche adéquate à notre thème de recherche et qui met en lumière les fonctions des médias dans la société.

- **Introduction /histoire de l'approche théorique fonctionnaliste :**

« En sciences sociales et humaines ,les approches fonctionnalistes et les sciences de l'information et de la communication n'y échappent pas ,sont nombreuse et diversifiées ,déjà dans les années 1950,il s'est distinguaient environ 12 courants du fonctionnalisme, on parle tantôt d'approches de théorie ,voire d'écoles pour notre nous préférons parler d'approches fonctionnalistes ,dans la mesure où nous souhaitons insister sur la manière dont on aborde ,dans ce cadre ,la communication de l'organisation car c'est bien de cela qu'il s'agit comme nous les monterons dans notre recherche .

Néanmoins, comme plusieurs approches classiques initialement élaborés en sociologie et en anthropologie, le fonctionnalisme ou l'analyse fonctionnelle, s'est construit dans le but d'expliquer le fonctionnement global de la société.

Les approches fonctionnalistes de la communication se penchent sur l'information et les messages qui circulent dans l'organisation (communication interne) et plus largement à l'extérieur (communication externe) »<sup>14. i</sup>

- **Définition de fonctionnalisme :**

Est un paradigme qui consiste à privilégier la fonction ou le rôle des choses ou des phénomènes au détriment de leur forme ou leur structure, ce courant fonctionnaliste en sociologie doit beaucoup à l'œuvre de deux éthologue (Malinowski et Radcliffe-Brown) qui sur les traces de DURKHEIM, posèrent les grands principaux de l'analyse fonctionnaliste.

Ce courant de pensée qui puise ses racines dans l'anthropologie a été dominant en sciences sociales entre les années 1930 et 1960.

- **Besoin, culture, fonction :**

A trois reprises, entre 1914 et 1918, Malinowski anthropologue d'origines polonaise, se rend aux îles trobriandaise, situés dans le pacifiques occidental, il étudié les comportements des tribus indigènes qui habitent cet archipel, parmi ses multiples observations, celles qui concernent la construction des canotes de navigation illustrent bien sa conception du fonctionnalisme.

---

<sup>14</sup> GROSJEAN SYLVIE et BONNEVILLE LUC, la communication organisationnelle, chenelière éducation, Montréal, 2011, p33, 34

## Chapitre 02 démarche méthodologique

---

Observe en effet que cette fabrication s'accompagne de rites magiques si les pirogues sont destinées à la navigation en mer, alors que de telles cérémonies rituelles n'existent pas si les canots sont construits pour la navigation intérieure.

À partir de cette distinction, Malinowski propose une lecture fonctionnelle de rites, la navigation en mer est perçue par les trobriandais, comme une activité périlleuse que le savoir technique ne suffit pas à maîtriser les rites magiques auront pour fonction de calmer les craintes des pêcheurs et de donner confiance aux constructeurs comme aux navigateurs.

L'auteur peut-il esquisser une théorie fonctionnaliste dans laquelle les pratiques sociales dans une culture donnée, peuvent être comprises en établissant la relation avec les besoins primaires qu'elles satisfont ici le besoin de sécurité car :

« La fonction n'est autre que la satisfaction d'un besoin au moyen d'une activité »<sup>15</sup>

### 2-les études antérieures :

Parmi les études antérieures qui sont proches à notre thème de recherche « l'impact de la communication médiatisée sur le développement local »

- **La première étude :**

« Le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère », caspratique « la radio chaîne 2 ».

Cette étude est une recherche de mémoire de fin de cycle de l'année 2018/2019 réalisée par les deux étudiantes (Lahlah Nawal et Messaouden Lydia) sous le thème « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère » est une recherche de mémoire de master dont l'objectif est de répondre à la problématique suivante :

Quel est l'apport de la communication médiatisée par la radio nationale chaîne 2 dans la diffusion de la culture et la langue amazighe ?

Pour répondre à cette problématique les étudiantes ont annoncé deux hypothèses qui sont comme suit :

- La radio chaîne 2 utilise des programmes riches tels que les émissions informatives, culturelles pour la vulgarisation de la culture amazighe en Algérie.
- L'usage de la langue amazighe par la radio chaîne 2 avec ses différentes variantes et variété linguistique joue un rôle actif dans la promotion de la langue amazighe.

---

<sup>15</sup> Dictionnaire de sociologie, Jean Etienne François Bloess, Jean Pierre Noreck, Jean-Pierre Roux, 3ème édition Hatier, p220.

## Chapitre 02 démarche méthodologique

---

Dans le cadre de leurs enquêtes ; elles ont adopté une méthode d'analyse quantitative qui repose sur la technique d'analyse de contenu, qui sert à analyser les programmes diffusés par semaine par la radio nationale chaîne 2 basant sur les points suivants :

- L'heure de diffusion.
- Types de programmes.
- Le sujet des émissions.
- Le public visé et la durée de chaque émission.

Suivie par un questionnaire en quatre axes qui représentent comme suit :

- Axe1 : contient des questions de type fermée concernant les données personnelles des enquêtés.
- Axe 2 : contient des questions relatives aux habitudes de l'audimat de la radio nationale chaîne 2.
- Axe3 : porte sur des questions relatives aux programmes qui contribuent à la transmission de la culture amazighe.
- Axe4 : contient des questions relatives au rôle de la chaîne 2 dans la transmission et la promotion de la langue amazighe.

Ajoutant la technique d'observation, cette dernière a été utilisée dans la phase du pré-enquête, elle consiste d'observer aux premiers le phénomène étudié, dans lequel elles sont assistées à quelque séance au sein de la radio nationale chaîne 2, afin d'observer la communication et la manière de transmission des émissions culturelles, puis par des résultats qui confirment et justifient la question de la problématique et les hypothèses, la communication médiatisée joue un rôle essentiel dans la diffusion de la culture berbère au sein de la radio chaîne 2 qui diffuse des programmes riches, informatifs et culturels.

### Les points de convergences :

- **Les variables et les concepts clés :**

Cette étude porte une variable similaire avec notre thématique qui est « la communication médiatisée ».

- **La méthode d'enquête :**

La méthode suivie dans ce mémoire est différente avec notre thème de recherche, elles ont utilisé la méthode quantitative tandis que la nôtre est la méthode qualitative.

- **La population ciblée et l'échantillon :**

La population ciblée selon les deux études est basée sur la population de la commune de Bejaia, l'échantillon visé est les auditeurs de la radio, les animateurs des émissions de la radio Soummam.

## Chapitre 02 démarche méthodologique

---

### Les points de divergence :

- **L'objectif de l'étude :**

L'objet principal de cette étude est de porter l'intérêt sur le rôle de la communication médiatisée par la radio dans la diffusion de la culture berbère tandis que notre thème porte sur l'impact de la communication médiatisée sur le développement local notamment de la wilaya de Bejaia.

- **L'outil méthodologique de recherche :**

Dans cette étude les étudiantes ont opté pour la technique « d'observation », « questionnaire », et « analyse de contenu », et notre méthode repose uniquement sur « l'observation » et « l'analyse de contenus » et « entretien ».

- **Deuxième étude :**

« Les écrits de la communication médiatisée ; analyse d'un forum de discussion francophone »

Cette étude est élaborée par BENETRA ZOHIR ABDEL HALIM en 2015/2016, c'est un mémoire de master en filière langue française, université ABDELHAMID IBN BADIS /MOSTAGANEM, sous la direction de M. Mohamed el bader tirenifi.

Le but de cette étude est un but préventif qui est d'éviter les conflits au moment du déroulement de l'interaction entre certains maitrisent de deux langues (le français et l'arabe) vu que c'est un travail de département de langue française.

Le travail comprendra deux parties :

- La première partie : elle est pour détailler les outils théoriques en présentent en quoi consiste la communication médiatise.
- La deuxième partie : elle est focalisée sur le langage médiatique particulièrement celui de « tchat », en analysant et examinant différents messages d'un forum de discussion.

Pour ce fait le travail s'articule autour de deux questions centrales :

- Est-ce que les spécifiés lexicales, syntaxiques, et orthographiques, des messages, souvent sont le reflet des interlocuteurs ?
- Ces spécifiés relèvent-elles d'une norme linguistiques propre aux forums de discussions ou s'applique-t-elle par des lacunes en matière de maitrise des règles de la langue ? et une hypothèse qui est l'utilisation de l'ordinateur entant qu'outil de communication instantanée et rapide entre les individus, induit une variabilité dans l'utilisation de l'écrit et générant ainsi nouvelle forme de discours.

## Chapitre 02 démarche méthodologique

---

« Depuis l'avènement de l'ordinateur, certains dispositifs techniques ont permis la communication avec d'autres individus par l'intermédiaire des réseaux informatiques (...) aujourd'hui des millions d'individus se sont appropriés ces environnements pour y développer une pratique d'échanges interpersonnels »<sup>16</sup>

Là où il explique l'objet d'étude de la communication médiatisée qui a commencé à être un objet d'étude en 1980 dans les milieux universitaires dans différentes disciplines

Pour la partie pratique leurs objectifs étaient de retrouver un site ou au moins un salon de chat fréquenté seulement par des algériens

A cet égard ils ont choisi un site <http://www.pressalgeria.fr/chat.php>, En l'analysant comme un travail virtuel du terrain d'étude.

### 3-méthode et technique utilisée :

Le but de cette étape est de vérifier nos hypothèses de l'étude et d'atteindre les objectifs souhaités.

Pour un chercheur l'utilisation de la méthode et la technique sont indispensables pour le bon fonctionnement de sa recherche et pour mener notre recherche à terme.

#### 3-1/la méthode utilisée :

On a opté pour la méthode qualitative qui est « un ensemble des opérations intellectuelles par lesquelles une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démontrés, les vérifiés ». <sup>17</sup>

Dans le cadre d'approfondissement de nos connaissances sur le phénomène et afin de valider ou d'invalider les hypothèses de notre problématique qui vise à vérifier l'impact de la communication médiatisée sur le développement local et son rapport avec les médias notamment la radio Soummam, on a choisi la méthode qualitative car elle justifie la nature de notre thème qui demande une analyse qualitative approfondie du phénomène étudié.

#### 3-2/les techniques de recherche :

##### A/l'analyse de contenu :

A partir de là, on va traiter et analyser les programmes diffusés par semaine par la radio Soummam, on se basant sur les points suivants :

- Le nom de l'émission.
- L'heure de diffusion.
- Types de programmes diffusés.

---

<sup>16</sup> Jean François marcotte, « interaction en réseaux et communautés virtuelles », 2001, p05.

<sup>17</sup> ANGERS MAURICE, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition casbah Alger, 1997, p57.

## Chapitre 02 démarche méthodologique

---

- Le public visé.
- La durée des émissions.

### **B/l'observation :**

Comme technique secondaire, nous avons eu recours à la technique de l'observation afin de mieux cerner notre recherche et d'enrichir les informations collectées.

Cette technique constitue presque la toute première démarche dans notre recherche scientifique, elle permet de s'acquiescer de réalité observer de près le phénomène étudié.

De ce fait nous avons assisté à quelques séances au sein de la radio Soummam afin d'observer la communication et la manière de transmissions notamment dans différents domaines (santé, culture, éducation,...), aussi d'avoir l'ensemble des informations primaires sur la radio Soummam, ainsi de vérifier l'échantillonnage à étudier et vérifier l'adéquation entre le phénomène posé et la réalité sur le terrain, et le type de l'observation utilisé lors de notre recherche afin d'enrichir les informations collectées.

### **L'observation participante :**

Dans le cadre de notre étude et en plus de nos observations passives, nous avons aussi participé aux briefings de la radio Soummam, reportage, comme aussi on a présenté une partie de journal de midi qui a été présenté par le journaliste « AREZKI SEDAOUI » dans lequel on a parlé sur deux titres différents, le premier c'était sur le viol des enseignantes algériens à Bordj Badji Mokhtar, et le deuxième c'était sur le sujet de BAC blanc en période de leurs examens.

### **C/l'entretien :**

Dans notre recherche on a voulu faire la technique d'entretien sur laquelle nous voulons basées pour la réalisation de notre enquête sur le terrain et avoir le contact direct avec les enquêtés pour récolter le maximum d'informations qui va nous fournir des réponses au problème posé.

« L'entretien est destiné à recueillir des données qualitatives, les informations ainsi récoltées reflètent le positionnement mental du questionné, l'intérêt de l'entretien est d'associer une probabilité à la pertinence des réponses du questionnaire, tout en testant les éventuels mécanismes de défense du questionné »<sup>18</sup>

« L'entretien est une situation provisoire d'interaction et d'influence essentiellement verbale, entre deux personnes en contact direct avec un objectif préalablement posé »<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> MUCCHIELLI, 2009, p205.

<sup>19</sup> Abdelkrim BOUHAFS, la communication dans l'entreprise, édition offices des publications universitaires, p60

## Chapitre 02 démarche méthodologique

---

### 4-1/échantillon et type d'échantillonnage :

Le choix de l'échantillon est lié à l'objectif de l'étude et aux variables de nos hypothèses, ce dernier est important pour notre étude pour arriver à des résultats plus représentatifs et concrets.

### 4-1/la population de l'étude :

Une population est un « ensemble fini ou infini d'éléments définis à l'avance sur lesquels portent les observations »<sup>20</sup>

Les journalistes, les animateurs, réalisateurs sont la population que nous avons visée au sein de la radio Soummam dont le nombre des travailleurs est de total de 114.

### 4-2/l'échantillon de la recherche :

L'échantillon est défini selon François DEPELTEAU comme un sous ensemble d'éléments d'une population donnée, alors qu'un échantillonnage est l'ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon ». <sup>21</sup>

Notre échantillon de la recherche est constitué de 7journalistes de la radio Soummam qui ont répondu clairement sur nos questions et d'une manière civilisée.

### 4-3/le type d'échantillonnage :

« L'échantillonnage veut dire la définition d'étude qui dépend de l'objet de l'enquête, des hypothèses de travail et le type d'échantillonnage adopté »<sup>22</sup>

Un échantillon probabiliste de type aléatoire simple qui est le procédé le plus élémentaire qui réapparaît à une phase ou à une autre dans les autres sortes d'échantillonnage probabiliste, c'est le type d'échantillonnage qui est adéquate pour les caractéristiques de notre population d'étude car on a possédé d'une manière au hasard a notre échantillon et d'offrir à chaque élément de la population une possibilité connue d'être choisi.

### 5/les difficultés rencontrés :

Durant notre recherche, on a rencontré quelques difficultés qui se résument comme suit :

- L'élément majeur dans nos difficultés est le manque d'ouvrages au sein de notre université et les références relatives à notre spécialité qui est

---

<sup>20</sup> ANGERS MAURICE, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition casbah Alger, p226

<sup>21</sup> DEPELTEAU François, la démarche d'une recherche en sciences humaines, édition de BOECK, Québec, 2000, p214

<sup>22</sup> JAVEAU CLAUDE, enquête par questionnaire : manuel a l'usage du praticien, institut de sociologie ,3eme édition, édition de l'organisation, paris, 1981, p112

## Chapitre 02 démarche méthodologique

---

communication et relations publiques, parce que la majorité des ouvrages sont détériorés.

- Le manque d'expérience sur le terrain.
- La courte période de l'enquête ce qui ne nous a pas permis de recueillir un maximum d'information dans le but d'enrichir notre travail, surtout que le choix des thèmes était proposé en retard dans la fin de mois de février par l'administration.
- La pandémie de covid 19 qui a presque gelé toutes les activités pédagogiques.
- Manque des études antérieures sur notre sujet d'étude.

# **Partie théorique**

## **Chapitre 3**

# **La communication médiatisée et la communication de masse.**

# Chapitre 3la communication médiatisée et la communication de masse

---

## Introduction :

La communication occupe aujourd'hui une place importante dans les médias. Ces dernières sont les moyens de diffusion de l'information à un grand nombre de personnes.

Ce chapitre présente la communication médiatisée et la communication de masse.

La première section donne un aperçu général sur la communication contient les éléments suivants :

Les moyens, les modèles, les enjeux, les objectifs et caractéristiques de communication, ensuite, la deuxième section traite la communication médiatisée ou nous avons traité les points suivants :

La définition, la différence entre la médiatisation et médiation, puis la distinction entre la communication médiatique et la communication médiatisée.

Pour la troisième, on entame la communication de masse : l'histoire de la communication de masse, définition, les fonctions, les avantages et inconvénients de la communication de masse.

# Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

## Préambule

La communication constitue un enjeu important dans la vie humaine, notamment dans différents domaines de la vie quotidienne, elle est présentée portant, c'est l'un des processus complexe de transmission de l'information entre personnes à travers différents moyens : la radio, la télévision, la presse, cinéma, l'internet, ...

## Section 01 : aperçu général sur la communication :

### 1. Les moyens de communication :

#### a. La presse écrite :

Elle est le plus anciens des médias, elle désigne l'ensemble des journaux, elle englobe tous les moyens de diffusion de l'information écrite (quotidiens, hebdomadaire, magazines...), comme elle permet aux lecteurs d'accèdes librement à l'information.

« La définition de la presse tient moins à sa forme et à son contenu qu'à ses caractéristique temporelle. D'ordre social et non technique : sa périodicité comme le souligne LAVOINE Y : non seulement par son interaction, elle se différenciée du livre, mais aussi elle instaure une scansion régulière propre au temps civil. D'abord hebdomadaire puis quotidienne. Aujourd'hui la presse scande la journée avec l'internet. Bouleversement ainsi les principes même de son usage »<sup>1</sup>

Le phénomène de la presse est essentiellement européen, même des formes si des formes élaborées de presse existent aussi en chine et en Corée, les premiers organes de presse au sens modernes voient le jour au début de 17<sup>ème</sup> siècle. Le premier périodique publié et daté de 1605, et parait à Anvers sous le titre « les nouvelles d'Anvers » à la même date un hebdomadaire est lancé à Strasbourg. Au 1615 parait à francfort le premier journal allemand, die Frankfurt postzeilung. Dés 1622 parait le premier journal anglais Weekly news from italy.

Germany, Hungary.... La gazette de « Théophrasterenaudaut » qui est traditionnellement considérée comme le fondateur de la presse française sort en 1631 sous la tutelle bienveillante de riche lieu absorbant au passage le premier titre français « les nouvelles ordinaires de divers endroits »<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sacristie, Valérie, communication et médias, éd foucler, paris, p.103

<sup>2</sup> Albert pierre, histoire de la presse, PUF, parais, 1996. P 96

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

« C'est en chine que paraissent les premiers journaux imprimés grâce aux inventions chinoises dans le domaine de l'impression mais l'initiative est vite abandonnée, en raison de la difficulté à composer rapidement des pages en chinois. En Europe, ils font attendre le moyen âge pour voir apparaître les premières « nouvelles », celle-ci rapportent sans distinction, des anecdotes réelles, des exploits on des histoires fantastiques, souvent recopiées à la main elles sont transportées par les colporteurs d'un village à l'autre, puis placardées en place publique ou lues par un curieux. Mais les gens qui savent lire sont rares, et le recopiage est fastidieux, ce qui freine le développement d'une véritable presse l'invention de la presse typographique par Gutenberg en 1438 ouvre de nouvel horizon et permet d'envisager de véritable publication ; il s'agit révolution technique, puis avec la progression de l'instruction cette révolution devient culturelle et sociale »<sup>1</sup>

Donc la presse écrite a commencé par les journaux, les magazines les revues qui commencent à se développer après l'invention de l'imprimerie par Guetenbeurg en 1438. Alors ces journaux ont un rôle important, elles offrent des informations diverses dans différents domaines.

### **b. La télévision :**

C'est un média de masse, connaît une forte progression, concentré avec quelque support très importants, c'est aussi un média privilégié pour les produits de grande consommation. Comme elle permet de transmettre des informations audiovisuelles, et d'atteindre un public large.

« La télévision est un moyen de diffusion de contenu vidéo contrôlé par des sociétés publiques au privées, titulaire de licence de diffusion délivrée par une autorité publique, achetant des droits de diffusion ou produisant les programmes à destination d'un public défini »<sup>2</sup>

« En 1880, le français Maurice le blanc indique les principes de la télévision telle qu'on connaît aujourd'hui, l'histoire de la télévision est en fait intimement liée à la mise au point des appareils permettent d'analyser l'image par balayage. »

---

<sup>1</sup> PEDLER, Emmanuel, sociologie de la communication, Nathan, paris, 2000.p 55

<sup>2</sup> SACRISTE, Valérie, communication et médias, op.cit. p 161

## Chapitre 03 : la communication médiatisée et la communication de masse

---

Les émissions télévisées ont commencé à diffuser en 1936. En Angleterre seulement, puis aux États-Unis en 1939, suivi par autre pays, à partir 1960 la télévision est devenu un moyen d'Allemand Paul NIKPOW, ce disque était plat, circulaire et perforé d'une série de petit trou disposé en forme de spirale. En tournant le dispositif balayait complètement l'image. En 1897, Ferdinand Braun mit au point le premier tube cathodique, instrument fondamentale de la télévision. L'iconoscope fut inventé par Vldaimir Zworykin en 1923, et le tube de dissection de l'image fut mis au point philo Taylor. Farnsworth Peu de temps après »<sup>1</sup> communication excellence.

### c. La radio :

Ou plus précisément radio communication, est un moyen de communication qui s'affiche dans l'espace aux ondes électromagnétique, comporte des stations radio qui vont transmettre à distance des émissions de radio à travers la fréquence donnée de la station radio, cette dernière peuvent communiquer différents types d'informations : contenus commercial ou associatif, traitement de l'actualité, ...

« Née au début du siècle, la radio prend son essor dans l'entre deux guerres. Dans une situation marquée par le monopole de l'état sur le droit à la diffusion. Les années d'après-guerre et la période 1960-2000 voient, parallèlement de cette modernisation des techniques de radiodiffusion. La disparition de ce monopole qui donne naissance à un paysage radiodiffusion »<sup>2</sup>

L'invention de la radiodiffusion part de la découverte des ondes électromagnétiques ainsi que l'invention du télégraphe.

« L'introduction du concept d'onde dans le champ de la physique va rendre possible l'évolution de la recherche vers la découverte d'un système de transmission de signaux sans fils conducteurs d'énergie mais dans un espace que les ondes structurent en le parcourant.

En 1887, le physicien Allemand Heinrich Hertz (1857-1894) découvre expérimentalement les ondes électriques dont l'existence avait été établie théoriquement par Maxwell dans sa conception générale des ondes, et il construit de la radio proprement dite va être le fait de l'ingénieur Italien Guglielmo Marconi (1874-1937) qui va mettre en œuvre de façon

---

<sup>1</sup> MARSHALL, Macluhan, pour comprendre les médias, éd Mame/senil. Paris, 1968.p 259

<sup>2</sup> ALBERT, PIERRE et autre, histoire de la radio et télévision, PUF, paris, 1981. P 123

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

synthétique l'ensemble des informations dont on dispose à l'époque sur la propagation des ondes »<sup>1</sup>

Donc, grâce au travail du physicien Allemand Heinrich Hertz et GUGLIEMO MARCONI expérimente maximum de système de transmission de signaux et met en œuvre la premier transmission radio en 1895.

Alors, la radio est l'un des moyens de communication les plus influents, il permet de toucher de nombreuse personne au même moment et dans des lieux différents.

### d. L'internet

Ce média permet une réelle interactivité avec les consommateurs ils offrent la possibilité aux internautes de communiquer entre eux, de partager des informations, des photos, des vidéos,

BALLE Francis définit l'internet comme « réseau constitué lui-même par une multitude de réseaux informatique, de dimension locale, régionale, nationale, ou continentale reliés les uns et les autres, l'internet est un mode de communication à l'échelle planétaire accessible à tous (particuliers, entreprise, administration, association...) avec un ordinateur couplé à un modem et par le biais d'un abonnement à un fournisseur d'accès. L'internet permet l'échange de Courier électronique et toute nature ainsi que le commerce électronique »<sup>2</sup>

L'internet donc c'est un réseau informatique mondial, est l'un des moyens de communication qui relie les personnes à travers le monde.

« L'internet est issu du réseau ARPANET, qui à été conçu dans les années 1960 par L'ARPA (Advanced Research Project Agence) pour le département Américain de la défense. A l'origine, il s'agit d'un réseau coopératif d'ordinateurs permettant le partage des données stockées, sur des serveurs distants ainsi que l'échange de message électrique (e-mails) réseau à usage militaire.

ARPANET s'étend alors progressivement aux universités américaines dans les années 1970 »<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> LAMIZET, BERNARD, histoire des médias audiovisuels, éd Ellipses, paris, 1999.p 13

<sup>2</sup> BALLE, Francis, lexique de l'information communication, Dalloz, 1<sup>ère</sup> éd, paris, 2006, p 220.

<sup>3</sup> MAIGRET, Eric, sociologie de la communication de masse, op.cit. p 41

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

L'internet est considéré comme « le réseau des réseaux ».

L'internet de l'évolution du projet ARPANET visent à relier les sites informatiques des universités et institut de recherche travaillant pour le ministère de la défense des USA.

Enfin, l'internet reste toujours l'un des technologies d'interconnexion à distance, il constitue l'un des réseaux télématiques les plus grands au monde qu'on peut contacter avec le monde entier, donc l'internet permet de relier des ordinateurs et leurs permet aussi d'échanger des informations et des contenus à distance, il facilite l'échange des informations et de communiquer avec d'autres personnes.

### 2. Les modèles de la communication

Parmi les modèles de la communication on cite :

#### a- le modèle de Lasswell :

Harold Dwight Lasswell, politologue et psychiatre Américain s'est fait un nom en modélisant la communication de masse à travers les cinq questions. C'est le premier qui s'intéresse à la communication de masse.

Selon lui, on peut décrire le phénomène de la communication en répondant aux cinq questions suivantes : **qui ? / Dit quoi ? / Par quel moyen ? / A qui ? / et avec quel effet ?**

**QUI ?** Correspond à l'étude sociologique, à des milieux et à l'organisme émetteur.

**Dit quoi ?** Se rapporte à l'énoncé du contenu du message.

**Par quel moyen ?** Description et évaluation des techniques utilisées pour diffuser l'information à un instant donné vers une cible donnée.

**A qui ?** vise l'auditoire, ou l'audience, soit la définition la mesure, la localisation des publics récepteurs.

**Avec quel effet ?** Il s'agit d'analyser et d'évaluer les influences qualitatives et quantitatives du message sur l'audience.

Ce modèle conçoit la communication comme un processus d'influence et des interactions humains.

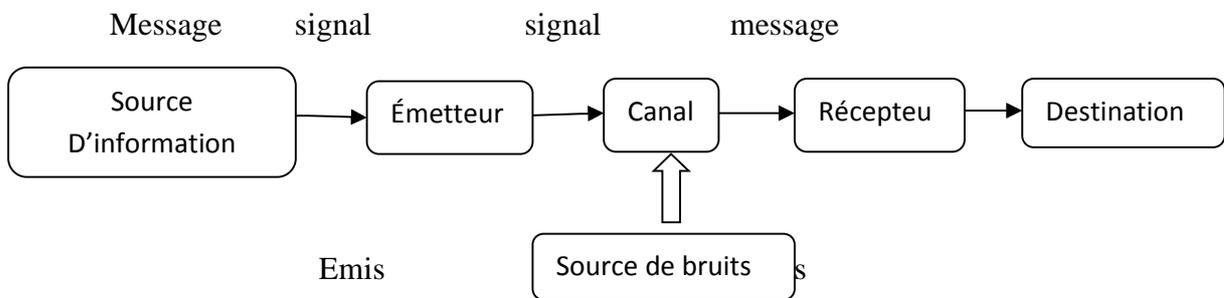
#### B -Le modèle informationnel de Shannon et Weaver (1949)

# Chapitre 03 : la communication médiatisée et la communication de masse

Ce modèle élaboré par Shannon et Weaver (1949) centré sur l'étude d'une transmission optimale d'un message dans tout moyen de communication canalisable.

« Dans ce modèle, la communication est définie comme la transmission de l'information entre deux ou entre deux personnes ; la première condition pour que ce transfert d'information puisse avoir lieu est que celle-ci prenne la forme d'un message codé c'est-à-dire qu'elle soit transformée signes, appartenant à un système, à un code dont la caractéristique majeure est d'être conventionnelle »<sup>1</sup>

Ce modèle désigne de type linéaire, simple de la communication cette dernière y est réduite à sa plus simple expression, la transmission d'un message.

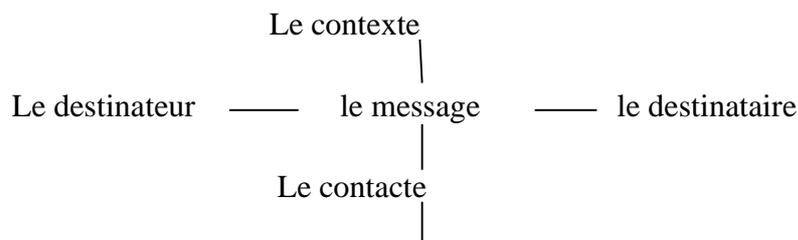


**Schéma** : modèle d'information selon Shannon et Weaver

Dans ce modèle la communication est amorcée par un signal diffusé par un émetteur, à travers un canal vers un récepteur codé par la langue, parasité par le bruit.

## C -Le modèle de Jakobson

Roman Jakobson, est un linguiste et théoricien de la communication qui à conçu un modèle qui permet de réfléchir sur la communication et qui permet de comprendre les nombreux facteurs intervenant dans chaque situation de communication.



<sup>1</sup> RIOM Aude et autres, toute la fonction communication, 1<sup>ère</sup> éd dumed, paris, 2010, p. 05

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

**Schéma** : la communication de Jakobson<sup>1</sup>

**Le destinataire** : celui qui envoi le message

**Le destinataire** : celui qui le reçoit

**Le contexte** : c'est l'ensemble des conditions sociales

**Le message** : c'est le discours, le texte, ce qu'il faut faire passer « lorsqu'il y a un message ; cela suppose un codage et un décodage d'où la présence du code.

**Le contacte** : c'est la liaison physique et psychologique entre le destinataire et le destinataire.

**Le code** : la langue, (français par exemple)

L'intérêt de ce schéma de la communication réside dans la conceptualisation des fonctions du langage. Jakobson fait correspondre à chaque facteur de la communication une fonction du langage. Au six (06) facteurs, correspondent six fonctions :

- **La fonction expressive :**

« Est celle centrée sur le destinataire : elle lui permet d'exprimer son attitude, son émotion, son effectivité par rapport à ce dont il parle »<sup>2</sup>

- **La fonction conative :**

Cette fonction permet au destinataire d'agir sur le destinataire (inciter à écouter, à émouvoir...)

- **La fonction phatique :**

Cette fonction est relative au contacte, elle permet de provoquer, et de maintenir le contacte

- **La fonction métalinguistique :**

Cette fonction s'exerce lorsque l'échange porte sur le code lui-même et que les partenaires vérifient qu'ils utilisent bien le même code. Cette fonction consiste donc à utiliser un langage pour expliquer un autre langage.

- **La fonction référentielle :**

---

<sup>1</sup> MEUNIER Jean- pierre et PERAYA Daniel, introduction aux théories de la communication, 3<sup>ème</sup> éd de boeck, Bruxelles, 2010, p 73.

<sup>2</sup> Ibid.p.75

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

Cette fonction permet démonter le monde qui nous entoure, c'est le référent. C'est à dire (de quoi il s'agit).

- **La fonction poétique :**

Elle ne se limite pas à la poésie seulement car tout message est expressif, cette fonction se rapporte à la forme du message dans la mesure où elle a une valeur expressive propre.

« Toute communication implique donc Jakobson six pôles : un émetteur et un récepteur (qu'il ne distingue plus de la source d'information et de la destination comme le faisait Shannon), un pôle constitué par le référent (ce dont on parle, parfois confondu avec le contexte), un code (qui sert à la transmission), un message (ce qui est transmis), et un canal (qu'il nomme contacte) par lequel passe le message »

### 3. Les enjeux de la communication<sup>1</sup>

Selon Marie- Christine serbaoui : l'enjeu représente ce que chaque acteur de la communication cherche à gagner dans la situation de communication, il existe plusieurs types d'enjeux :

- L'enjeu informatif** : il sert à transmettre des informations
- L'enjeu identitaire** : exprime son identité
- L'enjeu d'influence** : agir sur l'autre pour changer ses idées où ses agissements
- L'enjeu relationnel** : créer ou consolider une relation

### 4. Les principaux objectifs de communication<sup>2</sup>

Selon Marie- Christine serbaoui, il à déterminer les objectifs de la communication comme suite :

- L'objectif cognitif (faire savoir)** : faire connaître en matière d'information et de faire reconnaître en matière de notoriété, ils entrent dans le domaine de la connaissance.
- L'objectif affectif (faire aimer)** : c'est le niveau de l'appréciation, la communication agit sur les attitudes elle a pour objectif d'éveiller l'intérêt, le désir.
- L'objectif conatif (faire agir) comportementale** : faire agir ou réagir, ils visent à toucher un mode d'action ils couvrent le domaine de la pratique.

---

<sup>1</sup> Marie-Christine, serbaoui, dans réussir ses actions de communication, 2012.p 51-68

<sup>2</sup> Ibid. p. 52

### 5. Les caractéristiques de la communication<sup>1</sup> :

Selon FRIEDRICH, EBERT STIFTUNG : la communication à des principales caractéristiques on cite :

#### a. Le contexte

Une communication est gravée dans un contexte, elle peut avoir lieu à un instant donné, dans un lieu donné, et vis-à-vis d'une situation d'un événement donné. Toute cet environnement, qui ne fait pas partie de la communication à proprement parler, mais qui accompagne cette communication, est appelé contexte.

#### b. La temporalité d'une communication

Une communication qui peut durer dans le temps (le message n'est pas supprimé on moment où il est envoyé) est dite « intemporelle ».

#### c. La localisation

- ❖ Dans l'espace, une communication peut être :
- ❖ Localisée (concentrée à un endroit) telle une discussion
- ❖ Alcalisée (disponible de n'importe quel endroit) comme l'internet
- ❖ Délocalisée (le lieu d'émission est loin du lieu de réception) c'est le cas d'une discussion téléphonique

#### d. La transmission

La communication sert à transmettre des informations à fin d'établir des liens et des relations nombreuses, elle provoque certains risques d'intrusion, de non réponse dans certains cas.

#### e. Le protocole

On désigne sous ce concept tout ce qui rend la communication possible on plus aisée, sa relation avec le contenu de la communication elle-même

Attendre une tonalité pour numérotter, demandé à l'interlocuteur de se répéter, épeler son nom.

---

<sup>1</sup>FRIEDRICH, EBERT STIFTUNG, la communication au service de l'organisation, présentation et enjeu <https://library.fesdeTunesien.PDF>, publié en 2020. Consulté le 06/07/2021 à 19h28

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

### Conclusion

En peut déduire que la communication est toute une opération de transfert, d'échange d'information entre les individus à travers les différents supports techniques notamment la radio, autant que média de masse, elle a une place énorme dans la société, et cela grâce aux fonctions qu'elle assure : l'éducation, divertissement, transmission d'information, et l'établissement des relations, ..... Etc.

## Section 02 : la communication médiatisée

### Introduction

Le concept de communication médiatisé fait référence au transfert d'information entre deux ou plusieurs points au moyen de la communication et l'établissement d'un ensemble de relation entre les ou plusieurs personnes basés sur cette transmission, la communication médiatisée fait référence à la transmission d'informations par un individu à un public en ligne.

#### 1. Définition de la communication médiatisée

« Consiste en un procédé qui permet à un ou plusieurs expéditeurs voire un expéditeur collectif, de diffuser un message à un ou plusieurs destinataires grâce à un équipement technique (texte imprimé, écran, microphone). Dans cette acception « médiatisée » signifie qu'on se sert d'un instrument de médiation c'est-à-dire d'un outil technologique donnée »<sup>1</sup>

#### 2. La médiation dans le domaine de la communication médiatisé

En ce qui concerne les médias, la 1<sup>ère</sup> caractéristique de la médiation est totalement différente puisque nous avons affaire à une médiation dont la nature est technique « le concept de médiation est donc indissociable de l'ensemble des courants de pensée qui ont analysé depuis près de 50 ans l'instrumentation de l'activité humaine. Si la médiatisation appartient à la sphère de la conception et de production du média ainsi que le processus communicationnel auquel il participe »<sup>2</sup>

La médiation ressortir de l'observation, de l'analyse et de la compréhension des effets dès son usage sociale et personnel, la médiatisation est l'objet l'ingénierie, la médiation celui de la recherche. En processus de médiation se distinguent fondamentalement de ceux qui contiennent la médiation.

---

<sup>1</sup> BERTRAND, Claude- jean, introduction à la presse, la radio et la télévision, 2<sup>ème</sup> éd ellipse, 1995. P 15

<sup>2</sup> Meunier J.P.Peraya, D. introduction aux théorie de la communication Analyse sémio pragmatique de la communication médiatique 2<sup>ème</sup> éd revue et augmentée, 1<sup>ère</sup> éd en 1993, Bruxelles, de boeck,2004

### 3. Distinction entre la communication médiatisée et médiatique

Le concept de médiation et de médiatisation s'applique à tout chercheur qui s'intéresse à la communication médiatisée. Ces concepts ont été associés aux médias ou moyens latins depuis le début.

#### -La médiatisation

« la médiatisation désigne le processus de conception, de la production et de mise en œuvre de dispositif de communication médiatisée, processus dans lequel le choix des médias les plus adoptés ainsi que le scénarisation occupe une place important plus précisément, la médiatisation désigne les opération conceptuelles ainsi que le processus créatif (sémiotique communicationnel) et techniques qui aboutissent à une « mise en média » des contenus , des connaissances, des informations qui font l'objet de la communication, la médiatisation relève donc intrinsèquement du domaine de l'ingénierie de la formation du design pédagogique »<sup>1</sup>

#### -La médiation

« Selon le langage courant, la médiation est une pratique qui vise à définir l'intervention d'un intermédiaire pour faciliter la communication et la circulation d'information (CEREGHETTIDONATO ; 2011). On peut distinguer plusieurs formes de médiation :

1. La médiation sensorimotrice : porte sur les « comportement gestuel et moteurs induit par l'instrument.
2. La médiation sémio cognition : porte vers la connaissance de l'objet.
3. La médiation phraséologique : porte sur les conditions de réalisation entre les sujets.
4. La médiatisation réflexive : porte sur le sujet lui-même et implique de façon, une dimension « méta » fondamentale pour le processus d'apprentissage (CEREGHETTI. Donato, 2011). Donc la définition de médiation dépend du contexte pour ce qui concerne un environnement techno pédagogique. (Et donc l'ingénieur pédagogique).

---

<sup>1</sup> CATHIA Papi, « médiation et médiatisation », revue internationale sur le numérique en éducation et communication.

<https://reveue-médiation-tel.uq.ca/index.PHP/DISTANCE/ARTICLE/Download/61/29>, consulté le 04/07/2021 à 14 :21.

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

La médiation se concentre sur l'analyse de l'impact de l'instrument sur l'activité et le comportement l'utilisateur (PERAYA, 2005).<sup>1</sup>

Nous pouvons donc, déterminer le rôle de médiatisation et de la médiation est très importante pour le travail pédagogique, ces deux concepts sont liée à celui de dispositif de communication médiatisée. Ils sont une relation complémentaire, car la médiation est entendue au sens de relation d'interface, donc elle à un rôle dans l'interaction et les effets de cette dernière, elle désigne le rôle de médiation qui s'interpose comme un facilitateur entre l'apprenant et les contenus qui font l'objet de l'apprentissage, il d'agit de désigner la médiation humaine.

Pour la médiatisation elle est entendue au sens de mise en forme propre à un média (conception, production et mise en œuvre de dispositif de communication médiatisée.) ce dernier c'est un processus de scénarisation des contenus d'enseignement à travers un dispositif médiatique.

### 4-Différence entre la communication médiatisée et médiatique

Avant d'expliquer cette différence, il faut d'abord définir le concept de média, qui est une technologie utilisée pour un individu ou un groupe de personne. Pour communiquer avec une autre personne ou un groupe. Il permet de transmettre un ou plusieurs messages de manière les plus diverses par conséquent les informations, la radio, la télévision, les films, les affiches et l'internet sont des médias au sens large.

Selon Marcoccia Michel on détermine trois familles des médias : les médias autonomes, médias de diffusion et médias de communication interpersonnelle.

- Les médias autonomes : comme les journaux ou les disques qui n'ont besoin d'aucun accordement à un réseau particulier.
- Les médias de diffusion : comme la radio, la télévision, qui permettent la diffusion des programmes à sens unique.
- Les médias de communication interpersonnelle : comme le téléphone et le courrier électronique qui sont des techniques qui permet d'avoir une relation à double sens entre

---

<sup>1</sup> S.IPEK ORATER, médiation et médiatisation, DOCPLAYER, disponible sur le site : <https://docplayer.fr/16538389-médiation-et-médiatisation,htm>/publié le 19/01/2012. Consulter le 04/07/2021 à 16h

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

plusieurs individus, et les médias de communication interpersonnelle relève uniquement de la communication médiatisée et non pas de la communication médiatique »<sup>1</sup>

### Conclusion

Alors la communication médiatisée désigne un sous domaine de la science en communication ayant pour objet les formes de communication utilisant un support quelconque (radio, TV, TNT).

---

<sup>1</sup>Macroccia Michel, la communication médiatisée par ordinateur ; problème de genre et de typologie, publié le 18/04/2003, Disponible sur :[https://gric.univ-lyon2.fr/equipe1/actes/journées\\_genre/Marcoccia CmC. Genre .RTF](https://gric.univ-lyon2.fr/equipe1/actes/journées_genre/Marcoccia_CmC_Genre.RTF). Consulter le 02/07/2021 à 12h00.

# Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

## Section 03 : communication de masse

### Préambule

Avec le renouvellement continue des communications de masse nous avons même la possibilité de créer une relation avec tout le monde, nous sommes donc à la fois de plus en plus liés à tout le monde, mais aussi isolé car l'utilisation des médias de masse se fait généralement en solitaire.

### 1-L'histoire de la communication de masse

Selon **André Akoun**, le terme média de masse a été créer dans les années 1920, A partir des années 1930, le développement de la société de consommation de masse créer tremplin pour la communication de masse.

Durant les années 1960 et 1970 le renouveau du pouvoir d'achat et la prospérité relative retrouvée donnent naissance à des nouvelles catégories sociales qui vont devenir les cibles majeures des hommes de marketing. Comme l'apparition des classes moyennes. Les jeunes de l'après-guerre ayant le profil des adolescents provenant du phénomène du baby-boom<sup>1</sup>.

Selon Judith Lazar, la communication de masse est publique, rapide et éphémère, publique ; car les messages ciblent une masse d'individu conscients de la nature publique des messages en question, rapide car ce dernier a pour but d'atteindre le plus rapidement possible le plus grand nombre de personnes. Ephémère, car le contenu des messages est destiné à une consommation immédiate souvent de l'ordre sensationnel. Les principaux moyens de communication de masse sont : la presse, l'affiche, le cinéma, la radiodiffusion et la télévision, ce sont les mass médias dont le terme est formé par Anglo-saxon<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> André Akoun, sociologie de la communication de masse, Hachette supérieur, 1997.

<sup>2</sup> LAZAR Judith, sociologie de communication de masse, éd Armand colin, paris, 1991.

# Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

## 2-Définition de la communication de masse

« C'est le processus par lequel les communicateurs professionnels utilisent un support technique pour diffuser des informations de manière large, rapide et continue à de découvrir un grand nombre de publics »<sup>1</sup>

## 3-Les fonctions de la communication de masse<sup>2</sup>

Selon les chercheurs du (C.C.A) centre de communication avancé portent sur le fonctionnement des communications de masse. Sous le double aspect des fonctions sociable et psychique des médias. On peut distinguer cinq (05) fonction sociologique des médias et supports selon le rôle qu'ils jouent, si chaque média assume complémentirement ces cinq rôles :

1. La fonction antenne : est celle d'alimentation de la société en information nouvelles et en stimuli agressif, à la fois par l'origine, la nature et la dramatisation des messages qui viennent perturber l'équilibre actuel des styles de vie, c'est l'une des fonctions dominantes de la télévision.
2. La fonction Ampli : est d'interroger la collectivité sur les changements en cours, de les dramatiser pour stimuler les réponses sociales, ce rôle est assumé par la radio et la presse quotidienne, régionale, partiellement par la télévision.
3. La fonction focus : consiste à proposer au public des innovations, des modes de pensée et des styles de vie nouveaux, en adaptation aux changements du monde. Il s'agit d'un rôle de leader progressiste des mentalités, que jouent aujourd'hui les nuls magazines et la presse d'opinion principalement.
4. La fonction prisme : est pédagogique, elle alimente d'audience en modèle de comportement de langage, d'attitude « moderne comme une école du changement »
5. La fonction écho : reflète et renforce les styles de vie et de pensée dominants, la presse quotidienne régionale et l'affiche jouent ce rôle de discours officiel de la culture sur elle-même dont sont exclues les marginalités excessives.

## 4-Les avantages et inconvénient de communication de masse

Selon Sacrist Valérie parmi les avantages et les inconvénients de la communication de masse ont cité :

---

<sup>1</sup> Olivier Burgelin, communication de masse, sur Encyclopédie univrsalis. Consulter le 22/06/2021 à 09h.

<sup>2</sup> Macluhan, Marshall, pour comprendre les médias, le seuil, paris, 1967.

## Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse

---

### Les avantages :

- Rapidité : un message unique vers une quantité illimitée de récepteur.
- Effet rapides (réaction à chaud d'une grande partie des récepteurs)
- Communication totalement contrôlée par l'émetteur (idéal pour valorisation de cet émetteur ou de son produit).

### Les inconvénients :

- Rétroaction nulle, faible ou lente.
- Message souvent réducteur voir partisan.
- Manipulation ou influence des récepteurs.
- Déperdition du contenu de message car la communication n'est pas ciblée.
- Intrusion dans l'asphère des récepteurs qui ne sont pas demandeurs.

### 5-La radio comme un moyen de communication de masse

« La radio est un média de masse, bien que cela reste un média traditionnel, il s'agit d'un média d'accompagnement qui nous suit à la maison comme dans la voiture, et qui favorise la combinaison de plusieurs tâches, en même temps. En effet, en écoutant la radio nous pouvons faire d'autre chose. Ce qui explique son succès.

D'après SACRISTE Valérie, la radio est un média de diffusion des programmes sonores, régis par des groupes publics ou privés titulaires de fréquences délivrées par une autorité publique. Historiquement elle ignore dans l'histoire des médias de nombreux changements. D'un point de vue technique on passe de l'écrit au son, de la matérialité du papier à l'immatérialité des ondes. D'un point de vue communicationnel et il est le premier média qui offre la particularité de présenter simultanément à une large audience ses informations et ses divertissements gratuitement. Enfin du point de vue de l'information elle substitue au différé de la presse l'immédiate des actualités »<sup>1</sup>

Selon BALLE Francis, « la radio est un ensemble des procédures et des techniques permettant la transmission instantanée et plus au moins, de sous quels qu'ils soient après analyse codage et transformation en ondes »<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> SACRISTE Valérie, communication et média, éd Foucher, paris, 2007. P 137

<sup>2</sup> BALLE Francis, dictionnaire des médias, éd la rousse, paris, 2013. P 50.

## **Chapitre 03 :la communication médiatisée et la communication de masse**

---

Donc la radio désormais intégré à l'ensemble de nos objets numériques maintenant elle est accessible par le biais d'internet ce qui à découper son potentiel.

En plus de ça, elle permet de fidéliser ses auditeurs, un restant en générale assez fidèle à une station du fait du type de musique et des émissions proposées.

La radiodiffusion est donc un moyen de diffusion de l'information de masse, touchant directement les auditeurs grâce aux émissions de radio dédiés à l'information, que nous retrouvons plusieurs fois par jour, sur tous les radios ainsi qu'aux annonces publicitaires.

### **Conclusion**

La communication de masse à permis l'éveil d'une plus grande conscience collective, notamment en informant de manière plus large la population concernant.

# **Chapitre 04 : le développement local**

### Introduction :

Le concept du développement local est apparu dans les années 60, il part d'un principe simple : la mobilisation des potentialités local (ressources naturelles, sociales, individuelles.....) peut donc orienter les dynamiques socio-économiques.

Il est une réponse d'une part à la mondialisation naissant à l'époque, d'autre part à l'approche frontale de l'aménagement territoire.

Les points abordés dans ce chapitre sont repartis en deux sections :

La première section porte sur généralité de développement locale, définition, concepts proches de développement local, intervention, dimension, les objectifs et les acteurs du développement.

La seconde partie porte sur la pratique de développement locale en Algérie qui contient les éléments suivants :

Aperçu générale sur le développement local en Algérie, exemple concrète sur le développement dans le monde, le développement en milieux rural, les facteurs et les conditions de développement.

### Section 1 : généralités sur le développement local

#### Préambule :

Le développement local est un concept à plusieurs nominations qui est pour favoriser l'activité dans les zones marginalisées et d'améliorer le niveau de vie de citoyens en général.

Nous tenterons de commencer notre travail par quelques définitions qui nous aidera à extraire l'originalité de concept, les interventions et les démentions en deuxième lieu qui constitueront la base de développement local.

En dernier lieu, on a étudié les composants de développement local (territoires, acteurs ...etc.), à qui chaque élément a des sous-titres pour bien comprendre en quoi consiste-t-il le développement local, et les objectifs de ce dernier de manière général vu la diversité du sujet.

#### 1- Définition de développement local et origine du concept :

Le développement local se définit par plusieurs définitions :

- « Le développement local est l'expression de la solidarité locale créatrice de nouvelles relations sociales et manifeste la volonté des habitants d'une microrégion afin de valoriser les richesses locales, ce qui est créateur de développement économique ». <sup>1</sup>

Bernard Pecqueur définit le développement local comme : « une dynamique qui met en évidence l'efficacité des relations non exclusivement marchands entre les hommes, pour valoriser les ressources dont ils disposent ». <sup>2</sup>

Pour Louis Favreau, « le développement local, comme approche globale, s'est considérablement renouvelé en cherchant « à combiner quatre éléments qui prennent tous leurs sens et tentent leurs forces lorsqu'ils sont étroitement associés les uns aux autres »

Chez Xavier Greffé : « le développement local est défini comme étant un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la colonisation de ses ressources et de ses énergies, il met en cause l'existence d'un projet de développement intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles » <sup>3</sup>

Pour Eric Langevin : « la notion de développement local peut être défini comme étant la prise en compte, dans un projet de développement infra régional, de l'ensemble des dimensions économiques, sociale, environnement et leurs interactions sur ce territoire, un projet

<sup>1</sup> GOUTTEBEL-J-2003 stratégie de développement territorial, 2ème édition Economica, Paris. P95

<sup>2</sup>B. Pecqueur « le développement local : mode ou model », Paris, édition Synos Alternative, 1991

<sup>3</sup> Greffe Xavier, territoires en France, les enjeux économiques e la décentralisation, Economica, 1984

de développement local implique donc la participation des différents acteurs économiques, institutionnels, sociaux et des citoyens ».<sup>1</sup>

Tellement il existe plusieurs définitions de D.L la DATAR des 1982 , elle définit le développement locale comme étant : « la mise en œuvre le plus souvent , mais pas exclusive , dans un cadre de coopération communale , d'un projet globale associant les aspects économiques et sociaux , culturels du développement, généralement initiée par des élus locaux , un processus de développement local s'élabore à partir d'une concertation large de l'ensemble des citoyens et des partenaires concernés et trouve sa traduction dans une maîtrise d'ouvrage commune »<sup>2</sup>

Une autre définition de Jacqueline Margin, « le développement local ou social est la voix grâce à laquelle les acteurs entament un processus de remobilisation, de création d'un espace social d'où peut naître un développement ».<sup>3</sup>

Le développement local appelé aussi dans certains cas « développement communautaire », « gestion des terroirs », « développement rural ».

### **2-Origines de concept :**

Le concept de (développement locale) est apparu dans les années 60, il existe un slogan qui va devenir la pierre angulaire de ce dernier « vivre, travailler, et décider au pays », le développement local part d'un principe simple qui est la mobilisation des potentialités locales (ressources naturelles,). Le concept "développement local" est né il y a une vingtaine d'années, il est pour partenariat et participation des acteurs, le terme est apparu pour la 1<sup>er</sup> fois en 1965, c'est un concept ancré dans l'idéologie tiers-mondiste de la fin des années 60, il s'exerce sur un espace déjà constitué ou à constituer donc sur un territoire réduit.

Le mot "local" accolé à celui de "développement " est lourd de signification, le "local" repose sur la notion de territoire ouvrant ainsi la voie à la discussion sur les échelles de pertinence d'un territoire, le niveau local correspond, le plus souvent à une zone d'économie locale formée par une ou des villes et leurs hinterlands ruraux.<sup>4</sup>

Auparavant, le terme « développement » était employé à l'échelle d'un pays, qui est perçu comme un espace bien défini, puis le vocable "local" s'est introduire pour désigner le développement dans le cadre informationnel, c'est-à-dire au niveau régional.

Le développement est un concept , naguère introduit par Marx dans l'expression : « développement des forces productives » puis il fut abandonné durant un siècle

<sup>1</sup> Eric Langevin, Développement local et NYCI : quel a tout pour le développement durable ? Dans transversales, sciences et culture, Numéro 48, décembre 1997.

<sup>5</sup> Définition du DATAR (délégation a l'aménagement du territoire de l'action régionale), cité par j.yGoutebel.

<sup>3</sup> Jacqueline margin, Guide de développement social, Le Harmattan 1989, p21.

<sup>4</sup>(Club de SAHEL) et de l'Afrique de l'ouest, (septembre 2005), décentralisation et développement local =élément d'analyse et de réflexions à partir de certains travaux du CSAO (Club du Sahel et Afrique de l'Ouest) (document en ligne).

avant d'être exhumé au lendemain de la seconde guerre mondiale pour mettre en valeur son contraire le sous-développement, le concept sous-développement va connaître une fortune considérable et donner lieu , durant une trentaine d'années qui accompagna la douloureuse naissance du tiers-monde , on peut considérer 1980 comme l'année-charnière dans la vie du concept de développement ,c'est en effet à cette époque que le concept de sous-développement et le développement local.<sup>1</sup>

### **3-les intervenants du développement local :**

#### **3-1/la gouvernance local :**

La notion de gouvernance de gouvernance d'abord du monde des entreprises et du globale pour rejoindre le monde local, a gouvernance comme « un système décisionnel partenarial non hiérarchie qui s'exerce comme une capacité collective des acteurs publics, privés et associatifs à gérer l'interdépendance du projet de développement local de leur territoire et son agenda ».<sup>2</sup>

la gouvernance se définit comme un processus institutionnel et organisationnel de construction d'une mise ne comptabilité des différents modes de coordination entre acteurs géographiquement proches ,en vue de résoudre les problèmes productifs inédits posés au territoires, elle apparait comme la mise réseau des différents acteurs institutionnels politiques, économiques et sociaux dans la perspective d'un projet de développement pérenne ,la mise en réseau des acteurs du développement local s'appréhende comme un partage des connaissances et des expertises de chaque partenaire qui laisse cependant à chacun d'eux une part importante d'autonomie dans ces choix stratégique .

En somme la gouvernance locale implique la définition de mécanisme sociale et de ses actions dans le but d'assurer la sécurité, la prospérité, la cohérence, l'ordre et la continuité du système.

#### **3-2-l'aménagement territorial :**

Ce concept consiste dans la modification et l'optimisation de la répartition des individus et leurs activités dans le but d'un équilibre géographique et une efficacité économique.

L'aménagement du territoire est un essai pour substituer une géographie rationnelle, limitant le gaspillage des ressources naturelles.et humaines, sa politique d'aménagement tend à endiguer le courant qui porte toutes les forces vives du pays vers les grands centres, à créer des sources de vie dans des régions ou les ressources de vie dans de sont insuffisamment utilisés, et malgré les riches possibilités tendant à devenir désertes.

<sup>1</sup> KHALED MOKHTAR, le développement local, édition office des publications universitaires, p30.

<sup>2</sup> DOMINIQUE-PAULE DECOSTER, processus et acteurs de développement local, université libre de Bruxelles, presse universitaire de Bruxelles ,3eme édition ,2001-2002.

Le mot « territoire » est lié simultanément à une réflexion de type planiste qui veut dire la recherche de l'espace optimal pour mener une action publique, et à une réflexion de type autogestionnaire. (La recherche de l'espace optimal pour conduire un projet de développement, lié à une mobilisation sociale

### 3-3/développement durable :

D'après THIERRY LIBAERT : « c'est le développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre les capacités des générations futures à répondre à leur propre besoin ».<sup>1</sup>

Alors le développement durable est un modèle d'un développement qui satisfait les besoins de la génération présente, à commencer pour ceux des plus démunis, sans compromettre les capacités des générations suivantes à satisfaire leurs besoins.

Le développement durable est une notion qui définit le besoin de transition et de changement pour but d'organiser la société locale pour qu'elle existe sur le long terme.

### 4- Dimensions de développement local :

L'approche de développement local est aussi appelée développement économique qui réunit quatre dimensions qui sont pour la revitalisation économique et sociale de collectivités.<sup>2</sup>

**4-1/La dimension économique :** c'est de dévoiler un ensemble d'activités de production et de vente de biens et services.

**4-2/La dimension locale :** touche la mise en valeur des ressources locales d'un territoire donné, dans le cadre d'une démarche partenariale tripartite ou s'engagent les principales composantes d'une communauté.

**4-3/La dimension de développement économique :** elle vise à revitaliser l'économie d'un territoire en intervenant au niveau de l'emploi, du logement, de la santé et des services sociaux. Elle cherche à favoriser la réappropriation de son avenir économique et social par la population résidente.

**4-4/La dimension communautaire :** le développement fait référence à la mise en place ou au renforcement au sein des communautés et à l'échelle de la collectivité, de conditions qui permettent d'une part d'une société de progresser socialement, culturellement et économiquement, et d'autre part, à tous les membres de cette société de participer au progrès et de profiter de ses fruits, le plus équitablement possible.

### 5-Les objectifs de développement local :

<sup>1</sup> THIERRY LIBAERT, édition Dunod, 2010, p17

<sup>2</sup> SAHALI, taous, (novembre 2011), le développement durable et les défis de l'environnement urbain, université Abderrahmane Mira, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales : Bejaia –Algérie .

- Pour un environnement sain et agréable, le développement local est pour améliorer le cadre de vie des personnes et de la communauté en général.
- Création d'emplois et répartition de la richesse en profitant des avantages de la communauté
- L'amélioration de mode de vie des personnes
- Améliorer le niveau de vie des citoyens en mobilisant toutes les potentialités dont dispose un territoire.
- Dynamiser les ressources humaines et qualifié l'esprit de l'entreprise.
- Intégrer des différentes fonctions du territoire dans une optique de développement durable.

### **6-Les composants du développement local :**

Il existe cinq facteurs principaux qui compose de développement local et qui grâce à eux que la dynamique de développement impulse, ces dernières se base sur une volonté commune et une capacité collective afin de valoriser les ressources locales, humaines et naturelles.<sup>1</sup>

#### **6-1/Le territoire :**

Un territoire est un lieu vivant et d'articulation des groupes sociaux qui doit être considéré comme un facteur vivant et flexible.

Le territoire est un espace physique ou il se limite par des critères géographiques, humaines, économiques..., tout projet de développement fait références à un territoire.

Chaque territoire a une identité propre à lui comme le nom, les limites, l'histoire ...et le plus important ce qu'il n'existe pas partout car il est constructible (il faut le construire)

Et à la fin le développement local est lié ou présenté par le territoire qui est le point de fixation entre eux.

#### **6-2/Les acteurs :**

Les acteurs sont ceux qui ont appelées à adopter de nouvelles approches et de nouveaux modes d'intervention dans les principales conséquences de développer dans son propre territoire, il existe des acteurs en différente plans :

##### **A- Les acteurs institutionnels :**

Ils regroupent l'état et ses structures, les collectivités locales, services techniques organismes publics et semi-public, qui ayant un pouvoir légitime.

##### **B/La communauté :**

<sup>1</sup><https://www.unicef.fr/dossier/objectifs-de-developpement-durable-odd>. Consulté le 27/04/2021.

La communauté c'est l'ensemble des individus organisé sur territoire naturellement et historiquement constitué.

C'est un ensemble de personnes, de l'entreprise, de ressources qui fonde le dynamique de développement local par la cohérence économique en partageant des valeurs, normes et responsabilité.

### **C/Les acteurs économiques :**

Consiste dans l'ensemble des entrepreneurs et opérateurs économique du territoire qui participent au financement des investissements pour créer des projets et d'emplois en valorisant les ressources locales leurs rôle est d'influencer la production en déterminant la dynamique locale.

### **6-3/Un processus de mobilisation des acteurs :**

Par la mobilisation des acteurs de développement local une stratégie efficace s'élabore et cela par deux pratiques :

#### **A- Le partenariat :**

C'est la volonté collective d'agir ensemble, le partenariat est pour éliminer le cloisonnement entre les acteurs de D.L et d'allier leurs approches.

#### **B -La participation active de la population :**

C'est une étape plus importante dans le territoire, est une étape qui doit accompagner le processus de développement local de diagnostic jusqu'au l'évaluation des actions, la participation active de la population c'est de contribuer à entretenir le système d'échange d'idées pour un débat sur le territoire et de mettre un mouvement solidaire toutes les potentialités afin de bénéficier de projet de développement local.

### **6-4/Un croisement des logiques économique, sociale et politique :**

Le développement local contient 3 approches économique/ sociale/ politique qui aide les acteurs à participer au projet et le croisement de logique pour lier les approches de ses derniers.<sup>1</sup>

Ces logiques se définie par :

- Valoriser les déférentes complémentarités entre les niveaux régional/ local/ national... et aussi entre les secteurs santé/tourisme....
- Synergie les actions (compétences économiques, population, associations...) en les associant aux compétences des acteurs.
- Considérer le territoire comme un système composé de plusieurs sous-systèmes.

<sup>1</sup> ESSABRI, Nouredine. (2017), représentations, agir et justification de développement durable chez les dirigeants de PME, école doctorale abbé Grégoire, faculté des sciences des gestions : sans lieu d'édition.

### **6-5/l'articulation du local a son environnement :**

Le local ici est perçu comme étant l'environnement immédiat dans lequel la plupart des entreprises se créent et se développent et aussi se créent de liens et relations qui sont de deux ordres internes et externes.

#### **A –les relations internes à l'environnement local :**

Ces derniers consistent dans les relations que les acteurs de développement local entretiennent entre eux pour la solidarité et la cohésion de territoire.

Ce sont des relations interne car elle vise la petite échelle comme quartier, village, leur but est de mobiliser l'ensemble des réseaux familiaux, et de transformer les opportunités en action.

#### **B- Les relations externes à l'environnement local :**

Ces relations se traduisent par une coopération qui est décentralisé de partenariat qui permet de développer un système d'échange pour un fruit extra local qui se traduit par un ancrage territorial des acteurs.

### **Conclusion :**

Le développement local a gagné en visibilité médiatique un peu partout dans le monde certes, et pour promouvoir un développement qui répondait aux besoins actuels des sociétés ou d'individus il faut d'abord connaître en quoi consiste, et ensuite respecter ses conditions car c'est un foyer et une pépinière de consolidation des valeurs sociales et de renforcement du capital humain.

**Section 2 : pratique de développement local****Préambule :**

C'est quoi un développement ? comment est-il incarné sur le terrain ? ...c'est des questions sur lesquels nous ne serions probablement pas en mesure de répondre précisément.

Nous débuterons par deux exemples sur le développement local dans le monde pour donner un aperçu sur le développement local est comment peut-t-il améliorer le monde de vie d'une région.

Le développement local et croissance économique, développement et créativité, développement et planification sont les facteurs de développement local qui est le deuxième élément dans notre recherche.

Nous poursuivrons avec les conditions de développement local qu'on doit respecter pour obtenir des résultats voulus, ensuite on finira par une petite aperçue général sur le développement local en Algérie.

**1-exemples concrets de développement local dans le monde :****A/le modèle de développement réussi de « l'île d'Yeu » l'île française :**

Parmi les îles ponant (la partie composant ouest du continent européen), « YEU » est la seule avec un certain degré d'efficacité en termes de développement, tandis que des autres l'économie et la population des autres îles sont en déclin.

Cette île est une île française, elle est la plus éloignée du continent, jadis elle s'appelait « oya ».

L'exemple de l'île d'Yeu est donc un exemple réussi de développement local mais aussi une sorte de désordre socio-économique, une sorte d'anomalie géographique, une énigme pourquoi un tel territoire insulaire peut-il évoluer en douceur, mais pas d'autres territoires ?

Mais afin de répondre à cette question, l'laboratoire CNRS de France, a décidé d'étudier cette micro société insulaire là où le résultats inclus dans quelque caractéristique qui sont la base de développement de l'île<sup>1</sup> :

- La modification et diversification de leurs activités en fonction des événements vu la pratique de l'agriculture et la pêche.
- Une île a pêcheurs car la pêche est l'activité de base et que certains pêcheurs vont au large et exploite les ressources de cette espace marine vaste, et bien sûr naturelles favorables, et une île située dans des conditions similaires l'île est réussie par des pêcheurs grâce aux poissons bénéficié d'une vente aux lieux de consommation, ce dernier (le poisson) est caractérisé par une marchandise de qualité et à qui la majorité témoignent positivement et achètent sans trop se poser de questions.
- Un autre élément de développement de l'île est le savoir-faire des hommes, qui veut dire tous les travailleurs sur cette île de « A » jusqu'à « Z » sont des jeunes talents et

---

<sup>1</sup> CHAUSSADE J, développement local ou de la difficulté d'être moderne sans perdre son âme ; actes du congrès mondial canadien, 1996, éditions d'Acadie, Moncton canada, p353.

compétents qui sont les meilleurs dans leurs branches avec une expérience transmise par les anciens.

- Les femmes qui se sont lancées dans la fabrication de rillettes et de pâtés de thon, ensuite les vendre stérilisés sous forme de bocaux dans la superette de la région.

### **B/l'exemple du canton de Champtoceaux :**

Canton de Champtoceaux est un petit pays situé en bordure de Loire, a une trentaine de kilomètres au nord-est de Nantes.

Ce dernier est un pays avec des conditions naturelles beaucoup favorable, car c'est une région agréable sur le plan climatique ,il remplit donc toutes les conditions pour attirer les hommes et les capitaux, le canton situé sur un axe ligérien avec un climat agréable et malheureusement malgré tous ses avantages, cette région a du mal à se développer à cause de conditions naturelles et beaucoup de mal à s'adapter aux évolutions en cours, ce déclin progressif c'est à cause de ;premièrement , déclin de l'agriculture là où le canton a connu une crise d'agricole il Ya une dizaine d'années avec des agriculteurs qui sont aujourd'hui âgés et il n'y guère de jeunes pour prendre la relève, cette crise les ont mené à des changements qui sont intervenus par héritage ou par cession ,et les exploitations se sont agrandies ,des travaux et des remboursements ont été entrepris ce qui a mené la majorité des agriculteurs de cette petite région a la pauvreté, et quelques-uns d'entre eux ,surendettés ,sont en situation de faillite .

Le deuxième facteur de déclin de cette région est ;la disparition progressive du petit commerce ;il y a trentaine d'années ,chacune des neuf communs du canton possédait au moins un boulanger ,un épicier ,un coiffeur ,un boucher ,un ou plusieurs cafés ....mais ce petit commerce a disparu et s'affaiblissent progressivement à cause de la concurrence des grandes surfaces comme les grandes centres commerciaux d'Ancenis ou de Nantes qui pratiquent des prix défiant toute concurrence et notamment les c'est à cause de conditions géographiques de certains magazines qui ne sont pas favorables et le manque d'hommes et de femmes audacieux à s'investir dans des projets .

Comme troisième facteur de déclin de canton est ; le rôle de l'histoire et la soumission aux autorités qui est le manque d'esprit d'entreprise, la région a été marquée par le contre – révolution, une terrible guerre civile qui de 1793 à 1795a ravagé toute cette région du centre – ouest la ou les élus ont compris qu'ils avaient fait fausse route et ils essayent par différents moyens financiers d'attirer les entreprises, mais il est trop tard et le mal est déjà fait.

Parmi les facteurs de développement local du canton de Champtoceaux<sup>1</sup> :

**-développement et croissance économique :** sans production le canton n'a jamais eu de la chance pour la croissance économique, le canton a bénéficié de différents moments de son évolution de conjonctures économiques favorables qu'il a permis d'accroître leur production (céréales et viande) et d'améliorer son équipement.

**-développement et créativité :** c'est à partir d'implication de la liberté de recherche, de créer, d'innover.

---

<sup>1</sup> NICK S, du nord au sud, interdépendance et solidarité dans le monde maritime, 1996, édition Charles léopard Mayer, paris, p157.

- **développement et planification** : s'il ya pas une prévision à long terme, on ne peut pas y avoir un développement, un effort de planification qui ne doit pas exclure une autre priorité, celle d'une créativité largement répartie, d'attitudes actives et investives, d'un esprit d'initiative a tous les niveaux, tout cela pour dire que s'il n'est pas de développement dans une société, il n'est plus un respect .

-**le rôle des acteurs** : c'est le rôle capital et décisif des hommes et des femmes dans le processus de développement et par tout le monde (élus, agents, experts, cadres, etc....) non seulement à la minorité.

### **2-les facteurs de développement local :**

#### **2-1/développement et croissances économiques :**

Il n'existe pas un développement local sans une croissance économique, car chaque pays ou région qui se développe fait réfère premièrement à des indicateurs économiques comme le revenu / le nombre d'habitants en respectant la période de développement (dans 5 ans a 10 ans) c'est à-dire se réfère à un certain temps.

Le signe de « croissance » est donc l'un des conditions de développement car c'est lui qui peut y avoir investissement et création d'emplois.

#### **2-2/développement et créativité :**

En son temps le sociologue Henri Théry : « le développement est surgissement de la nouveauté, irruption de l'inattendu, apparition d'un besoin insoupçonné, d'une idée créatrice, naissance d'une force et d'un élan dont souvent nous percevons mal l'origine ».

Et il ajoutait : « dans une certaine mesure, le développement détruit l'ordre établi, bouscule les habitudes, rompt les équilibres et introduit par la même une certaine incohérence ».

Et concluait : « toute société qui ne fait pas sa part à l'incohérence, qui oppose systématiquement a l'inattendu la résistance victorieuse de l'équilibre dans lequel elle s'est installé est tout aussi menacée de sous-développement qu'une société qui ne parvient pas à un minimum d'unité et de rationalité », Qui veut dire qu'un développement sert à accroître la productivité en transformant les hommes pour être plus compétents, talentueux, responsables et créateurs ..., non pas seulement à l'augmentation des chiffres d'emplois ou un simple accumulation .

On somme le développement implique des espaces de liberté multiples qui sont créative, inséparables, libre, ....

#### **2-3/développement et planification :**

La planification dans le développement consiste dans la programmation / exécution des taches et coordonnés en respectant l'enchainement de cause a effets avec une cohésion et structuration de la société malgré la différence de l'originalité et de l'autonomie des individus et des groupes et cela aussi doit être avec la prévision à long terme.

### **3-conditions de développement local :**

- Processus d'interrogation = ce qui est soulevé ici c'est la question clé de la place du sujet dans la société, l'interrogation prend plusieurs formes : mobilisation locale, participation, citoyenneté.
- L'ancrage géographique de la démarche de développement local est ici compris comme transcendant logique départementale plutôt que comme support spatial de décisions, le territoire est ici un moyen, pas une fin<sup>1</sup>
- Tenir compte de la dimension culturelle, le développement local nécessite la détermination d'un ensemble de valeurs de croyances de systèmes de performance, qui doivent servir des filtres pour la mise en œuvre d'actions sur le territoire.
- Adopter un mode de pensée qui pose la question de l'élaboration du modèle d'apprentissage ; le développement ici n'est pas une simple logique de reproduction, mais un processus cognitif complexe auquel doivent participer les acteurs du territoire.

#### **4-aperçue général sur le développement local en Algérie :**

L'Algérie a connue trois (3) périodes dans son existence autant qu'état comme aussi le développement a connu de nombreuses définitions<sup>2</sup>

#### **4-1/ durant l'ère de planification :**

Dans cette période qui est après l'indépendance d'Algérie commence son expérience du développement avec une période de planification instauré jusqu'au milieu des années 80. Qui est une période de plans et là où le développement était défini comme « besoins sociaux » des populations (le lien entre la nature des besoins à satisfaire et le niveau de développement atteint par les forces productrices).

En tout état de cause, le développement consiste à répondre aux énormes demandes de santé, de logement, d'éducatons et d'emplois et à partir de là que la mise en œuvre d'un plan de développement vise à octroyer des droits niés par le système coloniale au peuple algérien et par ailleurs en 1973 et 1979 deux chocs pétroliers ont financés un autre programme de développement appelé programme d'investissement qui a pour but de construction de logement, alimentation en eau potable, l'infrastructures économiques et sociales,...etc.<sup>3</sup>

#### **4-2/ en période de crise :**

- Après la crise du fordisme dans le monde qui est une crise de légitimité du monde du travail là ou Ya une augmentation des taux d'intérêt et les charges financières des entreprises, les dépenses publiques sont trop élevées et qu'il y a trop de fonctionnaires cette industrie a touché des fins par le choc pétrolier, la fin de la crise en 1986, on constat les résultats suivantes :
- L'exode rural provoqué par le déséquilibre villes/compagne.
- L'arrêt des investissements qui a provoqué une augmentation du chômage et manque de postes de travail malgré que l'administration et l'agriculture essaient de crée quelqu'un.

<sup>1</sup><https://www.quebec.gouv.qc.ca/fr/actualites/actualites/2021/04/27/strategies-gouvernementales-de-developpement-durable-2015-2020>.consulté le 27/04/2021.

<sup>2</sup> AZZOUZ KERDOUN, environnement et développement durable, éditions publisub, 2000, p20.

- La pression des dettes (surendettement du pays). Equivalent de 33 milliards de dollars.
- La réduction totale de la production en termes de production.

Et c'est avec la collaboration de la banque mondiale que l'Algérie a su développer en réalisant une triple réforme sur 3 plans différents :

**D'abord** : sur le plan macro-économique par équilibrer ce qui est nécessaire économiquement en ignorant ce qui n'est pas en besoin.

**Puis** : sur le plan de la propriété qui consiste de donner la liberté aux entreprises et les vendre plus autonome.

**Et enfin** sur le plan industriel qui sert a donner sens aux grandes entreprises en les structurants par la modernisation des métiers de base, etc.

### **4-3/ en période financière (embellie financière) :**

L'assouplissement financière du début du troisième millénaire est toujours dû à la hausse du prix des hydrocarbures et a la demande d'alimentation, de santé, de formation, enjeux de développement local et territoires, écosystèmes, développement durable et générations futures, droits politiques et culturels.

### Conclusion :

Actuellement, en Algérie la situation de développement local n'est pas complètement désespérée, il existe certain action encourageantes pour voir plus loin vu que ce pays est divisé en 48wilayas dirigées par walis, qui relèvent du ministre à l'intérieur ,chaque wilaya est divisée en communes ,1541 communes sur le territoire algérien ,les wilayas et les communes sont régies par une assemblée élue et on imagines qu'a partir de tout ce nombre il y auras toujours l'espoir d'un développement satisfait et qui sera durable.

# **Partie pratique**

## **Chapitre 5**

### **Présentation de la radio Soummam et sa programmation**

### Chapitre 5 : présentation de la radio Soummam et sa programmation :

#### Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil : la radio Soummam

##### 1-présentation de la radio Soummam :

La radio Soummam est une station radio locale Algérienne, elle à commencer à émettre ses émissions le 19 aout 1996. C'est un espace de communication ouvert à tous les habitants de la région Béjaia ainsi que d'autres villes comme : Sétif, Tizi –Ouzou, Brouira.

Son siège social Boulevard KRIM BELKACEM, Béjaia sous la direction de « RACHID MERZOUK tue à » depuis 26 février2020.  
L'ancien nom « radio Soummam », à durer depuis 1996jusqu'a 2016, puis remplacer aujourd'hui par « radio Béjaia ».

Les programmes de la Radio Soummam divers sont suivis dans dizaine de wilaya y compris à ALGER, M'SILA, JIJEL, SETIF, BOUMERDES, TIZI-OUZOU .....etc.

Elle est la source d'information et de divertissement, elle propose quotidiennement à ses auditeurs divers programmes traitants les qui sujets ont un rapport direct avec les citoyens dans différents domaines. <sup>1</sup>

##### 2-L'effectif de la radio Soummam :

La radio Soummam compte actuellement un effectif de 42 fonctionnaires, qui assurent le fonctionnement et la gestion de la radio, ils sont répartis comme suit :

- 11 journalistes
- 04 animateurs
- 05 réalisateurs
- 08 techniciens
- 03 chefs de services
- 01 secrétaire
- 02 chargés de publicité
- 04 chauffeurs
- 05 agents de sécurité
- 01 comptable

---

<sup>1</sup> SOURCE : document de la radio Soummam

-Pourcentage personnel féminin 34%.

-Correspondance 05 (Daïra KHERRATA, SOUK EL TENINE, SIDI AICH, EL KSEUR et AMIZOUR).

-Collaborateur 11(02 rémunéré et 09 en partenariat avec des différentes directions).

### **3-Les moyens et la matérielle technique de la radio Soummam :**

La radio est équipée de 03 studios :

-Studio de production (studio d'enregistrement et montage, mixage).

-Studio où cabine de montage aussi pour l'enregistrement et montage.

-Studio de diffusion (liée à l'antenne via une baie de liaison TDA).

-Un réseau local de gestion de donnée équipé d'un logiciel de travail dédié à la diffusion et la conduction (NETIA).

-Une d'audition poste sur le web (Streaming).

-Matériel portables mobile.

### **4-La puissance des émetteurs :**

-La radio Soummam à plusieurs fréquences vue la superficie et la géographique, six fréquences sont suite :

-GOURAYA -100KW/90,9FM

-AKFADOU-10KW/88,7FM

- BOUDJLIL-TAZMALT-50W/102.3FM

-SOUK EL TENINE /92.8FM

-TICHY-TIZI AHMED-50W/107.6FM

-Zones d'ombres : localités de la côte Ouest (BENI KSILA, BOULIMAT).

-Quelques localités de la côte est (MELBOU, SOUK EL TENINE, KHERRATA).

### **5-Les procédures de la rédaction à la radio Soummam :**

Elle est constituée d'une dizaine des jeunes journalistes dont des reporters, des présentateurs et des dizaines de correspondants répartis sur les grands ensembles urbains de la wilaya de BEJAIA mais Aussi dans les wilayas limitrophes de BOUIRA, SETIF et TIZI-OUZOU. La rédaction entièrement informatisé et relié à l'internet, propose aux milliers d'auditeurs par mois de 18 rendez-vous entre flash, synthèse et journaux parlés auquel s'ajoute

la revue de presse quotidienne et le magazine d'information hebdomadaire consacré au traitement en profondeurs et tous les sujets qui font d'actualité de la région durant la semaine.

-L'équipe jeune de la rédaction produit des émissions hebdomadaire spécialisées en rapport avec l'agriculture, la prévention routières, le forum, l'économie, le développement dans les communs, le sport, les questions juridique, l'éducation.....etc.

### **6-La grille des programmes de la radio Soummam :**

La radio Soummam de BEJAIA dispose une grille variée d'émission qui s'inscrit dans différents domaines d'événements socio politiques, sportif, culturelle, économique.....

Elle diffuse chaque jour des émissions diverses qui touche la vie quotidienne tel que : magazine de la famille qui est une émission quotidienne qui diffuse chaque matin se présenté par l'ensemble des journalistes, elle propose des conseils de prévention routière, sécurité et développement dans les municipalités, le monde du travail, le monde d'agriculture et la cuisine.

La prévention routière : c'est une émission qui permet de donner des informations sur l'état des routes et de sensibiliser les citoyens sur les accidents routière.

### **7-Les missions de la radio Soummam :**

La radio Soummam encourage et fait participer l'auditeur aux services relatifs à la vie de sa localité et ceci par la diffusion (réception).

La diffusion permet de réaliser les missions suivantes :

-Mission d'information.

-Diffuser les informations, les idées et les valeurs qui tendent à préserver la culture et les principes de la société.

-Par contre la réception a pour mission d'ouvrir les espaces aux citoyens de la localité afin de :

-Participer au développement local et régional.

-Promouvoir le produit local.

-Encourager et promouvoir la créativité et les talents afin d'enrichir les archives de la radio Algérienne.

### **8 -Les objectifs de la radio Soummam :**

La radio Soummam est une entreprise médiatique qui a des principaux objectifs sont comme suite :

-Mettre en valeur les efforts de développement pour atteindre ses objectifs qu'elle doit accomplir.

-Elle sert à créer un espace de communication transparente crédible basé sur le dialogue et l'interactivité au niveau local, régionale pour consolider la stabilité sociale.

-Renforcer le travail de la proximité avec les auditeurs et l'établissement des passerelles régulières avec les stations régionales.

-Consolider les valeurs essentielles de la société Algérienne en mettant l'accent sur la particularité local et régionale comme élément complémentaire de la personnalité nationale.

-Etre au plus près de préoccupation de la société en privilégiant l'information de proximité.<sup>1</sup>

### 9-Les caractéristiques de la radio Soummam

Selon le directeur de la radio Soummam « RACHID MERZOUK », les caractéristiques les plus importantes dans son entreprise médiatique sont comme suite :

#### A- La proximité :

Qui exige une interactivité, la radio Soummam est une radio locale qui doit se rapprocher de l'auditeur résident dans la localité.

#### B -La rapidité :

Est un caractère nécessaire dans la diffusion de l'information et pour conquérir les autres médias, il faut diffuser l'information le plus rapidement possible, et informer les auditeurs de toute actualité.

#### C-L 'exclusivité ou le scoop :

C'est le charme et le prestige de la profession journalistique et le caractère que cherchent tous les médias à obtenir.

La radio Soummam essaye toujours d'être à la hauteur dans sa fonction pour acquérir la confiance de public et pour renforcer son statut dans le milieu médiatique.

#### D- La polyvalence :

Les tâches de la radio Soummam, sont variées elles touchent toutes les champs sociaux, politique, économique, religieuse, culturelles, publicité.....etc. et même leurs journalistes sont polyvalents, ils assurent plusieurs tâches ; l'animation, reportage, journal.

#### E-Bilinguisme :

---

<sup>1</sup> Interview réalisé par nous même avec le directeur de la radio Bejaia le 09/06/2021 a 10 :00h

La radio Soummam utilise deux langues : kabyle et Arabe rarement.

Elle est considérée comme étant la seule station locale qui adopte le bilinguisme.

**Section 02 : les étapes des réalisations de l'enquête****1- La pré-enquête :**

Dans chaque projet de recherche on doit élaborer une phase qui est la pré-enquête, elle permet de collecter un maximum d'information sur le thème de la recherche.

Selon GRAWITZ MADELINE : « la pré-enquête est une enquête portant sur nombre d'enquête où document pour essayer les hypothèses et le questionnaire avant d'entreprendre l'enquête elle-même »<sup>1</sup>.

Pour MAURICE ANGERS : « la pré-enquête dans la recherche scientifique se traduit par la phase où nous faisons l'exploration des données, elle sert à avoir la pertinence des questions »<sup>2</sup>.

Dans une période de 30 jours, l'enquête est commencé de 02 mai 2021 au 02 juin 2021, après avoir l'autorisation du directeur de radio de Soummam, et d'effectuer notre étude, nous avons pris initiative de collecter un maximum d'information et des données concernant notre sujet de recherche qui est « l'impact de la communication médiatisée sur le développement locale », pour cela on a réalisé 07 entretiens libres avec les journalistes de la radio Soummam afin de préciser notre problématique et de confirmer nos hypothèses de recherche.

**2-Le déroulement de l'enquête :**

Notre enquête s'est déroulée dans de bonnes conditions et cela grâce à la compréhension de responsables de la radio Soummam et notre population visée.

Durant la période d'un mois, nous avons exploitée cette durée pour connaître les différentes réactions, accumuler plus de connaissances, et aussi les points de vue des interviewés.

Le temps qu'on ait passé à la radio ne dépasse pas 5 heures par jour, pour avoir des données pertinentes, diverses et claires, nous avons interrogé chaque journaliste individuellement pour 30 minutes à 45 minutes.

Nous avons procédé à interroger deux journalistes par jour selon leur disponibilité, parce que chaque journaliste occupe une tâche (reportage, présentation des émissions, journal...).

Durant cette période nous avons exposé notre thème de recherche initial et aussi nous avons présenté les objectifs qu'on veut réaliser.

---

<sup>1</sup> GRAWITZ MADELINE, « méthode des sciences sociales », 11<sup>e</sup> édition DALLOZ, Paris, 1990, p550.

<sup>2</sup> Angers Maurice « initiation pratique à la méthode des sciences humaines », 6<sup>e</sup> édition CEC, Québec 2014, p336.

A partir de cette prise de contact plusieurs modifications ont été apporté à notre plan de travail, et nous avons précisez notre problématique et aussi les hypothèses, délimité les concepts et les indicateurs de la recherche et enrichir nos entretiens.

Durant la pré-enquête nous avons assisté aux briefings qui se fait chaque matin par le personnelle de la radio (responsable et journaliste), en abordant différents sujets d'actualité.

**-Le 03 mai 2021** : nous avons assisté à la présentation de journal de midi présenté par « MOHAND CHERIF RANBI », dans lequel il a présenté différents sujets, comme la crise sanitaire au niveau de la wilaya de BEJAIA à « SIDI AICH », là où il a annoncé que 14 personnes entre femmes et hommes ont atteint du COVID 19 et l'augmentation de taux des malades au niveau de L'hôpital KHELIL AMRANE selon docteur « HADJOUT KAMAL », aussi il a parlé sur la fermeture de route au niveau d'AKBOU à l'AÄKID AMIROUCHE à cause des problème logements, ensuite il a parlé sur les activités faites au niveau de la résidences universitaires d'Amizour afin de rendre hommage à l' héros de la chanson kabyle « IDIR » pendant 5 jours.

**-Le 09/05/2021** : Nous avons assisté à l'émission : la prévention routière « LAMAN G VERTHAN » présenté par « ARZKI SEDAUI » dans lequel il sensibilise les citoyens sur les accidents routière et informé sur l'état des routes, chaque dimanche à 10h :00.

**-Le 10/05/2021** : à 09h :30 mn, Nous avons participé à la réalisation du reportage sur la fermeture de route à EL KSEUR exactement au village « ighzer uzarif », avec le journaliste « MOUSSA KHIDER » à cause des problèmes de gaz de ville et de l'électricité.

**-Le 16/05/2021** : Nous avons participé à la réalisation d'un reportage sur la vaccination contre le COVID 19 dans lequel nous avons déplacé au centre de vaccin au niveau SID ALI-LABHAR, avec le journaliste MALEK HMAIDI, alors nous avons remarqué que la plus part des citoyens ont inscrit pour le 1er vaccin qui est « astrazanika », en attendant l'arrivée de deuxième vaccin qui est « sputnik », ce qui déclaré docteur : IKHLEF

**-Le 17/05/2021** : à 10h :15mn, Nous avons aussi fait participé à la réalisation du reportage sur l'examen de BAC blanc au lycée de POLYVALANT « EL HAMMADIA » dans lequel on à interroger quelque candidats sur le déroulement d'examen, dans le même jour nous avons aussi réalisé un autre reportage au niveau de l'hôpital « FRANC VANNON », dans lequel nous avons interrogé quelque malade sur Les effets du tabac, autant que ce jour était la journée mondiale de tabagisme avec le journaliste MALEK HMAÏDI.

**-Le 23/05/2021** : à 09h :00 Dans ce jour nous avons aussi participé à la réalisation d'un reportage sur la solidarité des enseignants de la wilaya de BEJAIA, avec les enseignantes victimes de BORDJ-BADJI MOKHTAR au niveau de la wilaya dans lequel le responsable de l'académie déclare qu'il Ya manque de sécurité aux niveaux des établissements et que ce phénomène se répète à chaque fois.

**-Le 24/05/2021** : à 10h :00 : C’est le dernier jour de l’enquête, nous avons interviewé le responsable de la radio Soummam « RAHID MERZOUK » dans lequel il nous a expliqué le rôle et le fonctionnement de la radio, comme il nous a donné des idées sur les différents programmes diffusés, ainsi que le rôle de chaque émission.

**3-Lecture récapitulatif des programmes de la radio Soummam :**

- La radio Soummam Bejaia diffuse ses programmes quotidiens en langue tamazight de 70%, et 30% en langue arabe de 06h55min jusqu’à 00h, et à partir de tous ses programmes organisés dans des tableaux on a pu constater :

-La radio locale se différencie d’un pays à un autre et son rôle n’est pas le même, mais toujours il existe des points communs qui sont spécifiés du radio local dans le monde.

-La radio locale n’est pas commerciale, son but est l’intérêt de la population locale et la satisfaction des besoins en matière de communications.

-La radio locale peut toucher des groupes dans la société que les médias locaux ne peuvent plus atteindre.

-La fonction principale du radio local est le divertissement sans oublier la présentation de la culture locale.<sup>1</sup>

Tableaux suivants traitent l’analyse de contenus des programmes diffusés par semaine par la radio Soummam :

**-Tableau01 : Les programmes de dimanche :**

<b>Tableau de diffusion</b>	<b>Programme</b>	<b>Type de programme</b>	<b>Le public visé</b>	<b>Duré</b>
<b>06h :00/07h :00</b>	Bonjour Soummam « Sabah Ikhir Soummam »	Informatif	Large public	45min
<b>08h :00/08h :05</b>	Emission de nouvelle	Informatif	Large public	5min
<b>08h :05/09h :00</b>	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	35min
<b>10 h :00/10h :02</b>	Fil d’actualité	Politique (économique, social, culturel, sportif)	Large public	2min
<b>10h :05/11h :00</b>	Magazine de la famille « thawachult »	Social	Large public	2min
<b>11h :05/11h :30</b>	Prévention routière « laman g verthan»	Sensibilisation /Informatif	Familial	55min

<sup>1</sup>[www.google .FR](http://www.google.FR) recherche sur les caractéristiques de la radio locale ,18 :16/09-07-2021.

12h :00/12h :30	Bulletin local n°1	Informatif	Large public	55min
12h :30/13h :00	Pause chant « asta3fou nechna »	Divertissement	Large public	1h30min
13h :00/13h :30	Bulletin local n°2	Informatif	Large public	30min
13h :30/14h :00	Programmation musicale	Divertissement	Large public	30min
14h :00/14h :30	Bulletin local chaine 2	Informatif	Large public	30min
14h :30/15h :00	Play List	Divertissement	Large public	30min
15h :05/16h :00	Développement dans les communes « annegmu g theghiwanin »	Informatif sensibilisation et	Musiciens	30min
16h :05/17h :00	Programmation musicale « amaynuth n cena »	Divertissement	Jeunes, musiciens	55min
17h :00/17h :30	Bulletin national chaine 2	Informatif	Large public	55min
17h :30/18h :00	Musique et animation	Divertissement	Un large public	1H30min
18h :00/18h :15	Bulletin local N °3	Informatif	Large public	15min
18h :30/19h :15	A vous la parole	Culturel	Large public	45min
22h :05/23h :00	Avec les expertises	Informatif	Les jeunes émigrants	55min
23h :00/23h :05	Bulletin d'information n° 3	Informatif	Large public	5min

**Le tableau N°01 :**

Indique l'ensemble des programme diffusé chaque dimanche des rendez-vous d'information avec un totale d'horaire 7heure 18minute qui ont pour but d'informer les auditeurs parmi ces programmes :

-émission de nouvelle, fil d'actualité, bulletin d'information.

Il y a aussi des émissions de type social et de sensibilisation sur « la prévention routière », « laman g verthan » donne des conseils sur les accidents routiers.

-Le développement dans les APC « ANGMU G THEGHIWANIN » : qui est un espace de sensibilisation qui sert à analyser et résoudre les problèmes des habitants des communes concerne d'une durée de 55 minute.

**-Tableau 02 : Les programmes de lundi :**

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Public visée	Durée
06h :50/08h :00	Bonjour Soummam « svah lkhir Soummam »	Informatif	Large public	55min
08h :00/08h:05	Emission de nouvelle	Informatif	Large public	5min
08h :05/09h :00	Bonjour Soummam « svahl khir Soummam »	Informatif	Large public	55min
09h :00/09h :02	Fil d'actualité	Informatif	Large public	2min
10h :05/11h :00	Magazine de la famille « thawachult »	Informatif	Large public	55min
11h :05/12h :00	Face à face	Informatif	Large public	1heure
12h :00/12h :30	Bulletin local n°1	Informatif	Large public	30min
12h :30/13h :00	Asta3fu nachna	Divertissement	Large public	30min
13h :00/13h :30	Bulletin d'information n°2	Informatif	Large public	30min
13h :30/14h :00	Programmation musicale	Divertissement	Large public	30min
14h :30/15h :00	Bulletin local n° 3	Informatif	Large public	30min
15h :05/16h :00	Descendant de l'armée nationale	Culturelle	Large public	55min
16h :05/17h :00	Service publique	Informatif	Large public	55min
17h :30/18h :00	Music et animation	Divertissement	Musicien	30min
18h :00/18h :15	Bulletin d'information	Information	Large public	15min
18h :30/19h :30	Différentes opinions, une vérité	Informatif, culturelle	Large public	1heure
21h :05/22h :00	Let music Play	Divertissement	Les intéressants de la music	55min
22h :05/23h :00	Face à face	Social	Large public	55min
23h00/23h :15	Bulletin local	Informatif	Large public	1h15min
00h :00/00h :00	fin de diffusion	Divertissement	Large public	45min

**Tableau N° 02 :**

La majorité des programmes diffusée ont de type informatif avec un volume d'horaire 9heure au 51minute, destinée au large public qui visent à informer le public il y a :

-émission de nouvelle, fil d'actualité, face à face, bulletin local, différent opinion une seule vérité et autres .....

En deuxième lieu il y a des programmes de types divertissement avec un volume d'horaire de 4heure 20 minute dans le but de satisfaire le public il y a :

-pause chant.

-Programmation musicale.

-Musique et animation.

-Let music Play.

Ajoutant aussi des émissions de type culturelles : « descendant de l'armée nationale » avec une durée de 55 minutes

-Tableau 03 : les programmes de mardi :

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Le public visé	Durée
06h :50/08h :00	Bonjour Soummam « svah lkhir soummam »	Informatif	Large public	50min
08h : 00 /08 h :05	Emission de nouvelle	Informatif	Public large	5min
08h :05/09h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Public large	55min
09h :00/09h :02	Fil d'actualité	Informatif	Public large	2min
10h :05/11h :00	Magazine de la famille « thawachult »	Sociale	Les familles	55min
11h :05/12h :00	Le monde d'agriculture « thafelahth »	Informatif	Agriculteurs	1heure
12h :00/12h :30	Bulletin d'information n°1	Informatif	Large public	30min
12h :30/13h :00	Pause chante « Asta3fou n chna »	Divertissement	Large public	30min
13h 13h :00/ :30	Bulletin d'information	Informatif	Large public	30min
13h :30/14h :00	Programmation musicale	Divertissement	Large public	30min
14h :00/14h :30	Bulletin local	Informatif	Large public	30min
14h :30/15h :00	Musique et animation	Divertissement	Large public	30min
15h :05/16h :00	Magazine de formation et d'éducation	Culturel	Les jeunes	55min
16h :05/17h :00	Médecin des auditeurs	Informatif, sensibilisation	Large public	55min
17h :00/17h :30	Prévision régionale	Informatif	Large public	55min
18h :00/18h :15	Bulletin d'information n°3	Informatif	Large public	15min

<b>18h :30/19h :30</b>	Histoire de guerre	Culturel et historique	Large public	1heure
<b>21h :05/23h :00</b>	Réverse des chansons	Divertissement	Large public	55min
<b>23h :00/23h :15</b>	Bulletin local	Divertissement	Large public	15min
<b>23h :15/00h :00</b>	Pause chant « Asta3fou n chna »	Informatif	Large public	45min
<b>00h :0/0h :00</b>	La fin d'émission	Divertissement	Large public	45min

**Tableau N° 03 :**

On remarque que les programmes diffusé le mardi sont différents, mais la majorité des émissions ont de type Informatif avec un volume d'horaire de 9heures 13minute, parmi ses programmes il y a :

- Bulletin d'information.
- Bonjour Soummam.
- Prévision régionale chaine 2.
- Monde d'agriculture.
- 3ème prévision locale.

D'autre part des émissions culturelle comme : « émission de nouvelle » avec un totale d'horaire 2heure 5minute et « magazine de formation et d'éducation », « histoire de guerre ».

-Tableau 04 : Les programmes de mercredi :

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Publics visée	Durée
06h :50/08h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	45min
08h :00/08h :05	Emission de nouvelle	Informatif	Large public	05min
08h :05/09h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	55min
09h :02/09h :02	Fil d'actualité	Infirmatif	Large public	02min
10h :05/11h :00	Magazine de famille	Sociale	La famille	55min
11h :05/12h :00	Vendredi dans les coulisses	Informatif	Les étudiantes	55min
12h :00/12h :30	Bulletin local n° 1	Informatif	Large public	30min
12h :30/13h :00	Notions	Informatif	Large public	30min
13h :00/13h :30	Bulletin d'information n°2	Informatif	Large public	30min
13h :30/14h :00	Programmation musicale	Divertissement	Large public	30min
14h :00/14h :30	Bulletin d'information n°3	Informatif	Large public	30min
14h :30/15h :00	Play List	Informatif	Large public	30min
15h :00/16h :00	Emission avec les jeunes	Informatif	Les jeunes	55min
16h :00/16h :02	Emission de nouvelle	Informatif	Large public	2min
16h :05/17h :00	Les beaux-arts « thazouri ichavhan »	Informatif	Large public	55min
17h :00/17h :30	Bulletin d'information	Informatif	Large public	30min
17h :30/18h :00	Musique et animation	Divertissement	Large public	30min
18h :00/18h :15	3ème prévision local	Informatif	Large public	15min
18h :30/19h :30	Œil sur la pelouse	Divertissement	Large public	1heure
20h :00/21h :00	Musique et animation	Divertissement	Large public	1heure
21h :00/21h :05	Emission et mensuel	Informatif	Large public	55min
21h05/22h :00	Goutte d'arts	Informatif	Les artistes	55min
22h :05/23h :00	Scène d'universitaire /Siège populaire	Informatif	Les étudiants Les musiciens	55min
23h :00/23h :15	Bulletin d'information n 3	Informatif	Large public	55min
23h :15/00 h :00	Poésie en prose	Artistique et culturel	Artistes et musiciens	45min

### Tableau N° 04 :

Dans ce tableau, on remarque que la plupart des programmes diffusés ont de type informatif destiné au grand public avec un volume d'horaire de 7 heures 5minute, parmi ces programmes qu'on trouve comme d'habitude :

-magazine de la famille.

-fil d'actualité.

-2éme et 3éme prévision locale.

-émission de mensuel.

Ajoutant d'autres programmes de types culturels tels que :

-Beaux-arts.

-Programmation jeunesse

-scène universitaire.

- poésie en prose.

Avec un volume horaire de 5heure 10 minute et une émission de type sociale tels que : « œil sur la pelouse » d'une durée de 60minute.

-Tableau 05 : les programmes de jeudi :

L'heure de l'affichage	Programmes	Types des programmes	Public visé	Durée
06h :50/08h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	45min
08h :00/08h :05	Emission de nouvelle	Informatif	Large public	5min
08h :05/09h :00	Bonjour Soummam « svah el khir Soummam »	Informatif	Large public 1	35min
09h :00/09h :05	Fil d'actualité	Informatif	Large public	2min
09h :05/10h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	55min
10h :05/11h :00	Magazine de la famille	Informatif	Large public	55min
11h :05/12h :00	Espace politique servante	Informatif	Aux jeunes	35min
12h :00/12h :30	Bulletin d'information local	Informatif	Large public	30 Min
12h :30/13h :00	Pause chant	Informatif	Large public	30min
13h :00/13h :30	Bulletin d'information	Informatif	Large public	30min
13h :30/14h :00	Programmation musicale	Informatif	Large public	30min
14h :00/14h :30	Bulletin d'information local n°2	Informatif	Large public	30min
14h :30/15h :00	Portrait chahid	Informatif	Large public	30min
15h :05/16h :00	Audacieux des stations radio	Informatif	Large public	55min
16h :05/17h :00 16h :05/17h :00	Jeux avec route de sécurité	Informatif	Large public	55min
17h :00/17h :30	Bulletin d'information chaine 2	Informatif	Large public	1h30min
17h :30/18h :00	Musique et animation	Divertissement	Large public	30min
18h :00/18h :15	Bulletin d'information n° 3	Informatif	Large public	15min
18 h :30/19h :30	Musique et animation	Divertissement	Large public	30min
20h :00/21h :00	Animation et musique	Divertissement	Large public	55min
21h :05/23h :15	Siège populaire	Informatif	Large public	55min
23h :00/00h :00	Musique et animation	Divertissement	Large public	45min

### Tableau N°05 :

Ce tableau indique les programmes diffusé le jeudi de type d'informatif en un volume horaire de 7heure 41minute destiné aux larges publics tels que :

-espace policière servantes.

-magazine de la famille.

-jeu avec route de sécurité.

D'autre part des programmes de type culturelle tels que : portrait chahid, audacieux des stations radio, d'un volume horaire d'une heure (60 minutes)

Ensuite des programmes de divertissements comme : pause chant, programmation musicale, musique et animation avec un total horaire de 2heure 15minute.

**-Tableau 06 : le programme de vendredi :**

L'heure de diffusion	Programmes	Type de programmes	Public visé	Durée
06h :50/08h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	45min
08h :00/08h :05	Emissions de nouvelle	Informatif	Large public	05min
09h :00/09h :02	Fil d'actualité	Informatif	Large public	02min
09h :05/10h :00	Fatawa de la chari3a	Religieuse	Large public	55min
10h :05/11h :00	Bourgeons de la Soummam	Informatif Divertissement	Les enfants	55min
11h :05/12h :00	Sport à Soummam	Divertissement	Les sportifs Large public	35min
12h :00/12h :30	Premier bulletin local	Informatif	Large public	30min
12h :30/13h :00	Bulletin d'informations	Informatif	Large public	1heure 30min
13h :00/13h :30	La prière de vendredi	Religieuse	Large public	30min
13h :30/14h :00	Louange religieuse	Religieuse	Large public	30min
14h :00/14h :30	Deuxième bulletin local	Informatif	Large public	30min
14h :30/15h :00	Les reflets Coraniques	Informatif Religieuse	Large public	30min
15h :05/16h :00	Séminaire de vendredi	Informatif Religieuse	Large public	55min
16h :05/17 h :00	Directement des stades	Divertissement	Les jeunes sportives	55min
17h :00/17h :30	Bulletin locale	Informatif	Large publique	1h 30min
17h :30/18h :00	Musique et animation	Divertissement	Large publique	30min
18h :30/19h :30	Troisième bulletin locale	Informatif	Large publique	15min
20h :00/21h :00	Avec les associations	Culturel	Large publique	45min
21h :05/22h :00	L'histoire des guerres	Culturel	Large publique	1h30min
22h :05/23h :00	Avec le psychiatre	Informatif	Large publique	55min
23h :00/23h :15	Les beaux-arts	Culturel	Les artistes	55min
00h :00/00h :00	Dernier bulletin locale	Informatif	Large publique	5min

### Tableau N° 06 :

Nous constatant aussi pour la journée du vendredi, la domination des programmes est de type religieux avec un volume horaire de 3heure 30 minutes sont comme suite : fatawa de la chariaa, la prière de vendredi, reflet coranique et louanges religieuse.

D'un autre côté des programmes de divertissement tel que : bonjour Soummam, sport à Soummam, directement des stades, musique et animation avec un totale horaire de 4heure 5minute, ensuite viendra des programmes de type culturelles d'un volume horaire de 3heure tels que :

-Avec les associations.

-L'histoire des guerres.

-Avec le psychiatre.

**-Tableau 07 : Le programme de samedi :**

L'heure de diffusion	Programmes	Type de programmes	Public visé	Durée
06h : 50/08h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	45mn
08h :00/08h :05	Emission de nouvelle	Informatif	Large public	5mn
08h :05/09h :00	Bonjour Soummam	Informatif	Large public	35mn
09h :00/09h :02	Fil d'actualité	Informatif	Large public	02mn
09h :05/10h :00	Voix de femme	Informatif	Femmes	55mn
10h :05/11h :00	L'art cosmétique	Beauté	Femmes	55mn
11h :00/12h :00	Revue culturelle	Educatif culturel	Large public	35mn
12h :00/12h :30	Bulletin local n° 3	Informatif	Large public	1h30mn
12h :30/13h :00	Pause chante	Divertissement	Large public	30mn
13h :00/13h :30	Bulletin d'information	Informatif	Large public	30mn
14h :00/14h :30	Bulletin local n° 2	Informatif	Large public	30mn
14h :30/15h :00	Regard d'espoir	Informatif	Large public	30mn
15h :05/16h :00	Directement des stades	Divertissement	Sportif jeunes	55mn
16h :05/17h :00	Directement des stades (suite)	Divertissement	Sportif jeunes	55mn
17h :00/17h :30	Dépliant local 2	Informatif	Large public	1h30mn
17h :30/18h :00	Animation musique	Divertissement	Large public	30mn
18h :00/18h :15	Bulletin régionale	Informatif	Large public	15mn
21h :05/22h :00	Résultat sportifs	Divertissement	Sportifs jeunes	55mn
22h :05/23h :00	Let music Play	Divertissement	Musiciens « jeunes »	55mn
23h :00/23h :05	Bulletin local n° 3	Informatif	Large public	5mn

### Tableau N° 07 :

Nous constatant que la fonction informative est la plus dominante à la radio Soummam pour la journée de samedi avec un nombre de 10émissions et d'un volume d'horaire de 9h et 7minutes, tels que : fil d'actualité, revue culturelle, regarde d'espoir

En deuxième lieu avec un volume d'horaire de 7heures et 6minutes, tels que :

- directement des stades

-musique et animation

-résultat sportif

-let music Play

Et qu'on à remarquer aussi que la majorité des programmes diffusées sont destinée aux larges publics.

### 4-synthèse des résultats de tableaux :

Nous avons pu à travers ce chapitre, exposer les témoignages de nos enquêtées qui nous ont permis de récolter des réponses pour pouvoir répondre à notre problématique et de vérifier nos hypothèses.

Nous avons pu constater également qu'à l'intérieur de la radio Soummam Bejaia existe un esprit de coopération entre tous les travailleurs et que tous les enquêtées proposent est estime bien de diffuser plus d'émissions en donnant pour chaque émission son but, en basant surtout sur le développement local de la wilaya de Bejaia afin de sensibiliser les citoyens de la région.

**Chapitre 06 :**  
**Interprétation et analyse des résultats**

**Chapitre 06 : interprétation et analyse des résultats****Section 1 : analyse et interprétation des données :**

Dans cette section on va présenter les caractéristiques personnelles de notre population d'étude et aussi l'interprétation et l'analyse des entretiens.

**1-1/caractéristiques personnels de l'échantillon :**

Durant notre partie pratique nous avons interrogé en face à face les membres de notre échantillon, nous avons eu la chance de travailler avec 7 journalistes qui se trouvent présent à la radio et qui ont pris l'initiative de répondre aux questions de l'entretien.

Ces caractéristiques constituent l'ensemble des informations sur les enquêtés selon :

- L'âge
- Le sexe
- L'expérience professionnelle
- Niveau d'instruction
- Situation matrimoniale

**1-2 /présentation et analyse des entretiens :**

On a présenté nos réponses d'entretiens sous forme de trois axes, en respectant nos hypothèses de départ

**Axe 01 : les caractéristiques socioprofessionnelles :**

<b>Enquêtés</b>	<b>Age</b>	<b>Sexe</b>	<b>Niveau d'instruction</b>	<b>Ancienneté</b>	<b>Situation matrimoniale</b>
<b>Enquêté1</b>	42ans	Homme	Universitaire	9mois	Marié
<b>Enquêté2</b>	55ans	Homme	Universitaire	33ans	Marié
<b>Enquêté3</b>	45ans	Homme	Universitaire	20ans	Marié
<b>Enquêté4</b>	45ans	Homme	Universitaire	26ans	Marié
<b>Enquêté5</b>	40ans	Homme	Universitaire	20ans	Marié
<b>Enquêté6</b>	50ans	Homme	Universitaire	26ans	Marié
<b>Enquêté7</b>	39ans	Homme	Universitaire	18ans	Marié

Après l'analyse de ce tableau, nous remarquons que la tranche d'âge de notre étude est variée entre 40 et 55 ans, et que tous les enquêtés ont un niveau d'instruction universitaire, et une expérience professionnelle importante dont 6/7 ont plus de 19ans d'ancienneté dans la radio.

## **Axe 2 : la contribution de la radio Soummam par son programme afin de répondre aux besoins de la société BEJAOUI**

Dans cet axe nous allons analyser et répondre sur les questions qu'ont à poser à nos enquêtés :

### **1- la durée consacrée pour chaque programme pour répondre aux besoins et attentes des auditeurs :**

On trouve chez tous nos enquêtés des similitudes dans leurs réponses, selon l'enquêté 1 âgé de 50ans et d'une ancienneté de 26ans : « il suffit juste de gérer son temps lors de l'émission, tous les présentateurs et invités ne sont pas satisfait concernant le temps, car il passe vite et que le thème développe en fur et à mesure », et 6/7 des enquêtés ont de 42, 55,42...etc., d'une ancienneté de 9mois, 33ans ,20ans ...etc. ,ont déclaré que : « il faut traiter un maximum de points dans un temps limités ».

### **2-la fiabilité d'informations sur le terrain avant la diffusion :**

On remarque ici la similitude de toutes les réponses et 7/7 des enquêtés ont répondu par une même réponse : « la radio et la télévision leurs force est la crédibilité, la radio ne dit pas n'importe quoi, et si on entend l'information par la radio si qu'elle est confirmée et qu'ils ne jouent pas avec l'information, et tout avec des preuves, et la vérification se fait par aller au terrain, ou par des correspondants de presse qui envoient des informations ».

### **3-les formations réalisées par les journalistes de la radio :**

L'enquêté 1 âgé de 45ans qui a 26ans d'expérience de niveau d'instruction universitaire a évoqué qu'il a « bénéficié d'une formation à Tipaza et une autre à Sétif sur le thème un thème sportive tellement c'est un journaliste polyvalent, la formation consiste sur (le commentaire sportif) et que c'était une formation nationale », l'enquêté2 âgé de 40ans a ajoutait de ça part : « oui j'ai bénéficié d'une formation avec les américaines à Tipaza sur le journalisme d'investigation ».

L'enquêté 3 âgé de 38ans d'une expérience de 18ans a bénéficié d'une formation à l'Angleterre et qui était une formation de proximité sur les réseaux sociaux (face book/twitter).

D'après leurs réponses on constate que les enquêtés ont presque bénéficié tous des formations journalistiques importantes dans leurs parcours et qu'elle leurs aident à s'exprimer et à faire d'autres connaissances, soit au niveau national ou international.

**4-la gestion des émissions pendant la pandémie (covid19) :**

7/7 d'enquêtés ont déclaré que : « tous les thèmes /sujets d'émissions sont liée au sujet de la pandémie, et qu'ils travaillent par téléphone et aussi ils limitent le nombre d'invités dans chaque émissions ».

**5-l'état des études d'audiences à la radio Soummam :**

Les réponses de cette question c'était presque les mêmes, ils déclarent que : « il n'existe pas assez de moyens pour effectuer des études d'audiences car pour effectuer ce dernier il faut un centre spécial et cela vraiment demandes le temps pour préciser tel audience de tel audience ».

**6-la contribution de la radio par ses émissions au développement local :**

Les réponses des enquêtés pour cette question c'était comme suit :

7/7 des réponses des enquêtés répond : « oui, la radio contribue vraiment au développement car la radio informe le public sur les problèmes de la société et d'être au service et à la hauteur des citoyens, et que la radio attire les responsables car elle est comme un médiateur entre les citoyens et responsables, et aussi elle contribue car la radio c'est un moyens de communication important dans la société qui passe l'information directement à travers ses émissions et tout ce qui se passe à la radio a un impact sur la société sois elle éduque ,informe ,sensibilise ,...etc.

**7- l'état actuel de développement local en termes des émissions de la radio :**

Selon la réponse de tous les enquêtées 1,2,3,4,5,6,7, : « on n'est pas satisfait a 100 pour 100 car il reste beaucoup de travail qui n'est pas encore réalisée surtout dans notre wilaya Bejaia, malgré que la radio Soummam soit une station active et qui fait partie de l'élite ».

**8-le programmes annuels de l'émission de la radio Soummam :**

L'enquêté 1a répondu que : « chaque radio a un programme annuel et chaque émissions a son propre programme comme l'émission de cette enquêté nommé (la prévention routière) /(laman g verdan ),c'est une émission pour la prévention routière son programme en été ou en hiver n'est pas le même ,en hiver par exemple il parle sur l'état de la route (neige, pluie, verglas,...) ,et en été (climatisation ,...),et tout ça dépend des périodes et des sujets .

**9-l'émission la plus demandée à la radio Soummam :**

On trouve chez tous nos enquêtées une similitude dans leurs réponses ,7/7 des enquêtées : « chaque émission a son public qui la demande et à qui on répond, et que toutes les émissions sont demandées et qu'il n'y a pas de différence entre elle ».

On constate ici que les programmes diffusés ou les émissions présentées par la radio sont tous demandées par les auditeurs qui preuve qu'ils sont satisfait.

**10-les difficultés rencontrées lors de la présentation des émissions à la radio Soummam :**

L'enquête 1 et 2 avec leurs caractéristiques de 40/50ans d'une expérience de 20/26ans d'un niveau universitaire ont déclaré que : « il existe différents problèmes qu'ils rencontrent lors de la diffusion des émissions comme par exemple, il ya des choses qui ne plait pas aux auditeurs comme par exemple accusée quelqu'un par un accident on lui disant que c'est lui la cause soit par la vitesse ou manque d'attention au volant », d'un autre coté le reste d'enquêtées âgées de 55/45/39/40/ 42 ans d'une expérience entre 18 à 33 ans d'un niveau universitaire déclarent que : « parmi les difficultés rencontrées ,qu'il y a certains responsables et services concernées qui ne répondent pas lors de reportage et même par téléphone et aussi ils refusent de collaborer ».

**11-la compréhension de la langue « amazighe » par les auditeurs vu l'existence de différents dialectes :**

Toutes les réponses à cette question étaient les mêmes ; ils déclarent que : « la langue amazighe est comprise par tout le monde et qu'ils n'ont jamais rencontrée des difficultés concernant ce sujet ».

**Axe3 : le but de l'émission (développement dans les communes), dans le développement local de la wilaya de Bejaia.**

Nous avons précisé cette émission exactement parce-que c'est on voit que c'est l'émission qui contribue dans le développement de la wilaya de Bejaia, et aussi c'est l'émission adéquat a notre thématique de recherche et elle a une relation avec le développement local, alors ses questions poser au enquêtées c'est pour savoir c'est quoi l'émission et en quoi consiste

**1-l'émission « anegmu g theghiwani » / « développement dans les communes » consiste :**

Selon 7/7 enquêtées cette émission consiste à inviter le maire d'une commune concerné pour résoudre un problème dans sa région, et que c'est une émission informative présenté par l'animateur HADI HADID chaque dimanche de 15h :00 à 16h :00.

Nous comprenons alors que cette émission a pour objectif des résolutions aux problèmes existés dans les régions.

**2-l'émission (le développement dans les communes) est destinée à :**

La similitude des réponses de nos enquêtées âgées de 39 à 50ans, d'une ancienneté de 9 a 33ans que cette émission est destinée aux habitants des communes concerné ».

**3-l'objectif de l'émission « développement dans les communes » est :**

La similitude de toutes les réponses de toutes les enquêtées comme chaque fois sont : « l'objectif de l'émission est le double trait d'union entre les citoyens et le maire d'une région concernées » ce qui veut dire trouver des solutions à un problème et faciliter le dialogue entre le maire et les citoyens et de tisser des relations entre la localité et les responsables de la wilaya de Bejaia vu que le développement de la localité repose sur deux secteurs : le P.C.D qui est un plan communal développement là où le maire lui-même qui s'occupe de budget donné ,et le deuxième secteur de P.S.D qui est projet sectoriel de développement là où le maire n'est pas concernée de budget donné comme l'exemple des logements social ,et que l'invité de cette émission consiste dans le maire uniquement .

#### **4- les sujets traités par l'émission (développement dans les communes) sont :**

Selon toutes les réponses : le sujet traité dépend de quoi réside le problème qui se trouve dans la région ; logements, gaz, électricité, etc. ».

#### **5-le choix des invités dans l'émission (développement dans les communes) se fait par critères :**

L'enquêtée 1 et 2 et 3 âgées de 42/55/45 ont répondu : « le principe choix des critères des invités de l'émission est (l'équité),qui veut dire c'est pas n'importe qui ,qui passera à l'émission et c'est à l'animateur de l'émission de choisir son invitée »,de son côté les enquêtés 4/5/6/7 âgés de 45/40/50/39 d'une expérience entre 18 et 26 ans déclarent que : « c'est tout le monde qui a le droit de passer à l'émission et que à l'animateur de faire un tour minimum une fois par an dans les régions de la wilaya de Bejaia afin de bien choisir le thème et le sujet de l'émission en terme de nécessité de résoudre son problème ».

#### **6-la planification des actions avant la diffusion de l'émission (le développement dans les communes) :**

7/7 enquêtées qui veut dire tous les enquêtés ont répondu par : « toute émission à la radio Soummam a un objectif à atteindre, c'est pour ça la première action à effectuer est la fixation des objectifs pour concrétiser vers la fin, et cela se fait par la pyramide inversée qui veut dire traiter les informations de plus important au moins important ».

#### **7-les réactions après l'émission de développement dans les communes :**

5/7 enquêtées ont évoqué d'une manière positive sur le feed-back de cette émission en disant que : « oui, l'émission arrive à résoudre le problème est que l'auditeur peut appeler directement appeler via le téléphone et de parler avec le maire et à partir de là ils arrivent tous les deux à détecter des solutions aux problèmes soulevés » ,de son côté les autres d'enquêtées ont évoqué que : « pas uniquement un seul auditeur qui peut participer à l'appel mais plusieurs qui ont le droit d'interroger au même temps ».

#### **8-la réflexion de l'émission de (développement dans les communes) sur le développement local de la wilaya de Bejaia :**

7/7 de réponses d'enquêté : « un d développement local a été remarquée dans la région de Bejaia grâce à cette émission, et que des relations positive ont été créé entre les habitants de la région concernée avec leurs maire ».

### **9-l'amélioration de l'émission (développement dans les communs) en termes d'invités :**

L'animateur de l'émission (ELHADI HADID) a évoqué la possibilité perspective en disant que : « pourquoi pas non, on va essayer de diversifier un peu nos invités, on ne va pas rester toujours dans ce rythme, pourquoi pas un ministre, avocat, enseignants, etc. » et c'était le même point de vu pour le reste des enquêtés.

### **10- les difficultés rencontrées dans l'émission (développement dans les communes) :**

Selon la ressemblance des réponses on constate qu'il n'ya pas un problème ou difficultés soit avant ou pendant et même après l'émission, et que cela revient à la complicité des invités et leurs compréhension et attentes.

### **1-3/ synthèse des résultats des entretiens :**

Nous avons pu à travers ce chapitre, exposer les témoignages de nos enquêtées qui nous ont ainsi permis de récolter des réponses pour pouvoir répondre à notre problématique et de vérifier nos hypothèses.

Nous avons pu constater également qu'a l'intérieure de la radio local Bejaia Soummam qu'il existe un esprit de coopération entre tous les travailleurs de la radio même s'ils rencontrant quelques difficultés mais leurs volonté de continuer ensemble le travail et aussi d'améliorer la radio en terme de ses émissions et d'adapter des nouvelles perspectives reposants sur l'amélioration des conditions de travail et la communication en général en tissant des relations et de faire de nouvelles connaissances sois a l'intérieure ou à l'extérieure, et de souhaiter vraiment de changer la situation a l'intérieure de la radio pour but de voire un développement a l'extérieure.

On constate que la majorité des enquêtés de la radio Soummam de Bejaia proposent de diffuser plus d'émissions en donnant pour chaque émission son but et objectif.

**Section2 : discussion et vérification des hypothèses****1-discussion des hypothèses :****1-1 La première hypothèse :**

Après l'analyse et l'interprétation des données recueillis à l'aide des entretiens que nous avons mené sur le terrain au sein de la radio Soummam, il apparaît clairement que les premières hypothèses qui est : « la contribution de la radio Soummam par ses programme riche, en différents domaines afin de répondre au besoin de la société bejaoui » est confirmé à travers les réponses obtenues lors de la question posées dans l'entretien, comme par exemple la réponse de la neuvième question dans le deuxième axe que toute les émissions de la radio Soummam sont demandé, ce qui prouve qu'elles répondent à leurs besoins ,ainsi comme la réponse à la huitième question là où ils prouvent que chaque émissions a un programmes dont lequel elle parlera sur les détails de chaque sujet et de préciser à chaque catégorie ce qu'elle cherche, et c'est la même chose pour les autres réponses .

**1-2Ladeuxième hypothèse :**

Intitulé «le but de l'émission (développement dans les communes)/ (anegmu g theghiwanin) dans le développement de la wilaya de Bejaia », est confirmée aussi para port aux réponses de nos enquêtée ,comme le but de l'émission qui de tisser des relations solides avec les citoyens et le maire ,et aussi de garantir la stabilité en visant la protection de la société bejaoui en général ,et aussi la réponse de la question numéro 7 de l'axe 3 qui prouve qu'il y a un feed-back après cette émission ce qui fait comprendre que c'est une émission riche par son programme .

# **Conclusion générale**

## **Conclusion :**

A la lumière de l'analyse des résultats obtenus au cours de la présente étude, nos hypothèses ont été confirmées en répondant à la problématique de la recherche sur « l'impact de la communication médiatisée sur le développement local », qui est basé sur la méthode qualitative.

Aujourd'hui, la communication médiatisée est considérée comme un type de média, et un outil efficace avec un personnel compétent, et aussi un facteur de développement qui est capable de satisfaire le désir du public, en termes de Bonheur, de divertissement, d'éducation, et d'avoir des connaissances multiples.

Nous voudrions dire que la radio Soummam est une organisation qui touche un large public qui diffuse des informations ,des idées et des valeurs qui tendant à préserver la culture les principes de l'entreprise ,ainsi qu'elle vise à créer un espace de communication transparent crédible basé sur le dialogue et l'interactivité au niveau local, régional pour consolider la stabilité sociale, et renforcer les efforts de développement au niveau de la wilaya, et qu'à partir de la radio Soummam qu'on a pu découvrir l'importance de la radio dans le développement local et qu'elle exerce réellement la communication médiatisée comme elle contribue au développement local de la région de BEJAIA.

En résumé donc que le développement local à Bejaia figure l'un des sujets cible de la radio Soummam qui pratique une communication de masse basé sur l'interaction entre les citoyens et les différentes responsables de la wilaya et communes, et que la population de la commune de BEJAIA réclame la satisfaction de leurs besoins.

D'après notre étude, nous conseillons les futures chercheuses a se focalisé sur ce thème car il est un sujet vaste, et pourquoi pas traitée d'autres sujets qui ont cerné dans le champ médiatique notamment les médias de masse, les domaines de la communication médiatisée, les champs de la communication médiatisée, l'histoire et les objectifs de la communication médiatisée...

# **Liste bibliographique**

## Ouvrages méthodologiques

1. ANGERS MAURICE, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition casbah Alger, p226
2. Abdelkrim BOUHAFS, la communication dans l'entreprise, édition offices des publications universitaires, p60
3. BERTRAND Claude-jean, « introduction à la presse.la radio et la télévision » 2eme édition Eclipse, 1995, p14
4. DEPELTEAU François, la démarche d'une recherche en sciences humaines, édition de BOECK, Québec, 2000, p214
5. JAVEAU CLAUDE, enquête par questionnaire : manuel a l'usage du praticien, institut de sociologie ,3eme édition, édition de l'organisation, paris, 1981, p112
6. Jean François marcotte, « interaction en réseaux et communautés virtuelles », 2001, p05.
7. Jean Etienne François bloess, jean pierre noreck, Jean-Pierre roux,Dictionnaire de sociologie ; 3eme édition hatier, p220
8. <sup>i</sup> MAURICE ANGERS, initiation pratique de la méthodologie des sciences humains, édition casbah université, 1996, p109
9. MEUNE JEAN-PIERRE et PERAYA DANIEL
10. MUCCHIELLI, 2009, p205.
11. Sous la direction de SYLVIE GROSJEAN et LUC BONNEVILLE, la communication organisationnelle, chanlière éducation, p34
12. XAVIER GREFF (1984) in kheladi mokhtar, développement local, édition de l'office des publications universitaires du même auteur 2012, p31

## Ouvrages théoriques

13. Albert pierre, histoire de la presse, PUF, parais, 1996. P 96
14. AL BERT, PIERRE et autre, histoire de la radio et télévision, PUF, paris, 1981. P 123
15. <sup>i</sup> AZZOUZ KERDOUN, environnement et développement durable, éditions publisub, 2000, p20
16. <sup>i</sup> André Akoun, sociologie de la communication de masse, Hachette supérieur, 1997.
17. BALLE, Francis, lexique de l'information communication, Dalloz, 1<sup>ère</sup> éd, paris, 2006, p 220
18. BERTRAND, Claude- jean, introduction à la presse, la radio et la télévision, 2<sup>ème</sup> éd ellipse, 1995. P 15
19. <sup>i</sup> CATHIA Papi, « médiation et médiatisation », revue internationale sur le numérique en éducation et communication  
<sup>i</sup>CHAUSSADE J, développement local ou de la difficulté d'être moderne sans perdre son âme ; actes du congrès mondial canadien, 1996, éditions d'Acadie, Moncton canada, p353.
20. DOMINIQUE-PAULE DECOSTER, processus et acteurs de développement local, université libre de Bruxelles, presse universitaire de Bruxelles ,3eme édition ,2001-2002
21. <sup>i</sup> Eric Langevin, Développement local et NYCI : quel a tout pour le développement durable ? Dans transversales, sciences et culture, Numéro 48, décembre 1997
22. <sup>i</sup> Jacqueline margin, Guide de développement social, L'Harmattan 1989, p21.

23. GRAWITZ MADELINE, « méthode des sciences sociale », 11<sup>e</sup> édition DALLOZ, paris, 1990, p550
24. Greffe Xavier, territoires en France, les enjeux économiques et la décentralisation, Economica, 1984
25. GOUTTEBEL-J-2003 stratégie de développement territorial, 2<sup>e</sup> édition Economica, Paris. P95
26. GROSJEAN SYLVIE et BONNEVILLE LUC, la communication organisationnelle, chenerlière éducation, Montréal, 2011, p33, 34
27. KHALED MOKHTAR, le développement local, édition office des publications universitaires, p30
28. LAMIZET, BERNARD, histoire des médias audiovisuels, éd Ellipses, paris, 1999.p 13
29. . LAZAR Judith, sociologie de communication de masse, éd Armand colin, paris, 1991
30. <sup>i</sup> MAIGRET, Eric, sociologie de la communication de masse, op.cit. p 41
31. MARSHALL, Macluhan, pour comprendre les médias, éd Mame/senil. Paris, 1968.p 259
32. Marie-Christine, serbaoui, dans réussir ses actions de communication, 2012.p 51-68
33. <sup>i</sup> MEUNIER Jean- pierre et PERAYA Daniel, introduction aux théories de la communication, 3<sup>e</sup> éd de boeck, Bruxelles, 2010, p 73.
34. Meunier J.P.Peraya, D. introduction aux théorie de la communication Analyse sémio pragmatique de la communication médiatique 2<sup>e</sup> éd revue et augmentée, 1<sup>e</sup> éd en 1993, Bruxelles, de boeck,2004
35. NICK S, du nord au sud, interdépendance et solidarité dans le monde maritime, 1996, édition Charles léopard Mayer, paris, p157
36. PEDLER, Emmanuel, sociologie de la communication, Nathan, paris, 2000.p 55
37. . Pecqueur « le développement local : mode ou model », Paris, édition Synos Alternative, 1991
38. RIOM Aude et autres, toute la fonction communication, 1<sup>e</sup> éd dumed, paris, 2010, p05.
39. Sacristie, Valérie, communication et médias, éd foucler, paris, p.103
40. THIERRY LIBAERT, édition Dunod, 2010, p17

## Dictionnaire

41. Dictionnaire le petit Larousse illustré ,2014
42. Dictionnaire de sociologie le robert seuil
43. . ALBERT JACQUARD, topictionnaire, le dictionnaire de politique, édition mon toupie, 1925-2013.
44. .
45. BALLE FRANCIS. « Dictionnaire des médias », Larousse, paris, 1998, p50.
46. BALLE Francis, dictionnaire des médias, éd la rousse, paris, 2013. P 50.

## Articles et site web graphie :

47. Projet de loi de Madagascar portant code de la communication médiatisée, PDF consulté le : 18/04/2021 à 14 :00.
48. FRIEDRICH, EBERT STIFTUNG, la communication au service de l'organisation, présentation et enjeux
49. <https://library.fesdeTunesien.PDF>, publié en 2020. Consulté le 06/07/2021 à 19h28
50. Selon le PDF « développement locale/sommet de Montréal 2003/groupe de travail »
51. Macrocciamichel, la communication médiatisée par ordinateur ; problème de genre et de typologie, publié le 18/04/2003, Disponible sur :[https://gric.univ-lyon2.fr/equipe1/actes/journées\\_genre/MarcocciaCmC.Genre.RTF](https://gric.univ-lyon2.fr/equipe1/actes/journées_genre/MarcocciaCmC.Genre.RTF). Genre .RTF. Consulter le 02/07/2021 à 12h00.
52. Définition du DATAR (délégation a l'aménagement du territoire de l'action régionale), cité par j.yGoutebel
53. . (Club de SAHEL) et de l'Afrique de l'ouest, (septembre 2005), décentralisation et développement local =élément d'analyse et de réflexions à partir de certains travaux du CSAO (Club du Sahel et Afrique de l'Ouest) (document en ligne).
54. SAHALI, taous, (novembre 2011), le développement durable et les défis de l'environnement urbain, université Abderrahmane mira, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales : Bejaia –Algérie. Consulté le 13avril a 14h :30
55. ESSABRI, Noureddine. (2017), représentations, agir et justification de développement durable chez les dirigeants de PME, école doctorale abbé Grégoire, faculté des sciences des gestions : sans lieu d'édition
56. S. IPEK ORATER, médiation et médiatisation, DOCPLAYER, disponible sur le site : <https://docplayer.fr/16538389-médiation-et-médiatisation,htm>/publié le 19/01/2012. Consulter le 04/07/2021 à 16h
57. [https://reveue –médiation-tel uq.ca index .PHP/DISTANCE /ARTICLE](https://reveue-médiation-tel.uq.ca/index.PHP/DISTANCE/ARTICLE) Download 61 /29, consulté le à04/07/2021à14 :21.
58. [www.google .FR](http://www.google.FR) recherche sur les caractéristiques de la radio local ,18 :16/09-07-2021.
59. Lahlah Nawal et Messaouden Lydia « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère », mémoire de master, option communication et relation publique, université Abed Rahman mira, Bejaia, faculté des science humaines et sociales ,2018/2019.

# **Annexes**

## **Annexe 01 :**

### **Le guide d'entretien :**

#### **Axe 01 : les informations socioprofessionnelles**

- Sexe
- Age
- Niveau d'instruction
- L'ancienneté

#### **Axe 02 : la contribution de la radio Soummam par ses programmes afin de répondre aux besoins de la société BEJAOU.**

- 1**-la durée consacré pour chaque émission suffit-elle pour répondre aux besoins des auditeurs /citoyens ?
- 2**-vérifier-vous la fiabilité de l'information sur le terrain avant la diffusion ?
- 3**-bénéficiez-vous des formations journalistiques durant votre parcours ?
- 4**-comment gérer-vous vos émissions pendant la pandémie de covid 19 ?
- 5**-effectuez-vous des études d'audience ?
- 6**-pensez-vous que la radio Soummam contribue-t-elle au développement local de la région BEJAIA par ses émissions ?
- 7**-quel-est l'état actuel de développement local en termes de vos émissions ?
- 8**-établissez-vous des programmes annuels pour vos émissions ?
- 9**-quelle est l'émission la plus demandé par vos auditeurs ?
- 10**-quelles-sont les difficultés rencontrées lors de présentation de vos émissions ?
- 11**-comment les auditeurs arrivent-ils à comprendre la langue « amazighe » ?

#### **Axe03 : le but de l'émission (développement dans les communes), dans le développement de la wilaya de BEJAIA**

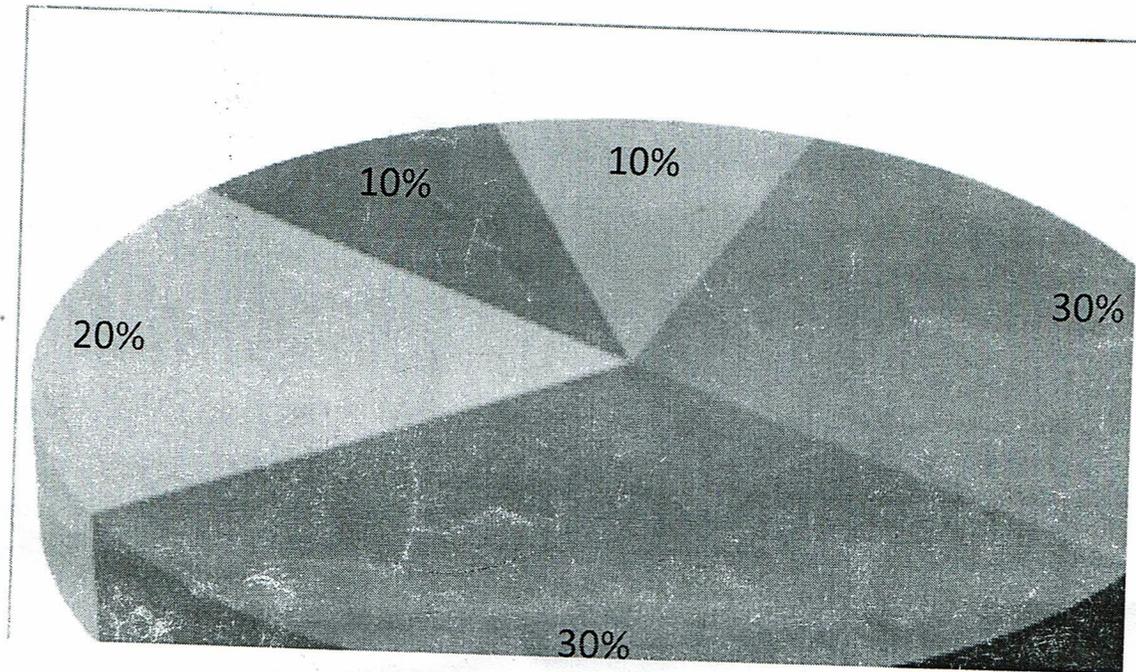
- 1**-en quoi consiste l'émission « développement dans les communes » ?
- 2**-A qui-t-elle destinée cette émission ?
- 3**-le but de l'émission « développement dans les communes » ?
- 4**-quelles-sont les sujets traités par cette émission ?
- 5**-sur quels critères choisissez-vous vos émissions dans cette émission ?
- 6**-Planifiez-vous des actions avant la diffusion de cette émission ?
- 7**-quelles sont les réactions des auditeurs après la diffusion de l'émission de « développement dans les communs » sur développement local dans les communes ?
- 8**-quelle est la réflexion de l'émission « développement dans les communes » sur le développement local de la wilaya de BEJAIA ?
- 9**-pensez-vous à améliorer cette émission en termes de ses invitées ?
- 10**- les difficultés rencontrées lors de la diffusion de cette émission ?

Annexe 02 : les programmes annuels diffusées par la radio Soummam  
2020/2021

التوقيت / اليوم	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
08.00 إلى 06.50	بداية الإرسال + حديث الصباح + صباح الخير صومام						
08.05 إلى 08.00	ع رض اخ ب اري						
09.00 إلى 08.05	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام
09.02 إلى 09.00	م جز اخ ب اري						
10.00 إلى 09..05	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صباح الخير صومام	صوت المرأة
10.02 إلى 10.00	ع رض اخ ب اري						
11.00 إلى 10.05	مجلة الاسرة	مجلة الاسرة	مجلة الاسرة	مجلة الاسرة	مجلة الاسرة	براعم الصومام	فن التجميل
11.05 إلى 11.00	م جز اخ ب اري						
11.30 إلى 11.05	الوقاية و الأمن	وجها لوجه	عالم الفلاحة	كواليس الجامعة	فضاء الشرطة الجوارية	الرياضة في الصومام	المجلة الثقافية
12.00 إلى 11.32	الوقاية و الأمن						
12.30 إلى 12.00	النشرة المبررة المة ح اية و الج ه وية الأولى						
13.00 إلى 12.30	استراحة غنائية	استراحة غنائية	استراحة غنائية	مفاهيم	استراحة غنائية	نشرة الأخبار 2	استراحة غنائية
13.30 إلى 13.00	نشرة الأخبار						
14.00 إلى 13.30	بم	بم	بم	بم	بم	بم	بم
14.30 إلى 14.00	النشرة المبررة المة ح اية و الج ه وية الثانية						
15.00 إلى 14.30	Play List	بور تري شهيد	أغاني و تنشيط	Play List	بور تري شهيد	تأملات قرآنية	نصرة الأمل
15.02 إلى 15.00	م جز اخ ب اري						
16.00 إلى 15.05	التنمية في البلديات	سليل الجيش الوطني	مجلة التربية والتكوين	حصة مع الشباب	جسور بين الاذاعات	ندوة الجمعة	مباشرة من الملاعب
16.02 إلى 16.00	ع رض اخ ب اري						
17.00 إلى 16.05	جديد الاغاني	خدمة عمومية	طبيب المستمعين	الفنون الجميلة	العاب مع طريق السلامة	مباشرة من الملاعب /////// اعادة بث الرياضة في الصومام	مباشرة من الملاعب (تابع)
17h30. إلى 17.00	النشرة المبررة المة ح اية وية ق2						
17h30. إلى 18:00	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط
18.15 إلى 18.00	النشرة المبررة المة ح اية الثالثة						
19.30 إلى 18.30	اليكم الخط	اراء مختلفة و الحقيقة واحدة	تاريخ الثورة	عين عن القانون و الانسان	أغاني و تنشيط	مع الجمعيات	أغاني و تنشيط

أغاني و تنشيط	تاريخ الثورة	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	20.00 إلى 21.00
عرض إخباري	عرض إخباري	عرض إخباري	عرض إخباري	عرض إخباري	عرض إخباري	عرض إخباري	21.00 إلى 21.05
نتائج رياضية	مع الطبيب النفساني	قعدة شعبية	قطرات فنية	ذكريات بالأغاني	Let music play	الحصّة الشعرية	21.05 إلى 22.00
موجز إخباري	موجز إخباري	موجز إخباري		موجز إخباري	موجز إخباري	موجز إخباري	22.00 إلى 22.05
Let music play (إعادة)	الفنون الجميلة(إعادة)	قعدة شعبية	كواليس الجامعة إعادة	ذكريات بالأغاني	وجها لوجه إعادة	امع المغتربين	22.05 إلى 23.00
النشرة المحلية الثالثة و الأخيرة							23.00 إلى 23.15
أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	أغاني و تنشيط	قراءات شعرية إعادة	أغاني و تنشيط	قراءات شعرية	أغاني و تنشيط	23.15 إلى 00.00
نهاية البث من إذاعة الصومام و الربط مع الإذاعة الثقافية							00.00.

توزيع النسب المئوية للشبكة البرمجية السنوية لعام 2020 م / 2021 م



**La radio Soummam Bejaia diffuse ses programmes quotidiennement en langues nationales (Arabe 30 % et Tamazight 70 % de 06h50 à 00h00, soit un volume horaire de 17heures par jour.**

## **Les mots clés :**

L'impact, la communication médiatisée, le développement local.

## **Résumé :**

Dans notre sujet de recherche nous avons abordé le thème de « l'impact de la communication médiatisée sur le développement local », cette dernière qui sert à faciliter les échanges entre les individus, précisément de garantir un développement local qui assure une vie confortable aux générations future.

Notre objectif est d'étudier la communication médiatisée et son influence sur le développement local et savoir son rôle dans les changements de comportement des individus.

Dans notre thème de recherche nous avons utilisée l'approche fonctionnaliste qui vise à éclairer le rôle de la communication médiatisée dans le processus de développement local en utilisant la méthode d'analyse qualitative, et nous avons choisi 3 techniques de l'entretien qui englobe des questions ouvertes afin de donner aux enquêtés la liberté de s'exprimer et de donner plus d'informations ,l'entretien est distribué pour un échantillon de 7 personne qui sont : les journalistes de la radio Soummam , parmi les techniques utilisées ,on a touché l'analyse de contenu ; la on a traité et analysé les programmes diffusées par semaine par la radio Soummam en se basant sur quelques indicateurs ,et la technique d'observation afin d'enrichir les informations collectées comme une phase importante dans l'enquête.

Pour conclure, la communication médiatisée est liée à la notion de développement local en visant à améliorer et changer le comportement humain d'une manière positive ,et d'après notre cas pratique nous avons constaté que la radio Soummam local de Bejaïa procède à la communication médiatisée en intégrant l'aspect positif de développement local en utilisant différent moyen de communication.

## **Abstract**

In our research topic we addressed the topic of «the impact of mediated communication on local development », which is used to facilitate exchanges between individuals, to guarantee local development and its role changing people's behavior. In our research we used the functionalist approach that aims to illuminate the role of mediated communication in the local development process using the qualitative analysis method, and we have chosen 3 interview techniques that encompass open-ended question for data to the respondents freedom of expression and data more information ,the interview is distributed for a sample of 7persons which consists of the journalists of the “soummam radio” ,among the techniques used, we have involved the analysis of contents of the programmers prod cast week by soummam radio which based on some indicators ,and we used the observation technique to enrich the information collected as an important phase in the resurvey.

To conclude, mediated communication is linked to the notion of local developmentAiming to improve and change human behavior in a positive way, and according to our practical cas we have found that the soummam local of BEJAIA carries out the mediated communication by integrating the positive aspect of local development using different mean of communication