



Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences de l'Information et de la Communication

**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du
diplôme de master en sciences de l'information et de la
communication**

Option : Communication et relations publiques

**LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ ET LA SENSIBILISATION
DES ROUTIERS CONTRE LES ACCIDENTS DE LA CIRCULATION.**

Cas pratique : L'émission Radiophonique "Laman deg bardan" de la Radio

SOUMMAM

Réalisé par :

KEBACHE Djakeir

KHELIFA Amel

Encadré par :

BOUICH Mahrez

Année universitaire

2022-2023



Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences de l'Information et de la Communication

**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du
diplôme de master en sciences de l'information et de la
communication**

Option : Communication et relations publiques

**LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ ET LA SENSIBILISATION
DES ROUTIERS CONTRE LES ACCIDENTS DE LA CIRCULATION.**

Cas pratique : L'émission Radiophonique "Laman deg bardan" de la Radio

SOUMMAM

Réalisé par :

KEBACHE Djakeir

KHELIFA Amel

Encadré par :

BOUICH Mahrez

Année universitaire

2022-2023

Remerciement

Avant tout, nous remercions Dieu tout puissant de nous avoir donné la force, La volonté et la patience pour réaliser ce travail.

A notre enseignant et encadreur Mr. BOUICH MAHREZ de nous avoir accueilli et mis à notre disposition ses précieux conseils, ses orientations et sa confiance qui nous ont guidées tout le long de notre recherche.

Aux membres du juries qui ont accepté d'examiner notre travail.

Nous tenons aussi à remercier Mr. SEDAOUI AREZKI qui nous a encadrés et guidés durant notre stage pratique, et toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.

Dédicace

Je dédie ce travail :

A mes très chers parents, qui m'ont aidé et soutenu durant mes études.

A ma grand-mère.

A mes frères Salim, Zakaria et Rabia.

A ma chère sœur Wissam.

A tous les membres de famille qui m'en aidé de près ou de loin.

A mes très chers amis (es).

A celui qui a partagé avec moi ce travail.

Amel

Dédicace

Je dédie ce travail :

A mes très chers parents, qui m'ont aidé, soutenu et poussé vers l'avant durant tout mon cycle d'études.

A mon oncle qui me soutien et me guide dans tous mes projets.

A mes chères sœurs Mariem et Hind.

A ma fiancée et future femme Djamila.

A mes chers amis (es).

A celle qui a partagé avec moi ce travail.

Djakeir

Liste des abréviations

NHTSA: National Highway Traffic Safety Administration

AM : amplitude modulée

ASIRT : Alberta Serious Incident Response Team (Équipe d'intervention en cas d'incidents graves en Alberta)

DAB : diffusion audio numérique

EU-OSHA : Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail

FM : fréquence modulée

INRS : Institut national de recherche sur la sécurité routière

RN : INSERM : Institut national de la santé et de la recherche médicale

ISO : Organisation internationale de normalisation

NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

PIB : Produit intérieur brut

QR : question de recherche.

RN : Route national.

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication.

UIT : Union Internationale des Télécommunications

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Liste des tableaux

Tableau 01 : Analyse quantitative de l'indicateur : Proximité.....	70
Tableau 02 : Analyse quantitative de l'indicateur : Information.....	72
Tableau 03 : Analyse quantitative de l'indicateur : Sensibilisation.....	74
Tableau 04 : Analyse quantitative de l'indicateur : Accompagnement.....	76
Tableau 05 : Analyse quantitative de l'indicateur : Mobilisation.....	77
Tableau 06 : Analyse quantitative de l'indicateur : Persuasion.....	78
Tableau 07 : Analyse quantitative de l'indicateur : Argumentation.....	79
Tableau 08 : Analyse quantitative de l'indicateur : Autorité.....	80
Tableau 09 : Analyse quantitative de l'indicateur : Attrait émotionnel.....	81
Tableau 10 : analyse quantitative de l'indicateur : Influence.....	83
Tableau 11 : Analyse quantitative de l'indicateur : Interactivité... ..	84
Tableau 12 : Analyse quantitative de l'indicateur : Promouvoir un comportement.....	86
Tableau 13 : Analyse quantitative de l'indicateur : Changement de comportement.....	87
Tableau 14 : Analyse quantitative de l'indicateur : accident de circulation.....	88

Sommaire

Introduction

Cadre méthodologique

Chapitre 1 : analyse conceptuelle

1. Problématique
2. Hypothèse
3. Objectifs de la recherche
4. Raison du choix du thème
5. Analyse des concepts
6. Les études antérieures

Chapitre 2 : démarche méthodologique

1. Demarche théorique
2. La démarche méthodologique
3. Outil de l'étude
4. Echantillon de l'étude
5. Pré-enquête
6. Enquete

Cadre théorique

Chapitre 3 : La communication de proximité

1. Quest ce que la communication de proximité
2. Les enjeux de la communication de proximité
3. Les caractéristique de la communication de proximité
4. Les avantages de la communication de proximité
5. Les limites de la communication de proximité

Chapitre 4 : Les accidents de la circulation

1. Les causes des accidents de la circulation

2. Les conséquences des accidents de circulation

3. Prévention et réduction des accidents de circulation

Chapitre 5 : La radio

1. Les différents types de la Radio

2. Le rôle de la radio dans la communication de proximité

3. Les stratégies de la communication radio pour sensibiliser les routiers contre les accidents de la circulation.

Cadre pratique

Chapitre 6 : présentation des données

1. Présentation de l'émission fiche technique de l'émission « l'aman deg bardan »

2. Présentation des données de la recherche Grille d'analyse de contenu

Chapitre 7 : présentation des résultats

1. Analyse et Interprétation des résultats

2. Discussion des résultats et vérification des hypothèses

Conclusion

Liste bibliographique

Annexes

Table des matières

Introduction

La question des accidents de la route reste un défi majeur à l'échelle mondiale, nécessitant la mise en place de stratégies efficaces de sensibilisation et de réduction des risques. Selon des sources internationales, les accidents de la circulation sont une problématique d'envergure mondiale. Chaque année, un nombre considérable de vies sont tragiquement affectées, et de nombreuses personnes subissent des blessures de différentes gravités.

La communication de proximité, qui se concentre sur le développement de liens étroits entre les acteurs de la communication et leur public cible, joue un rôle fondamental dans le domaine de la communication. Cette approche, caractérisée par son caractère interactif, participatif et adaptée aux besoins locaux, revêt une grande importance pour sensibiliser aux enjeux sociaux et sanitaires, notamment en ce qui concerne la prévention des accidents de la circulation.

Dans le cadre de ce mémoire, nous analyserons l'efficacité de la communication de proximité dans la sensibilisation contre les accidents de la circulation, en nous appuyant sur le cas pratique : l'émission « Laman Deg Berdan » de la radio Soummam en Algérie. Cette émission de radio populaire dans la région de Bejaïa utilise les principes de la communication de proximité pour sensibiliser les auditeurs aux dangers de la circulation routière et leur fournir des conseils pratiques.

La radio, en tant que moyen de communication de proximité, joue un rôle crucial dans la sensibilisation à la sécurité routière, car elle est accessible à tout le monde et permet d'atteindre les divers auditeurs à travers la wilaya de Bejaïa, y compris dans les zones reculées.

Dans le cadre méthodologique de notre étude, englobant le chapitre 01, nous allons entameront une analyse conceptuelle exposant notre problématique, nos hypothèses et nos objectifs de recherche, ainsi que les raisons du choix de notre thématique. De plus, nous procéderons à une analyse des concepts et les études antérieures. Le chapitre 02, quant à lui, sera dédié à la démarche méthodologique de notre recherche, incorporant la théorie engageante et la théorie persuasive. Nous définirons notre démarche méthodologique qui est la méthode mixte, combinant la méthode quantitative et la méthode qualitative, tout en utilisant l'analyse de contenu comme outils d'étude. La population mère sera représenté par

l'émission « Laman deg berdan », tandis que l'échantillon de notre étude consistera en 5 épisodes de l'émission « Laman deg berdan ». Par ailleurs, il conviendra de mentionner les étapes de la réalisation de notre recherche, incluant une pré-enquête et l'enquête.

À la suite de notre étude, dans le cadre théorique, nous allons approfondir la compréhension du phénomène étudié en explorant une variété d'ouvrages et des sites web. Nous allons décrire et appréhender les variables de notre recherche, en consacrant le chapitre 03 à l'exploration de la communication de proximité, dans le chapitre 04 nous mettrons l'accent sur les accidents de la circulation, et dans le chapitre 05 à la radio.

Puis dans le cadre pratique, nous exposerons les données recueillies dans le chapitre 06, englobant une fiche technique détaillée ainsi qu'une analyse à la fois quantitative et qualitative du contenu. Dans cette étape cruciale de la recherche, nous mettrons en œuvre notre analyse de contenu en nous appuyant sur notre échantillon. Par la suite, dans le chapitre 07, nous procéderons à l'interprétation des résultats obtenus afin de confirmer ou d'affirmer nos hypothèses initiales.

Enfin, nous entreprendrons la rédaction de notre conclusion, en mettant l'accent sur la synthèse des résultats.

CADRE

MÉTHODOLOGIQUE

Chapitre 1

Analyse conceptuelle

1.1 Problématique

La communication régionale englobe les échanges d'informations et de messages qui se déroulent à l'échelle d'une région géographique spécifique. Elle implique les interactions entre les acteurs de cette région telle que le gouvernement, les entreprises, les organisations, les acteurs locaux, et les habitants de cette dernière. Cependant, il est essentiel de reconnaître l'importance de la communication de proximité et son rôle crucial dans la réalisation d'une communication régionale véritablement efficace.

Selon Thierry Libaert (2001), "la communication de proximité est une approche communicationnelle qui se concentre sur les interactions entre les organisations et les individus dans un environnement local. Cette approche vise à créer une relation de confiance entre les parties prenantes en favorisant l'interaction directe, la participation, l'écoute et l'engagement mutuel. La communication de proximité implique l'utilisation de différents canaux de communication tels que les médias locaux, les réseaux sociaux, les événements publics, les rencontres avec les citoyens et les groupes communautaires. Cela permet aux organisations de communiquer directement avec les citoyens et de mieux comprendre leurs besoins et leurs attentes".¹

La communication de proximité joue un rôle prépondérant dans la sphère sociale, en s'appuyant sur des interactions quotidiennes entre individus et des échanges avec divers acteurs, qu'ils soient personnels, familiaux ou professionnels. Elle consolide les relations sociales, facilite la diffusion d'informations et favorise un climat interactif propice à l'établissement de liens solides. Elle crée un sentiment d'appartenance, de confiance et d'échange, en particulier dans le cadre de la sensibilisation et de l'accompagnement. La communication de proximité constitue un levier essentiel pour interagir directement avec les citoyens, que ce soit de manière générale ou en ciblant des segments spécifiques lors de la diffusion d'informations, de la sensibilisation ou du changement de comportement. Elle englobe différents contextes tels que la résolution de conflits, la transmission d'informations, la sensibilisation et le divertissement. Elle utilise des modalités verbales et non verbales,

¹ Libaert.T, (2001), *La communication de proximité*, 2eme édition, p.15 et p.28.

directes ou indirectes, en respectant les principes de l'écoute active, de la personnalisation du message et de la prise en compte des spécificités locales et culturelles.

Parmi les fléaux pris en charge par la communication de proximité, on trouve les accidents de la circulation, également connus sous le nom d'accidents de la route. Défini comme étant des événements impliquant des véhicules tels que des voitures, des camions, des motos, des bus, et même des piétons qui sont victimes de collision avec d'autres véhicules, chose qui peut entraîner des blessures graves des invalidités permanentes ou des décès ainsi que des dommages matériels, très importants. Selon l'Organisation mondiale de la santé, "on peut compter environ 1,35 million de morts et 50 millions de blessés annuellement, suites aux accidents de la circulation"², C'est donc ce qui fait de ce phénomène un problème de santé publique majeur au niveau mondial, qui fait l'objet d'une politique de sécurité routière visant à réduire leur fréquence et leur gravité et a sensibilisé la population mondiale contre ce fléau infâme, qui prend de l'ampleur dans le monde de manière générale, et en Algérie en particulier.

Dans le cadre de la communication de proximité. Il est à signaler que la radio est un des canaux de communication les plus utilisés vu que le principe de la proximité et de l'interactivité est effectivement assuré et le contexte local et culturel est respecté. Considéré ainsi comme média de proximité très populaire depuis sa création au début du 20ème siècle, la radio offre une large gamme de programmes d'information, de divertissement, d'éducation et de sensibilisation, et c'est ce qui fait de ce canal de communication un moyen très efficace de rester connecté avec la communauté locale.

La communication de proximité peut jouer un rôle important dans la sensibilisation des routiers contre les accidents de circulation via les voix radiophonique, elle peut permettre de toucher directement les personnes concernées et peut-être d'établir une relation de confiance entre les différents acteurs. Cependant, les enjeux communicationnels dans ce domaine sont multiples :

La pertinence du sujet traité par l'émission radiophonique et du message diffusé : le message émis par une émission radiophonique doit être bien clair et précis et le sujet traité

² Le site web de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) https://www.who.int/gho/road_safety/mortality/en/

La Banque Mondiale <https://data.worldbank.org/indicator/SH.STA.TRAF.P5?locations=DZ> consulté : le 26-12-2022.

doit être pertinent, la communication de proximité peut permettre la personnalisation du message en fonction de la zone géographique, des particularités culturelles et sociales, des habitudes des auditeurs... etc. Il est important de veiller à ce que les messages diffusés par l'émission soient compréhensibles, pertinents et adaptés aux auditeurs et que le sujet traité soit compatible avec la population locale pour un impact de sensibilisation plus puissant.

Les invités de l'émission : la participation des acteurs locaux (la police, la gendarmerie, la protection civile...) et des personnes d'expérience comme invités à une émission de sensibilisation contre les accidents de circulation peut contribuer à établir un climat de crédibilité entre les acteurs de l'émission et les auditeurs ainsi que de valoriser le message émis par l'émission.

L'interaction des acteurs de l'émission : la communication de proximité permet une interaction entre les acteurs de l'émission et les auditeurs. Cette interaction peut permettre de mieux comprendre les besoins, les attentes et les comportements des participants, ainsi que de répondre à leurs questions et préoccupations sur les accidents de la circulation.

Le moyen de communication utilisée afin de sensibiliser les routiers contre les accidents de la route via les voix radiophonique de la radio SOUMMAM de Béjaïa est l'émission « Laman deg bardan » une émission de sensibilisation interactive qui traite de la sécurité routière.

Cela nous a mené à vouloir comprendre **comment l'émission « Laman deg bardan » contribue dans le cadre de la communication proximité à la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation ?**

Afin de répondre à cette question principale, nous sommes tenus de suivre les questions secondaires suivantes :

- Quelles sont les différentes stratégies mises en place par l'émission afin de sensibiliser les auditeurs contre les accidents de la circulation et leur impact sur le comportement de ces derniers ?
- Le message émis par l'émission est-il adapté à la cible?
- Est-ce que l'expertise des invités et des participants de l'émission influe dans la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation, et leur l'adoption d'un comportement plus approprié sur les routes ?

- Est-ce que la participation des auditeurs contribue à la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation ?

1.2 Hypothèses

Les hypothèses désignent l'ensemble des propositions ou suppositions qui servent de base à une recherche scientifique ou à une enquête. Elles sont généralement formulées avant le début de l'enquête dans le but de guider la collecte de données, et l'analyse des résultats. Selon Creswell, elles ont été définies comme étant **“des affirmations préliminaires qui sont testées au moyen de données empiriques. Elles sont souvent basées sur des théories ou des connaissances antérieures, mais doivent être testables et spécifiques pour être utiles dans la recherche”**³.

Dans le cadre de la réalisation de notre recherche, sur la communication de proximité et la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation par le biais des voies radiophoniques, les hypothèses que nous avons sélectionnées sont comme suite :

1.2.1 Hypothèse théorique

- La communication de proximité via les voies radiophoniques contribue à la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation.

Variable indépendante : La communication de proximité

Variable dépendante : La sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation

1.2.2 Hypothèses pratiques

1. Les messages émis par l'émission « Laman deg bardan » de la Radio Soummam participent à informer et à accompagner les auditeurs sur les bonnes pratiques à adopter sur la route.

Variable indépendante : Les messages émis par l'émission.

Variable dépendante : Informé et accompagner les auditeurs.

2. La participation des acteurs de l'émission « Laman deg bardan » de la Radio

³ Creswell. J. W, (2014), *“Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches”*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 4eme edition, p. 21.

Soummam contribue à établir un lien de proximité entre l'émission et les auditeurs routiers dans le but du changement de leurs comportements relatifs à la conduite.

Variable indépendante : les acteurs de l'émission.

Variable dépendante 01 : établir un lien de proximité.

Variable dépendante 02 : la sensibilisation et le changement de comportement.

3. L'interaction des auditeurs avec l'émission "Laman deg berdan", contribue à la mobilisation et à l'influence des auditeurs pour l'adoption d'un bon comportement sur les routes.

Variable indépendante : l'interaction des auditeurs.

Variable dépendante 01 : mobilisation et influence des auditeurs.

Variable dépendante 02 : l'adoption d'un bon comportement.

1.3 Objectifs de la recherche

Les objectifs de recherche sont les résultats spécifiques que nous cherchons à atteindre en menant une recherche scientifique. Dans notre cas, les objectifs pourraient être de vouloir comprendre comment l'émission radiophonique « Laman deg berdan » dans le cadre de la communication de proximité contribue à la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation.

1.3.1 Objectifs académiques et scientifiques

1. Analyser les messages émis par l'émission « Laman deg bardan » dans le cadre de la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation en analysant le contenu d'un échantillon aléatoire des épisodes de l'émission.
2. Étudier les facteurs qui influencent l'efficacité de la communication de proximité dans la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation, en se basant sur l'émission « Laman deg Berdan » comme cas pratique.
3. Proposer des stratégies de communication de proximité efficaces pour la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation en utilisant l'émission « Laman deg Berdan » comme référence, en prenant en compte les spécificités de la population de Béjaïa.

1.3.2 Objectifs socioculturelles

1. Analyser les représentations sociales de la sécurité routière chez les populations locales desservies par l'émission « Laman deg Berdan » et évaluer dans quelle mesure ces représentations influencent leur comportement sur la route.
2. Étudier l'impact culturel sur l'efficacité de la communication de proximité pour la sensibilisation aux accidents de la circulation.
3. Examiner l'importance des canaux de communication de proximité pour la sensibilisation contre les accidents de la circulation au niveau locale, en utilisant l'émission « Laman deg Berdan » comme cas pratique et en analysant les stratégies de communication utilisées pour atteindre la populations.

1.3.3 Objectifs éducatifs

1. Évaluer l'efficacité des stratégies de communication de l'émission "Laman deg Berdan" en termes de sensibilisation pour l'adoption des pratiques de conduite plus sûres chez les auditeurs.
2. Analyser les stratégies pédagogiques mises en œuvre par l'émission "Laman deg Berdan" pour sensibiliser les auditeurs aux risques d'accidents de la circulation, en mettant l'accent sur les approches innovantes et efficaces pour promouvoir la sécurité routière.
3. Étudier les facteurs qui influencent l'adhésion des auditeurs de l'émission "Laman deg Berdan" aux messages de sécurité routière, tels que la crédibilité des sources d'information, l'identification aux personnages de l'émission ou l'accessibilité des messages.

1.4 Raison du choix du thème

Les raisons du choix du thème sont un processus réfléchi et délibéré qui fait référence à toute motivation qui vise à influencer et a motivé un chercheur dans la sélection d'un sujet de recherche, elles peuvent varier en fonction du contexte et du domaine de l'étude. Les raisons qui nous ont poussés à choisir cette thématique sont comme suite :

1.4.1 Les raisons objective du choix de ce thème

1. L'importance de la sécurité routière : Les accidents de la circulation représentent un problème majeur au niveau mondial, causant divers dégâts humains et matériels. La sensibilisation contre ce fléau est donc une préoccupation importante pour les autorités et les citoyens.
2. La sécurité routière représente un enjeu primordial pour la société en général : Les accidents de la circulation ont des conséquences dramatiques sur les victimes et leurs proches, ainsi que sur l'économie et les services de santé. La sensibilisation des routiers via les médias, notamment la radio locale, est une action concrète qui peut contribuer à la réduction des accidents de la route.
3. L'importance de la communication de proximité : La communication de proximité est une stratégie importante pour sensibiliser la population locale aux enjeux de la sécurité routière et pour encourager les comportements responsables sur la route.
4. La pertinence de la recherche : Les études portant sur la communication de proximité et la sensibilisation contre les accidents de la circulation peuvent offrir des avantages considérables dans leurs domaines. Les résultats obtenus pourraient fournir une assistance précieuse aux professionnels de la communication et de la sécurité routière.

1.4.2 Les raisons subjectives du choix de ce thème

1. L'intérêt personnel : Le sujet de la sécurité routière est un sujet qui peut toucher chacun d'entre nous, que ce soit en tant que conducteur, passager, ou piéton. En tant qu'étudiants, cela peut être une opportunité d'approfondir nos connaissances sur un sujet qui a une importance directe dans notre vie quotidienne.
2. L'estime et l'admiration qu'on a envers notre enseignant et encadrant monsieur **BOUCH Mahrez** et l'envie de vouloir profiter encore de son savoir et de son efficacité de travail afin de réaliser un très bon mémoire de master digne du nom.
3. L'aspect pratique de l'étude de cas : L'utilisation d'une émission de radio comme étude de cas peut nous offrir une opportunité pratique d'analyser une communication de proximité en action. Cette étude peut également nous offrir des perspectives concrètes de la communication et de la sécurité routière et c'est aussi une perspective de découvrir le monde de la radio de pré.

4. L'opportunité de se spécialiser : Étudier un sujet spécifique comme la communication de proximité et la sensibilisation contre les accidents de la circulation peut nous offrir une opportunité pour se spécialiser dans un domaine spécifique de la communication et de s'approfondir dans cette spécialité. Cela peut nous aider à développer une expertise spécifique qui pourrait être utile dans notre future carrière professionnelle.

1.5 Analyse des concepts

L'analyse des concepts se désigne comme une approche qui vise à distinguer, à examiner, et à comprendre en profondeur les concepts clé utilisés dans un domaine spécifique, dans le cadre de notre étude, les concepts clé sont comme suite :

1.5.1 Communication de proximité

La communication de proximité peut avoir des définitions légèrement différentes selon le contexte dans lequel elle est utilisée, d'après l'organisation internationale de la francophonie, cette dernière est désignée comme « une stratégie de communication qui vise à créer une relation plus étroite entre les entreprises, les organisations et leur public cible. Elle utilise des canaux de communication directs, tels que les événements, les réunions publiques, les enquêtes de porte-à-porte et les réseaux sociaux locaux, pour établir des liens plus solides avec la communauté. »⁴

L'UNESCO définit la communication de proximités comme : « une communication de terrain, qui implique des interactions directes et personnelles entre les émetteurs et les récepteurs de messages. Elle s'appuie sur des canaux de communication directs, tels que les rencontres en face-à-face, les appels téléphoniques ou les messages électroniques individuels, pour établir des relations de confiance et de proximité avec les parties prenantes. »⁵

La communication de proximité selon la Banque mondiale est : « une approche de communication participative qui vise à impliquer les communautés locales dans la prise de décisions et la mise en œuvre de projets. Elle repose sur une compréhension approfondie des

⁴Organisation internationale de la Francophonie, (2015), *La communication de proximité*, Consulté : le 3 mars 2023, sur https://www.francophonie.org/IMG/pdf/1_communication_de_proximite.pdf, p. 1.

⁵UNESCO, (2013), "*Guide pour la planification de la communication de proximité*", Consulté le 3 mars 2023, sur <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000223071>, p. 9.

besoins, des préoccupations et des priorités des communautés concernées, et utilise des canaux de communication directs pour mobiliser et engager les citoyens. »⁶

Dans le cadre opérationnel de notre étude, la communication de proximité se résume à l'interactivité avec la population locale grâce à la radio régionale, autrement dit c'est d'être le plus proche des auditeurs par le biais des voies de l'émission radiophonique « Laman deg bardan », dans but d'atteindre et de sensibiliser la population locale de Bejaia, elle se caractérise par une approche participative, collaborative, et interactive qui favorise l'implication des acteurs locaux dans la résolution des problèmes locaux.

1.5.2 Accidents de la circulation

Un accident de la circulation peut être défini comme un événement imprévu, non planifié et involontaire qui implique au moins un véhicule et peut causer des dommages matériels, des blessures ou la mort d'une ou plusieurs personnes. Selon Ndiaye.A, les accidents de la circulation sont définis comme : « **Des événements non intentionnels qui résultent de la combinaison de plusieurs facteurs, notamment le comportement des usagers de la route, l'état des véhicules et des infrastructures, et les conditions météorologiques.** »⁷ Ils ont également été défini par Bensassi Mustapha comme étant : «**des événements qui résultent de la rencontre de plusieurs facteurs, tels que le comportement des usagers de la route, l'état des véhicules et des infrastructures, et les conditions de circulation. Les accidents de la circulation peuvent être graves, voire mortels, et ont un coût économique important pour la société.** »⁸

Cependant, dans le cadre opérationnel de notre étude, les accidents de la circulation sont considérés comme étant des incidents tragique qui impliquant la collision d'au moins un véhicule ou un piéton dans la région de la wilaya de Bejaïa, qui engendre des blessures, des dommages matériels considérable et même la mort par fois.

⁶Banque mondiale, (2012), "Guide pratique : la communication de proximité pour le développement", Consulté le 03 mars 2023, sur https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/11952/716790FRE0P12200Box0361524B00PUB_LIC0.pdf?sequence=1&isAllowed=y , p. 5.

⁷Amina Ndiaye, (2019), "Sécurité routière : Comprendre, Agir, Évaluer", l'harmattan, France, p. 29.

⁸Mustapha Bensassi, (2018), "Sécurité routière : Comprendre pour agir", La Documentation Française, France, p. 27.

1.5.3 Radiophonie

La radiophonie est un concept qui implique l'utilisation de la technologie radio pour diffuser des programmes et des informations sonores à un public. La radiophonie est un moyen de communication qui a évolué au fil du temps et qui est devenu un moyen populaire de divertissement, d'information et d'éducation dans de nombreux pays. Selon Jost François, « **la radiophonie peut être défini comme moyen de communication de masse qui utilise les ondes hertziennes pour diffuser des émissions sonores, c'est un média historique, qui est apparu avant la télévision et qui a longtemps été l'un des principaux moyens d'information, de sensibilisation et de divertissement, qui a connu de nombreuses évolutions technologiques depuis ses débuts, comme l'arrivée de la FM, la numérisation, la diffusion par Internet, etc.** »⁹

La radiophonie a été définie aussi par Michael Kunczik comme, « **un média qui a un potentiel important pour contribuer à la formation d'une sphère publique mondiale. En effet, la radiodiffusion permet de diffuser des informations et des opinions à une échelle planétaire, en dépassant les frontières nationales et en touchant un public diversifié. La radio peut jouer un rôle important dans la construction d'une opinion publique mondiale en permettant l'échange d'idées et la création d'un dialogue entre différentes cultures et régions du monde. Elle peut ainsi favoriser la compréhension mutuelle et la construction d'une citoyenneté mondiale.** »¹⁰

Sur le plan opérationnel, la radiophonie se résume à la diffusion de l'émission radiophonique « Laman deg bardan » dans le but de sensibiliser les routiers contre les accidents de la circulation via les ondes de la radio SOUMMAM, en direct tous les dimanches à 10h05, elle peut être écoutée via des postes de radio traditionnels, ou sur le site officiel de la radio SOUMMAM.

1.5.4 Sensibilisation

Le concept de sensibilisation désigne un processus qui vise à informer et à éduquer les individus sur une question particulière. Ce dernier touche divers domaines, tels que la santé, l'environnement, les droits de l'homme, etc. Le but de la sensibilisation est de changer les attitudes et les comportements des individus en leur faisant prendre conscience de

⁹François Jost, (2011), "Dictionnaire de la culture médiatique", Armand Colin, France, p. 212.

¹⁰Michael Kunczik,, (2001), "The Handbook of Global Media Research", Routledge, États-Unis, p. 91.

l'importance de l'enjeu du phénomène de sensibilisation, elle peut être menée à différents niveaux, tels que l'éducation, la communication, la participation et la mobilisation de la communauté. Selon Patrick Barrère, la sensibilisation se définit comme étant « **un processus qui vise à éveiller la conscience et l'intérêt d'un public cible à l'égard d'un sujet donné. Il s'agit d'une action de communication qui cherche à susciter une prise de conscience individuelle ou collective face à un enjeu social, culturel, environnemental ou politique. Elle peut prendre différentes formes, telles que des campagnes d'affichage, des événements publics, des séances d'information, des ateliers de sensibilisation, etc.** »¹¹

Dans le cadre de notre étude, la sensibilisation consiste à informer, à accompagner, et à éduquer les auditeurs sur l'importance de la sécurité routière et du bon comportement à entreprendre derrière le volant, afin de les inciter pour l'adoption d'un comportement favorable sur les routes, et de les prévenir contre les accidents de la circulation, par le biais de l'émission radiophonique "Laman deg Bardan", de la radio SOUMMAM.

1.5.5 Accompagnement

Le concept d'accompagnement est largement utilisé dans différents contextes, notamment dans le domaine social, éducatif et professionnel. Il désigne un processus dans lequel un individu est soutenu et guidé par un autre dans la réalisation d'un objectif ou la résolution d'un problème. L'accompagnement peut prendre différentes formes, telles que le mentorat, le coaching, l'orientation, etc. Il s'agit donc d'une relation interpersonnelle fondée sur la confiance et le respect mutuel. Selon la définition de Fuchs et Delgoulet, l'accompagnement est : « **Une posture professionnelle qui consiste à aider une personne ou un groupe à surmonter des difficultés, à réaliser des projets ou à développer des compétences, il peut prendre différentes formes selon les contextes et les besoins des personnes accompagnées : soutien psychologique, éducation, formation, conseil, orientation, médiation, etc. L'accompagnement se distingue ainsi de l'assistance ou de l'intervention qui visent à résoudre des problèmes de façon plus directive ou ponctuelle, car il se base sur une relation de confiance et de respect mutuel entre l'accompagnateur et l'accompagné** »¹²

¹¹ Patrick Barrère, (2012), " *Dictionnaire critique de l'éducation populaire*", La Découverte, France, p.370.

¹²Marie-Françoise Fuchs et Catherine Delgoulet, (2016), " *L'accompagnement en action sociale* ", Dunod, France, p. 13.

Gilbert dans sa définition de l'accompagnement indique que ce concept désigne « **une posture professionnelle spécifique qui vise à aider une personne ou un groupe à atteindre un objectif ou à résoudre un problème. Il se caractérise par une écoute active et une attention portée aux besoins et aux attentes de la personne accompagnée. L'accompagnateur ou l'accompagnatrice doit également faire preuve d'empathie, de respect et de bienveillance pour favoriser un climat de confiance propice à la mise en place de changements durables. L'accompagnement peut prendre différentes formes en fonction des contextes et des publics concernés, mais il implique toujours une relation de partenariat entre l'accompagnateur et la personne accompagnée.**»¹³

Sur le plan opérationnel de notre étude, l'accompagnement, consiste à offrir un soutien personnalisé aux auditeurs dans le cadre de la sensibilisation contre les accidents de la circulation, par le biais de la communication de proximités. Les acteurs de l'émission « Laman deg bardan », informent les auditeurs sur les événements liés à la circulation routière de la wilaya de Béjaïa, et leur donnent des conseils afin de les motiver pour l'adoption d'un comportement plus approprié sur les routes.

1.6 Les études antérieures

Les études antérieures font référence à l'examen critique des travaux de recherche déjà publiés sur le sujet de l'étude, elles sont considérées comme un élément essentiel dans toute la recherche scientifique, car elles permettent de situer le travail de recherche dans le contexte existant, de mettre en évidence les connaissances actuelles et les lacunes du domaine, de justifier la pertinence et l'originalité de la nouvelle étude, et de renforcer la base de la recherche.

Etude antérieure N°01

Dans cette thèse de doctorat, réalisé en 2016, par Jennifer A. Keach, intitulé "*Exploring the role of networks and proximity for communication satisfaction in an academic library*" (*Exploration du rôle des réseaux et de la proximité dans la satisfaction de la*

¹³Marie-Hélène Gilbert, (2016), " *Accompagnement professionnel et formation : perspectives plurielles*", De Boeck Supérieur, Belgique, p. 15.

communication dans une bibliothèque universitaire.), a l'Université de James Madison, de Harrisonburg, Virginia aux Etas Unis.

Le chercheur à commencer par expliquer sa problématique qui comporte plusieurs questions qui se concentrent sur la satisfaction des employés en matière de communication organisationnelle au sein d'une organisation donnée. Les principales questions abordées sont les suivantes : Comment les relations entre la satisfaction de la communication, la centralité du réseau, la proximité entre les employés et les actions de proximité volontaires influencent-elles la qualité des échanges et la satisfaction globale des employés ?

Les objectifs principaux de l'étude mentionnée dans le texte sont les suivants :

1. Comprendre la relation entre la position d'un individu dans le réseau de communication informel et la satisfaction de la communication organisationnelle dans un environnement de travail géographiquement dispersé.
2. Évaluer l'impact potentiel des actions volontaires individuelles sur la satisfaction de la communication.
3. Examiner la relation entre la satisfaction de la communication organisationnelle, les liens du réseau social et les actions individuelles telles que la participation à des événements sociaux et l'utilisation d'outils de communication en ligne existants.
4. Fournir des orientations pratiques aux employés individuels de l'organisation pour adopter des comportements à fort impact favorisant leur satisfaction de communication personnelle.
5. Identifier les améliorations possibles au niveau de l'organisation en considérant les différences individuelles dans la communication, en prenant en compte les variables sociodémographiques et en fournissant un soutien organisationnel à tous les employés, indépendamment de leur classification professionnelle, de leur lieu de travail ou d'autres facteurs démographiques.

Suivi par les questions de recherche suivante :

(QR1) : Existe-t-il une relation entre la centralité du réseau et la satisfaction de la communication ? • Question de recherche 2 (QR2) : Existe-t-il une relation entre la proximité et la satisfaction de la communication ? • Question de recherche 3 (QR3) : Existe-t-il une relation entre les actions de proximité et la centralité du réseau ?

Cette étude explore les liens entre la satisfaction de la communication, les réseaux de communication, la proximité et les actions de proximité dans une bibliothèque universitaire. Les résultats soulignent une faible satisfaction dans le climat de communication et l'importance de gérer les conflits. La centralité du réseau varie, mais il n'y a pas de corrélation entre la satisfaction de la communication et la centralité du réseau. La proximité géographique et la participation à des espaces virtuels sont liées à une plus grande satisfaction. Les actions de proximité, comme les événements informels et l'apprentissage, renforcent la centralité du réseau. Les outils de communication fournis par l'organisation facilitent la proximité virtuelle. Ces résultats mettent en évidence l'importance de la proximité géographique, des actions de proximité et de la centralité du réseau pour améliorer la satisfaction de la communication dans la bibliothèque universitaire et renforcer les liens entre le personnel.

Nous avons sélectionné cette thèse de doctorat comme étude antérieure en raison de sa pertinence par rapport à la première variable de notre recherche, qui est « la communication de proximité », et elle nous a permis de comprendre la communication de proximité et de comment approcher notre thématique.

Etude antérieure N°02

La thématique de la thèse de doctorat en « communication, art et spectacle » intitulée « Les radios alternatives : l'exemple de Radio Ici et Maintenant ». Par Sébastien POULAIN. A l'Université Bordeaux Montaigne École doctorale Montaigne-Humanités (ED 480). 2 juillet 2015.

La question posée dans la problématique est : quelles sont les conditions de possibilité sociologiques pour faire vivre et survivre une utopie médiatique, c'est-à-dire un média alternatif par rapport aux autres médias dominants, que ce soit au niveau de son modèle socio-politique et juridico-économique qu'au niveau des programmes et des idéologies diffusés ?

Suivi par une hypothèse principale : que la possibilité d'existence d'une radio alternative est dépendante des conditions politiques, juridiques, économiques, institutionnelles dans lesquelles elle apparaît mais aussi des conditions d'existence sociale, politique, économique dans lesquelles vivent les animateurs qui alimentent la programmation de la radio.

L'approche adoptée afin de répondre à la problématique et de vérifier l'hypothèse s'agit d'une méthodologie spécifique qui considère RIM comme une totalité médiatique en

interaction avec la totalité de la réalité dans laquelle elle s'insère (une radio analysée comme un « fait social total ») et en utilisant une sociologie compréhensive s'adaptant aux espaces médiatiques (une radio comme espace pour une microsociologie compréhensive et multi localisée).

La méthode consistera à l'écoute et l'observation de l'environnement numérique, mais aussi à consultation des archives, faire des entretiens avec des animateurs, des invités, des auditeurs et à faire de l'observation-participante.

En résultats, ils ont constaté que, l'existence et la persistance de la RIM sont le résultat de deux phénomènes combinés : la rédaction du cout d'entrée dans le domaine de la radio grâce au développement des « radios libre », et des radios associatives avec leur modelé juridico-économique spécifique. Ainsi que la rédaction du cout d'entrée dans le marché religieux grâce au développement de la contreculture New Age en France, influencée par la contre-culture américaine ainsi que par les pensées religieuses alternatives occidentales et les religions orientales. Sur le plan scientifique, l'étude sur la RIM "radio libre" est particulière car elle a été l'une des radios les plus importantes au sein du mouvement et est la plus ancienne des radios locales privées parisiennes. Actuellement, elle est classée en tant que radio associative de catégorie A. Bien que cette catégorie regroupe un grand nombre de radios (environ 600), elles sont peu étudiées. De plus, RIM est l'un des rares médias audiovisuels français à adopter une approche New Age.

Nous avons sélectionné cette thèse de doctorat comme étude antérieure en raison de sa pertinence par rapport à la deuxième variable de notre recherche « la Radio ». Cette étude nous a permis de comprendre la radio et son rôle et comment la radio et un moyen de communication de proximité.

Etude antérieure N°03

Ce mémoire de master en économie de la santé, réalisé par SIDI SAID Yamina et REDAOUI Dyhia en 2017, intitulé "*La prévention des accidents de la circulation en Algérie : vers une approche globale*", Encadré par Mr SALMI Madjid, à l'université Mouloud Mammeri De Tizi Ouzou, en Algérie.

La problématique de cette recherche consiste à vouloir comprendre Quels sont les mesures appliquées dans le domaine de la prévention routière et les efforts déployés par les différentes parties prenantes pour diminuer les accidents de la circulation en Algérie ?

Et pour cela les questions secondaires qui ont guidé cette recherche ce résumé comme suite :

- Déterminer les conséquences des accidents de la circulation.
- Déterminer la situation de la sécurité routière en Algérie.
- Déterminer les efforts soutenus de toutes les parties prenantes en matière de prévention routière.

L'objectif de cette recherche est de cerner la situation de la sécurité routière en Algérie en examinant des données disponibles au niveau national et local. Et de déterminer les causes de ces accidents enregistrés dans le territoire du pays, et les mesures de prévention prises pour contrer ces accidents qui ne cessent de se produire, afin de protéger la vie des passagers et piétons.

Démarche méthodologique adoptée dans la collecte de données sur les accidents de la route, est procédé par une analyse de documents, et mené des entretiens avec des acteurs participant à la mise en œuvre des mesures de prévention, et les responsables dans des administrations centrales et locales de sécurité routière, de membres d'associations, de la police, de gendarmes, les compagnies d'assurance.

Les résultats de cette étude mettent en évidence les causes et les conséquences des accidents de circulation, ainsi que les mesures de prévention. Et que le facteur humain, principalement le non-respect du code de la route par les conducteurs, est à l'origine de ces accidents, comme cela a été observé au niveau national en 2016. De plus, la vétusté du parc automobile et l'augmentation du nombre de nouveaux conducteurs, en particulier chez les jeunes, contribuent à aggraver le problème. Les statistiques présentées soulignent la gravité de ce phénomène, ce qui appelle à des efforts soutenus de toutes les parties concernées en matière de prévention routière, et de responsabiliser les conducteurs pour garantir la sécurité des vies et des biens des citoyens.

Cependant, cette étude réside dans le fait qu'elle ne propose pas de solutions concrètes pour remédier aux problèmes identifiés. De plus, elle ne prend pas suffisamment en compte d'autres facteurs tels que les conditions routières et l'efficacité des mesures mises en place. Une approche plus approfondie et des propositions spécifiques auraient renforcé les résultats de cette étude.

Nous avons sélectionné cette thèse de doctorat comme étude antérieure en raison de sa pertinence par rapport à la troisième variable de notre recherche, qui est « l'accident de la circulation ». Cette thèse nous a permis de comprendre cette variable et aussi, nous avons compris comment l'intégrer dans notre recherche.

Chapitre 2

Démarche méthodologique

2.1 Démarche théorique

L'approche théorique se réfère à la manière dont une discipline ou un champ d'étude aborde la compréhension des phénomènes ou des objets d'intérêt. Elle consiste en un ensemble de concepts, de modèles, de méthodes et de théories qui permettent de formuler des hypothèses, de poser des questions, de collecter et d'analyser des données, et d'élaborer des explications et des prévisions. D'après Bryman A (2016), dans son ouvrage, "*Social Research Methods*", L'approche théorique dans les sciences humaines et sociales, peut être définie comme "une démarche qui permet de comprendre et d'expliquer les phénomènes sociaux en s'appuyant sur des concepts, des modèles et des théories. Elle permet de poser des questions de recherche, de collecter des données, de les analyser et d'en tirer des conclusions. Cette dernière permet également de faire des prévisions et des hypothèses sur les phénomènes étudiés, ainsi que de proposer des pistes d'action pour résoudre les problèmes identifiés."¹⁴

Cependant, afin de réaliser notre travail de recherche, nous avons opté pour l'adoption des deux démarches théoriques qui se complètent et qui correspondent le mieux à notre sujet de recherche : la théorie de la communication engageante et la théorie de la communication persuasive.

2.1.1 La théorie de la communication engageante

La théorie de la communication engageante est une approche de communication qui cherche à comprendre les mécanismes qui sous-tendent l'implication et l'engagement des individus dans les interactions communicationnelles. Selon cette théorie, les personnes sont plus susceptibles de s'engager dans une communication lorsqu'elles sont exposées à des messages qui suscitent leur intérêt, leur curiosité, leur émotion et leur motivation d'agir. Cette théorie telle qu'elle est définie par Petty et Cacioppo, concentre sur l'état d'esprit du destinataire dans le processus de persuasion, ils désignent l'engagement comme « l'état d'implication active et volontaire du destinataire dans un message persuasif, c'est un état

¹⁴ Bryman A, (2016), "*Social Research Methods*", Oxford University Press, 5th edition, United Kingdom, pp. 21-25.

mental dynamique qui peut être influencé par divers facteurs individuels et contextuels. Or, les individus sont plus susceptibles de changer de comportement selon leur degré d'engagement vis-à-vis du message persuasif, ce niveau d'engagement est influencé par des facteurs tels que la pertinence du message pour l'individu, l'importance de l'enjeu, la personnalité de l'individu et l'environnement dans lequel le message est reçu. La théorie de la communication engageante suggère également que les messages persuasifs peuvent être transmis par des voies centrales ou périphériques. Les voies centrales impliquent un traitement cognitif approfondi du message, tandis que les voies périphériques impliquent un traitement cognitif superficiel du message. Les messages perçus comme étant les plus pertinents, importants et intéressants pour l'individu sont plus susceptibles d'être traités par la voie centrale »¹⁵

En plus de Petty et Cacioppo, d'autres chercheurs ont également apporté des contributions importantes à la théorie de la communication engageante. Cappella et Jamieson ont proposé une définition de l'engagement qui se concentre sur la pertinence de l'information pour l'individu. Dans leur article de 1997 intitulé *"The Uses and Gratifications of Time Shifted TV"*, ils définissent l'engagement comme « un état cognitif et affectif dans lequel l'individu perçoit que l'information est pertinente et importante pour ses propres objectifs, valeurs ou intérêts. Cette définition souligne l'importance de la pertinence et de la signification personnelle dans le processus d'engagement. Les individus sont plus susceptibles de s'engager dans un message persuasif s'ils perçoivent que l'information est pertinente et importante pour eux-mêmes. Cette pertinence peut être déterminée par des facteurs tels que les objectifs personnels, les valeurs et les intérêts de l'individu. Cappella et Jamieson ont également proposé un modèle de l'engagement qui se compose de deux composantes principales : la pertinence cognitive et la pertinence affective. La pertinence cognitive se réfère à l'importance de l'information pour les objectifs cognitifs de l'individu, tels que la compréhension et la connaissance. La pertinence affective se réfère à l'importance de l'information pour les objectifs affectifs de l'individu, tels que la satisfaction et le plaisir. Ce modèle de l'engagement souligne que les individus peuvent être engagés dans un message de différentes manières, en fonction de leur perception de la pertinence cognitive et affective de l'information. Les

¹⁵ Richard E. Petty ET John T. Cacioppo, (1986), *"Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change"*, Springer-Verlag, New York, USA, p. 10.

messages persuasifs qui sont perçus comme étant pertinents à la fois sur le plan cognitif et affectif sont plus susceptibles d'engager les individus dans le processus de persuasion. »¹⁶

Depuis sa création, la théorie de la communication engageante a connu de nombreuses applications dans différents domaines de recherche. Les chercheurs ont exploré comment cette théorie peut être utilisée pour influencer le comportement des individus dans des domaines tels que la santé publique, l'environnement, la politique et les médias sociaux.

Un exemple est la théorie de l'engagement de la santé publique développée par J. David Johnson et ses collègues. Cette théorie met l'accent sur l'importance de la participation active des individus dans la promotion de la santé. Les chercheurs ont proposé que l'engagement dans la santé publique peut être encouragé en fournissant des informations claires et pertinentes sur les choix de santé, en offrant des opportunités pour la participation active des individus et en créant un environnement de soutien social. Cette approche peut aider à favoriser des comportements de santé positifs en encourageant les individus à prendre des mesures pour améliorer leur propre santé et celle des autres.

En utilisant cette approche, les professionnels de la santé publique peuvent concevoir des interventions efficaces qui encouragent l'engagement actif des individus dans la promotion de la santé. Cela peut inclure la création de campagnes de communication persuasives, l'utilisation de médias sociaux pour encourager la participation et la collaboration avec les communautés locales pour concevoir des programmes de promotion de la santé qui répondent aux besoins spécifiques de chaque communauté.¹⁷

Plus simplement dit, la théorie de la communication engageante est une approche dynamique et pluridisciplinaire qui cherche à comprendre les mécanismes de l'engagement et de l'implication des individus dans les interactions communicationnelles. Cette théorie a été développée par de nombreux chercheurs au fil du temps et a été appliquée dans différents domaines de recherche pour mieux comprendre comment les individus s'engagent et interagissent avec les messages qu'ils reçoivent.

¹⁶ Joseph N. Cappella, Kathleen Hall, (1997), "*The Uses and Gratifications of Time Shifted TV*", *Communication Research*, vol. 24, no. 4, pp. 436-457.

¹⁷ Johnson & al., (2011), "Engagement Theory and Public Health Messaging: A Theoretical Framework", *Journal of Health Communication*, vol. 16, sup1, pp. 20-30.

2.1.1.1 Les indicateurs de la théorie de la communication engageante

Il existe plusieurs indicateurs qui caractérisent cette démarche théorique et parmi ces derniers, on retrouve : Collaboration, curiosité, engagement, émotion, état d'esprit, feedback, implication, interactivité, intérêt, influence, motivation, persuasion, participation active, satisfaction, sensibilisation, etc.

2.1.2 La théorie de la communication persuasive

L'approche théorique de communication persuasive est une méthode de communication qui vise à influencer les attitudes, les croyances ou les comportements des destinataires d'un message. En utilisant des stratégies et des techniques de persuasion pour convaincre les destinataires d'adhérer à un point de vue particulier ou d'adopter un comportement spécifique. C'est un des domaines de la communication qui se concentre sur la manière dont les individus et les groupes utilisent des messages pour influencer les croyances, attitudes et comportements d'autrui ou d'un groupe d'individus.

Selon Robert T. Craig, cette théorie cherche à expliquer les mécanismes sous-jacents à l'influence de la communication et comment les messages peuvent être conçus pour persuader efficacement les destinataires dans le but de changer leur comportement, elle peut être utilisée dans de nombreux contextes différents, tels que la publicité, la politique, le marketing, les relations publiques, l'éducation, la santé publique et la communication interpersonnelle...etc. Elle implique souvent l'utilisation de techniques rhétoriques et de manipulation pour atteindre les objectifs que souhaite l'émetteur du message. Robert T.Craig souligne aussi que cette théorie se divise en deux catégories, la persuasion centrale et la persuasion périphérique. La persuasion centrale se concentre sur l'argumentation logique et la présentation de preuves pour influencer les croyances et attitudes des destinataires, tandis que la persuasion périphérique utilise des éléments tels que l'attrait émotionnel ou l'autorité pour influencer les destinataires.¹⁸

Il est important de noter que la communication persuasive n'est pas toujours utilisée de manière éthique. Certains émetteurs de messages peuvent utiliser des techniques manipulatoires ou trompeuses afin d'arriver à leur fin et d'influencer les destinataires, en violant ainsi leur autonomie et leur droit d'avoir une information sûre, précise et impartiale.

¹⁸ Robert T. Craig, (1999), "*Communication Theory: Epistemological Foundations*", 1st edition, USA, p. 314.

David W. Stewart et Michael W. Ström, confirment aussi que cette théorie représente un champ d'étude interdisciplinaire qui se penche sur les processus de persuasion dans différents contextes communicationnelles, tels que la publicité, les relations publiques, la politique, la santé publique et les interactions interpersonnelles. En d'autres termes, la communication persuasive étudie les moyens utilisés par l'émetteur pour influencer et convaincre un public d'adopter un comportement particulier ou d'adopter une opinion donnée. Cette théorie examine les stratégies de communication qui sont employées dans des contextes variés pour atteindre des objectifs spécifiques. Le champ d'action de la communication persuasive est vaste, et recouvre de nombreux domaines de la communication tels que la publicité, où il est utilisé pour vendre des produits. Les relations publiques, où il est employé pour améliorer l'image de marque d'une organisation, la politique, où il est utilisé pour convaincre les électeurs d'adopter une position ou de soutenir un candidat. La santé publique, où il est employé pour promouvoir des comportements sains, ainsi que les interactions interpersonnelles, où il est utilisé pour influencer les attitudes et les comportements.¹⁹

Martin Fishbein et Icek Ajzen, indique que la théorie de la communication persuasive est décrite comme un processus délibéré qui vise à changer les attitudes et/ou les comportements des destinataires par l'utilisation de messages. Cette théorie définit la persuasion comme étant un processus qui implique l'utilisation de messages qui sont spécialement conçus pour influencer le comportement ou l'opinion d'une personne. Les messages peuvent prendre différentes formes, telles que des publicités, des discours politiques, des brochures de santé publique ou des conversations interpersonnelles. L'objectif de ces messages est de convaincre le destinataire d'adopter une attitude ou un comportement particulier. Cependant, la communication persuasive ne garantit pas toujours le changement de comportement ou d'attitude chez le destinataire. En effet, la réceptivité aux messages peut varier en fonction de plusieurs facteurs, tels que l'âge, le genre, la personnalité, les valeurs et les croyances. De plus, la persuasion peut être contestée ou résistée par le destinataire du message.²⁰

James Price Dillard et Lijiang Shen, présentent la théorie de la communication persuasive comme un domaine de recherche visant à étudier comment les messages peuvent

¹⁹ David W. Stewart et Michael W. Ström, (2019), "The Handbook of Persuasion and Social Marketing", 2nd edition, USA, p. 3.

²⁰ Martin Fishbein et Icek Ajzen, (2010), "The Theory of Reasoned Action and Its Variants: An Overview of the Theory, Its Usefulness and Problems Encountered", 1st edition, USA, p. 21.

influencer les pensées, les émotions et les comportements des destinataires et les pousser à adopter un certain comportement souhaitable par l'émetteur. Plus précisément, cette théorie examine les différents processus qui sous-tendent la persuasion et les mécanismes qui permettent aux messages de changer les attitudes ou les comportements des individus. Cela inclut l'analyse des caractéristiques des messages, telles que leur contenu, leur source, leur format et leur présentation, ainsi que des caractéristiques des destinataires, telles que leur personnalité, leurs valeurs et leurs croyances. La réussite de cette dernière dépend de plusieurs facteurs, tels que la réceptivité du destinataire, sa compréhension du message, sa capacité à évaluer l'information et à prendre des décisions en conséquence. Ils insistent aussi sur le fait que les individus peuvent également résister aux tentatives de persuasion en raison de leur attitude préexistante, de leur méfiance à l'égard de la source du message ou de leur perception de l'intention de celui qui tente de les persuader.²¹

En somme, la théorie de la communication persuasive est un champ d'étude interdisciplinaire qui s'intéresse aux processus de persuasion dans différents contextes communicationnels. Elle cherche à comprendre comment les messages émis par l'émetteur peuvent influencer les attitudes et les croyances du destinataire et le pousser à adopter un comportement souhaitable par l'émetteur.

2.1.2.1 Les indicateurs de la théorie de la communication persuasive

Comme toutes les démarches théorique, la théorie de la communication persuasive englobe divers indicateurs qui la caractérise comme : Accompagnement, adoption d'un comportement, argumentation, attrait émotionnel, attirance, autorité, conviction, convaincre, changement de comportement, diffusion d'information, interactivité, influence, manipulation, promouvoir un comportement, prise de décision, persuasion présentation de preuve, réceptivité, sensibilisation, tromperie, etc.

2.1.3 Les indicateurs pratiques de la recherche

Dans le but de bien traité notre thématique, nous avons choisis l'adoption de quelques indicateurs pratiques de la recherche qu'on retrouve dans les deux démarches théorique choisis qui sont comme suite :

²¹ James Price Dillard, Lijiang Shen, (2019), *"The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice"*, 3rd edition, USA, p. 1.

1. Diffusion d'informations : peut être utilisée dans différents contextes, tels que l'éducation, la santé, la technologie ou la politique, pour promouvoir des changements de comportement, pour améliorer la santé publique, pour diffuser des innovations technologiques ou pour mobiliser l'opinion publique. Selon Antoinette Pole et Andrew M. Clark, La diffusion d'information peut être désignée **“le processus de transmission et de partage de l'information entre des individus, des groupes ou des organisations. Cette transmission peut se faire par différents moyens, tels que les médias traditionnels, les réseaux sociaux, les sites web, les blogs, les podcasts, etc.”**²²
2. Accompagnement : est un processus qui consiste à fournir un soutien et une guidance à une personne ou à un groupe dans le but d'atteindre un objectif ou de résoudre un problème spécifique. Selon Perrenoud, l'accompagnement est **“une présence et une action discrètes, dont le but est d'aider une personne ou un groupe à trouver ses propres réponses et à mobiliser ses propres ressources”**.²³
3. Sensibilisation : fait référence à une approche proactive visant à éveiller l'attention du public sur une question particulière, elle consiste à mettre en évidence la gravité et l'importance d'un phénomène, ainsi qu'à encourager une réponse proactive de la part des individus et des communautés. Selon Barrère, la sensibilisation est désignée comme **“un processus qui vise à éveiller la conscience et l'intérêt d'un public cible à l'égard d'un sujet donné. Il s'agit d'une action de communication qui cherche à susciter une prise de conscience individuelle ou collective face à un enjeu social, culturel, environnemental ou politique”**²⁴
4. Mobilisation : Un processus par lequel les individus ou les groupes s'engagent activement dans une action collective pour atteindre un objectif commun. Ce qui correspond à la définition de Charles Tilly, qui indique que la mobilisation

²² Antoinette Pole et al, (2019), *"Communication and Society : A Critical Introduction"*, 3eme édition, Royaume-Uni, p.51.

²³ Perrenoud, P, (2004), *Développer la pratique réflexive dans le métier d'enseignant : professionnalisation et raison pédagogique*, Armand Colin, 2ème édition, France, p. 13.

²⁴ Patrick Barrère, (2012), *“Dictionnaire critique de l'éducation populaire”*, La Découverte, France, page 370.

est désignée comme étant **“une activité collective visant à atteindre un objectif commun. Elle implique souvent la participation de personnes et de groupes qui partagent des intérêts, des préoccupations ou des revendications communs, et qui cherchent à les promouvoir ou à les défendre.”**²⁵

5. Influence : est un concept qui se réfère à la capacité d'une personne ou d'un groupe de personnes à changer les pensées, les émotions ou les comportements d'autrui. Ce processus peut être intentionnel ou non intentionnel et peut se produire dans de nombreux contextes différents, tels que les interactions sociales, la publicité ou la politique. Cialdini, R.B indique que ce concept peut être défini comme **“le processus par lequel une personne ou un groupe peut affecter les attitudes, les croyances et les comportements d'une autre personne ou d'un autre groupe.”**²⁶
6. Promotion d'un comportement: Selon l'encyclopédiste Jean-Marc Lehu, spécialiste en marketing et directeur de la communication de l'Université de Sorbonne, la promotion désigne **“ un ensemble de techniques de communication utilisées pour stimuler l'envie ou le besoin d'acheter un produit ou un service, ou pour encourager l'adoption d'un comportement spécifique.”**²⁷ autrement dit promouvoir un comportement signifie un ensemble d'activités et de stratégies visant à pousser de l'avant ou à mettre en valeur un comportement afin de le valoriser.
7. Feedback : Kramer, Guillory, & Hancock, expliquent que le feedback de manière générale est “la réponse ou la rétroaction donnée aux individus en réponse à leur participation ou leur comportement dans une communication persuasive. Il permet de renforcer l'engagement, la satisfaction et la persuasion.”²⁸

²⁵Tilly Charles, (2004), "*Social movements 1768-2004*", Paradigm Publishers, 1st édition, États-Unis p.3.

²⁶Cialdini, R. B, (2007), "*The Psychology of Persuasion*", HarperCollins, Édition révisée, États-Unis, p.4.

²⁷ Jean-Marc Lehu, (2012), "*Publicité, communication et marketing*", Dunod, 5ème édition, France, p.173.

²⁸Kramer, A.D et al, (2014), "*Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*", Proceedings of the National Academy of Sciences, 111(24), pp.8788-8790.

8. Interactivité : selon Wang & Sun, l'interactivité est la possibilité pour les individus de participer activement à une communication persuasive, par exemple en posant des questions, en donnant des commentaires ou en exprimant leurs opinions. L'interactivité peut renforcer l'engagement, la motivation et la persuasion.²⁹
9. Changement de comportement : Selon l'article scientifique publiée par le psychologue américain Alexander J. Rothman le changement de comportement est défini comme "un processus dans lequel un individu ou un groupe modifie consciemment ou inconsciemment son comportement, son attitude, ses croyances ou ses valeurs, en réponse à des facteurs internes ou externes. Cela peut être motivé par le désir de se conformer à des normes sociales, d'atteindre des objectifs personnels, ou de répondre à des pressions environnementales"³⁰.

²⁹ Wang, Y. C., & Sun, Y. C, (2010), "An exploration of the relationship between interactivity and persuasion", *New Media & Society*, 12(7), pp.1030-1047.

³⁰ Rothman, A. J, (2000), "*Toward a Theory-Based Analysis of Behavioral Maintenance*", *Health Psychology*, vol. 19, no. 1S, p. 64.

2.2 La démarche méthodologique

Selon John W. Creswell, la démarche méthodologique se réfère à “un ensemble d'étapes, de procédures et d'outils utilisés pour mener à bien un projet pertinent ou une recherche scientifique rigoureuse et fiable. Elle représente le socle sur lequel repose la rigueur et la validité des résultats obtenus. Cette dernière diffère en fonction du domaine de l'étude, de la nature de la recherche et des objectifs poursuivis”³¹

La démarche sur laquelle nous nous sommes basés afin d'appréhender notre thématique et celle que nous trouvons la plus appropriée est **la démarche mixte**, elle se résume à la combinaison **de la méthode quantitative** afin de collecter et d'analyser les résultats quantifiables et mesurables, et **de la méthode qualitative** dans le but de démontrer la qualité du contenu de l'émission radiophonique et son efficacité ; et cela à travers l'analyse de contenu d'un échantillon aléatoire des épisodes de l'émission « Laman Deg Bardan » de la radio SOUMMAM.

L'approche qualitative impliquera l'écoute attentive d'un échantillon de cinq épisodes de l'émission radiophonique "Laman deg bardan", obtenu durant notre période de stage, la prise de notes, la transcription éventuelle des passages pertinents, et l'application d'une analyse interprétative pour extraire des informations significatives.

L'approche quantitative nous permettra d'effectuer des analyses statistiques et des calculs de fréquence sur les mots, les expressions ou d'autres éléments linguistiques utilisés dans les échantillons de l'émission radiophonique "Laman deg bardan".

Notre analyse se fera à travers une grille d'analyse de contenu. Cette grille se basera sur les indicateurs pratiques de la recherche à caractère quantitatifs et qualitatifs. Cela nous permettra de traiter les axes les plus importants de notre thématique afin de répondre notamment aux questions secondaires, aux objectifs de notre recherche, ainsi que de vérifier les hypothèses émises. Et ce, à travers l'analyse d'un échantillon des épisodes de l'émission « Laman Deg Bardan » que l'on a obtenu durant notre période de stage.

Cette approche nous permettra de porter une analyse globale puis plus en profondeur de notre problématique, et ainsi d'y apporter des réponses pertinentes.

³¹ John W. Creswell, (2018), *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5ème édition, États-Unis, pp.1-3.

2.3 L'outil de l'étude

L'outil que nous allons utiliser afin de réaliser cette recherche, est **l'analyse de contenu** d'un échantillon de cinq épisodes de l'émission radiophonique "Laman deg bardan" de la radio SOUMMAM. Ça consiste en l'examen systématique et l'interprétation du contenu des échantillons de cette émission radiophonique, en se basant sur les indicateurs pratiques de la recherche. Cette méthode permet d'explorer et de comprendre les informations, les thèmes, les discours, les styles de communication, les tendances ou les motifs présents dans les épisodes, en utilisant une grille d'analyse de contenu qui comporte les 7 catégories suivantes (voir la grille d'analyse de contenu de l'émission « Laman deg bardan » P64.) :

- 01- la communication et les liens de proximité
- 02- La sensibilisation contre les accidents de la circulation
- 03- Les messages émis par l'émission
- 04- Informer et accompagner les auditeurs
- 05- La participation des acteurs de l'émission et des auditeurs
- 06- Mobilisation et influence des auditeurs.
- 07- Le changement et l'adoption d'un bon comportement relatif à la conduite

Le but principal de cette analyse est de dégager des connaissances à partir du contenu des épisodes de l'émission radiophonique « Laman Deg Bardan », comme l'identification des sujets abordés, des invités de l'émission, des opinions exprimées, des émotions véhiculées, des schémas de langage, des intentions de communication, des relations entre les intervenants, ainsi que d'autres éléments pertinents. Ces informations peuvent être utilisées pour évaluer la qualité de l'émission, comprendre l'audience cible, mesurer l'impact des messages diffusés, ou encore pour guider la création de contenus futurs.

La population mère

La population mère que nous avons choisie est l'émission « laman deg bardan », une émission de la radio Soummam qui est une station de radio algérienne basée à Bejaia.

L'émission « Laman deg berdan » vise à promouvoir des changements de comportements et à la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation.

Nous avons choisie cette émission parce qu'elle est la population mère parfaite pour notre thème de recherche intitulé « la communication de proximité et la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation : cas pratique émission LAMAN DEG BERDAN de la radio Soummam ».

2.4 Echantillon de l'étude

L'échantillon obtenu pour notre étude se résume en cinq épisodes de l'émission « Laman deg berdan » diffusée entre le 05 février et le 26 mars 2023. Ces épisodes nous ont été mis à disposition par l'équipe de production de cette émission, se basant sur des données statistiques liées aux accidents de la circulation, fournies par les organismes locaux impliqués dans la sécurité publique (notamment la police, la gendarmerie, et la protection civile) de l'année précédente. Il convient de noter que cette période précède l'entrée imminente du mois sacré du Ramadan, période connue pour la hausse des fréquences des accidents de la circulation en Algérie, ainsi que notre période de stage au sein de la radio Soummam.

L'échantillon (voir les fiches techniques des épisodes de l'émission P59.)

Episode 01 (E1) Laman deg berdan du 12 02 2023.

Episode 02 (E2) Laman deg berdan du 19 02 2023.

Episode 03 (E3) Laman deg beedan du 26 02 2023.

Episode 04 (E4) Laman deg berdan du 05 03 2023.

Episode 05 (E5) Laman deg berdan du 26 03 2023.

2.5 Etape de la réalisation de la recherche

2.5.1 Pré-enquête

L'ensemble des recherches scientifiques nécessitent une pré-enquête qui se désigne comme "l'étape préliminaire de la collecte de données dans laquelle le chercheur détermine les objectifs de l'enquête, identifie les questions clés, développe un plan d'échantillonnage, choisit des mesures appropriées et conçoit un questionnaire"³². La pré-enquête englobe le processus initial de préparation et de planification de l'enquête, y compris la sélection des sujets, la conception du questionnaire et la planification de l'échantillonnage et des méthodes de collecte de données. Plus simplement dit, c'est le premier contact du chercheur avec son terrain d'études. Il convient de noter que c'est une étape cruciale dans la réalisation d'une enquête réussite et peut varier en fonction du contexte de l'enquête ou de la discipline de recherche.

Étant des chercheurs novice qui prépare un mémoire de Master 2, le jour tant attendu est arrivé, les listes des thématiques à traiter pour l'année universitaire 2022-2023 ont été affichés par l'administration, sur le site officiel de l'université **Abderrahmane Mira** E-learning Béjaïa, sur l'espace d'affichage de notre spécialité communication et relations publiques un des domaines des sciences humaines et sociales.

Après avoir consulté l'ensemble des thématiques, on a été captivé par un des thèmes que Monsieur **Mahrez Bouich** encadre, qui traite notamment sur la communication de proximité a la sensibilisation des routiers par le biais des voies radiophoniques contre les accidents de la circulation. Impact et difficultés. Notre cas pratique est l'émission radiophonique "**Laman deg bardan**" de la station de radio locale algérien qui se base a Bejaïa, la radio **SOUMMAM**

Le 30 novembre 2022: on a contacté Monsieur Mahrez Bouich par mail afin de vérifier la disponibilité de la thématique en espérant avoir une réponse favorable, une heure après, on a eu son accord, et les contacts des personnes qui fallait solliciter a la radio pour régler toutes les procédures administratives concernant le terrain et le stage.

Le 01 décembre 2022: on s'est dirigé moi et ma binôme vers le siège de la radio SOUMMAM qui se situe à Aamriw (notre lieux de stage), après avoir contacté par téléphone Monsieur **Khodir Ben Anes**, un réalisateur au sein de la radio, qui nous a organisé un rendez-

³² Earl Babbie, (2010), *méthodes de recherche en sciences sociales*, De Boeck Supérieur, Belgique, p187.

vous avec le rédacteur en chef monsieur **Taher Abdelaoui**. Dès notre arrivée on a été accueilli par l'agent d'accueil, monsieur **Bel djoudi Hichem**, qui occupe aussi le poste d'agent de la sécurité, et qui nous a gentiment orienté, en toute sympathie vers le 3^{ème} étage, là, où se situe le bureau du rédacteur en chef, qui nous a très bien reçu, pour nous mettre à l'aise, durant le temps d'attente que prennent les procédures administratives pour se faire, ce dernier, nous a proposé des consommations, pour nous rafraîchir tout en discutant avec nous.

Après avoir eu l'accord du directeur de la radio monsieur **Rachid Merzouk** on a récupéré la lettre d'envoi en stage, pour la déposer au sein de la scolarité, qui se situe au niveau de notre département à l'université, afin de finaliser toutes les procédures administratives concernant le stage.

Le 04 décembre 2022 : on a organisé un rendez-vous à 9h, avec monsieur **Arezki Sadaoui**, l'animateur producteur de l'émission "**Laman deg bardan**", (le cas pratique de notre études). Arrivé un peu plus tôt que prévu, on a remarqué qu'une réunion s'est tenu à la salle de rédaction (Journalistes, réalisateur, rédacteur en chef, directeur...), Et on a sus que cette dernière ce tiens chaque matin, - le briefing du matin-, dans le but de se tenir informé du menu de la journée, qui regroupe toute l'activité journalistique da la radio tout le long de la journée, ainsi que c'est durant ce briefing que les tâches de chaque journaliste sont fixées, afin de couvrir le maximum d'événements, et d'avoir un maximum d'informations les plus pertinentes.

Après cette réunion, on a pu faire une sorte d'entretien ouvert avec monsieur l'animateur producteur afin d'avoir des informations générales sur la radio, les émissions... Etc. et avoir une idée de comment on allait faire notre guide d'entretien du pré enquête, par chance c'est le jour de la diffusion de l'émission "**Laman deg bardan**", il nous a invité à rejoindre le plateau afin d'assister et de découvrir le monde de la radio de la meilleure façon possibles et de surtout ne pas faire de bruit quand la lumière rouge s'allume. Après avoir fini la diffusion de l'épisode on s'est entendu avec lui pour ce revoir le mardi 06 décembre 2022 à 13h pour une séance où il va répondre sur notre guide d'entretien de la près enquête.

Le 06 décembre 2022 : on s'est mené de notre guide d'entretien qu'on a préalablement préparé et qui se compose de 3 axes, dans chaque axe en retrouve 4 questions qui nous permet de définir et de cerné notre thématique de la meilleure des façons possible (voir annex):

- Premier axe : la radio et l'émission "Laman deg bardan".
- Deuxième axe : la communication de proximité.
- Troisième axe : les accidents de la circulation.

Les réponses sur notre guide d'entretien de la pré-enquête se résume comme suite

La radio Soummam est une radio locale basé à la wilaya de Bejaïa, son siège social se situe sur le boulevard Krim Belkassem (Aamriw), elle émet en langue amazighe et diffuse une variété de programmes qui couvrent des sujets tels que la culture, l'histoire, la musique, le sport et les événements locaux... etc. Cette dernière a été créée en 1996 et est depuis devenue l'une des stations de radio les plus populaires de la région de Bejaïa. Elle est écoutée par des milliers de personnes chaque jour, que ce soit par le biais de la diffusion FM ou en ligne via son site web officiel. Cette dernière est connue pour sa programmation diversifiée, qui comprend des émissions de débats, des programmes d'informations, des programmes culturels et artistiques, des émissions de sensibilisations, des émissions pour enfants, ainsi que des émissions de divertissement. Elle diffuse également une variété de musiques locales et internationales, avec une prédominance de la musique amazighe. Cette station radiophonique est comptée comme un excellent moyen pour les habitants de Bejaïa ainsi que toute la région kabyle de rester informés sur les événements locaux et de se connecter avec la communauté.

L'émission « Laman Deg Bardan » est une émission de sensibilisation en langue kabyle qui traite tous les sujets lié à la sécurité et la prévention routière au niveau de la wilaya de Bejaïa en Algérie, elle a été créée en 2002, elle représente pour nous le cas pratique de notre étude, Elle est diffusée tous les dimanches à 10h05 et dure 52 minutes, elle se divise en deux parties, la première est consacré à informer les auditeurs sur les événements liés à la circulation qui se résume à un bilan de la semaine des accidents de la route donner par les acteurs locaux (police, gendarmerie, protection civile), la deuxième partie est consacré à donner des conseils sur le bon comportement à adopter afin de prévenir contre les accidents de la circulation et à la discussion sur le thème d'actualité de la semaine, tout en permettant la participation des auditeurs à l'émission, cette dernière a comme but de sensibiliser les auditeurs sur l'importance de la sécurité routière et à les informer sur les règles de conduite et les bonnes pratiques à adopter sur la route.

Il existe deux catégories d'invités dans cette émission, les invités permanents généralement ils se résume aux acteurs locaux l'officier de police monsieur **Yacine Tahiat**, le colonel de la gendarmerie monsieur **Mohamed beltir**, et conseil de l'émission monsieur **Zahir Zaidi**, mais

ça arrive que l'un deux ne vient pas où il se fait replacer, la deuxième catégorie c'est les invités du thème d'actualité, elle se résume à des personnes aillent une certaine relations avec le thème de la semaine (des spécialiste du sujet, des conseillers, des associations, des témoins, etc.). La sélection des invités se fait généralement en s'appuyant sur le thème d'actualité.

L'interaction avec les auditeurs de l'émission ce fait par le biais des appels que reçoit l'émission quand la ligne est ouvertes, les messages que les auditeurs laisse sur la messagerie de l'émission, ainsi que par le biais des émissions sur le terrain avec la collaboration des acteurs locaux dans un barrage ou l'émission ce fait directement en plein air avec l'intervention de tous les participants afin de donner leur avis et de s'exprimer sur le thème d'actualité.

La communication de proximité selon l'émission « Laman Deg Bardan » se résume à être prés et interactif avec la population locale grâce à la radio régionale, elle sert à atteindre et à sensibiliser la population locale contre les accidents de la circulation grâce à des stratégies de communication qui consistent à :

1. Informé les auditeurs du bilan de la semaine sur les accidents de la circulation.
2. Relaté les évènements qui se sont déroulés au niveau local durant la semaine en relation avec la prévention routière.
3. Faire rappeler le côté juridique des infractions de la route.
4. Insisté sur les évènements tragiques pour faire bouger le côté émotionnel des auditeurs.
5. Donné des conseils et des consignes à entreprendre afin d'adopter un comportement approprié sur la route.
6. Interagir avec les auditeurs afin d'aborder le thème d'actualité en toute transparence pour avoir un maximum d'avis et de conseils sur le sujet d'actualité.

L'animateur producteur de l'émission, le journaliste monsieur **Arezki SEDAOU** affirme qu'il n'existe aucun moyen de mesurer l'impact qu'a la communication de proximité que l'émission « Laman Deg Bardan » utilise sur la publique mais qu'il confirme que d'après les témoignages des auditeurs et leurs interactivité avec l'émission, cette dernière est bien arrivé a atteint l'objectif attendus et que certainement il existe un auditeur qui a peut-être été

influencer par l'émission afin de changer son comportement. Il a aussi signalé qu'un accident de circulation se résume à la collision d'un ou plusieurs véhicules ou de piétons avec un autre véhicule qui engendre des résultats irréversibles comme la mort, des blessures, des traumatismes, ou des dégâts matériels considérables. Toutes les informations que recueille l'émission doivent être de source sûre comme les informations sur les accidents de circulation qui parviennent des acteurs locaux et cela grâce à la cohabitation des acteurs locaux avec l'émission.

Il existe d'innombrables causes des accidents de la circulation, les plus courantes se résument au non-respect du code de la route, la vitesse excessive, la conduite dangereuse, la conduite en état d'ivresse, le non-respect des normes de sécurité, la fatigue, la dégradation des routes, la non-prudence...etc. et afin de préserver de ces accidents, les usagers de la route doivent adopter un comportement approprié pour leur sécurité et celle des autres à titre d'exemple le respect du code de la route, le respect des mesures de sécurité routière, de se reposer avant de prendre le volant et si on se sent mal sur la route on se gare et on prend le temps de casser cette fatigue on se reposant 10 à 30 minutes tous les 2 heures, la vérification du véhicule avant de prendre la route, etc.

Les difficultés que rencontre l'émission afin d'assurer la diffusion se résument en le manque d'actualité, il arrive que il y a pas de thème d'actualité traité dans la semaine ou que les invités du thème s'absentent tous dépend l'imprévu, dans ce genre de cas l'animateur producteur doit prendre des mesures afin d'improviser pour couvrir la diffusion de l'émission.

2.5.2 L'Enquête

Dans le cadre de notre stage pratique, nous avons eu l'opportunité de travailler au sein de la radio Soummam et de contribuer à l'émission « Laman Deg Berdan ». Notre objectif principal était de mener une enquête approfondie afin de répondre à notre problématique spécifique liée à l'émission.

Pour garantir la représentativité de notre enquête, nous avons demandé au responsable de la production de cette émission de nous fournir un échantillon aléatoire de l'émission « Laman deg bardan », nous avons obtenu un échantillon qui comprenant cinq épisodes de cette émission, ils nous ont choisis cet échantillon en fonction de la hausse des

accidents de la circulation de l'année précédente durant cette période. Cette sélection a été aussi motivée par le fait que nous avons pu assister à ces épisodes pendant notre stage.

Afin de structurer notre recherche, nous avons élaboré une grille d'analyse. Cette grille était basée sur les variables définies dans nos hypothèses de recherche, ainsi que sur les indicateurs pratiques de notre recherche. Elle nous a aidés à collecter et à organiser les données pertinentes, nécessaire pour répondre à notre problématique.

Une fois notre échantillon sélectionné, nous avons procédé à l'analyse manuelle et auditive du contenu des épisodes de cet échantillon de l'émission pour recueillir des données. Nous avons utilisé la méthode mixte (méthode quantitative et la méthode qualitative) pour examiner le contenu des cinq épisodes. Nous avons examiné les fréquences, les similarités et les divergences dans les réponses afin d'obtenir des informations significatives.

Nous avons aussi pour but de répondre à la problématique spécifique liée à l'émission « Laman Deg Berda ». Grâce à l'analyse de contenu de notre échantillon, nous avons pu formuler des conclusions et des recommandations basées sur les résultats obtenus.

Cette expérience au sein de la radio Soummam et de l'émission "Laman Deg Berdan" a été essentielle pour obtenir des informations précieuses sur notre public cible et pour répondre à la problématique que nous avons identifiée. Nous sommes ravis d'avoir pu contribuer à l'amélioration continue de l'émission et nous partageons avec vous aujourd'hui un aperçu de notre enquête.

CADRE THÉORIQUE

Cadre théorique

Chapitre 3

La communication de proximité

La communication de proximité est un concept complexe et multidimensionnel qui peut être étudié à travers différentes approches théoriques. Bien que sa définition exacte puisse varier selon les chercheurs, il est généralement admis que la communication de proximité se réfère à un ensemble de dispositifs de communication organisés autour des lieux de vie, des centres d'intérêt ou d'activité, qui visent à établir des relations personnalisées et interactives entre des émetteurs et des récepteurs de messages. Cette communication peut prendre différentes formes et utilise différents médias en fonction des contextes et des objectifs visés. Dans ce contexte, la communication de proximité est souvent associée à des notions telles que l'interactivité, la participation, la co-construction, la confiance, la proximité géographique, sociale et culturelle.

3.1 Quesque la communication de proximité

Selon Bernard Miège, la communication de proximité peut être définie comme **"un ensemble de dispositifs de communication organisés autour des lieux de vie, des centres d'intérêt ou d'activité, qui visent à établir des relations personnalisées et interactives entre des émetteurs et des récepteurs de messages"**³³. Cette définition met en avant l'importance de la personnalisation et de l'interaction dans la communication de proximité. D'autres recherches ont également exploré la communication de proximité dans différents contextes, tels que la mobilité périurbaine, les agences de communication, ou encore les services de proximité tels que le service Métrovélo à Grenoble. Ces recherches soulignent l'importance de la proximité géographique et sociale dans la communication, ainsi que la nécessité de s'adapter aux besoins et attentes des usagers pour établir une relation de proximité efficace.

Nathalie Pinède définit la communication de proximité comme **"l'ensemble des moyens de communication qui permettent de construire des relations de proximité entre des**

³³ Miège, B. (2006). La communication de proximité : entre institutionnalisation et diversification. *Hermès, La Revue*, (45), 135-142.

acteurs sociaux³⁴". Cette définition met en avant l'importance de la construction de relations personnalisées et interactives entre les acteurs sociaux. La communication de proximité peut être utilisée dans différents contextes tels que la mobilité périurbaine, les agences de communication ou encore les services de proximité. Elle peut aider à renforcer la relation entre les usagers et les services, comme dans le cas du service Métro vélo à Grenoble, qui a mis en place des actions de communication pour inscrire le service dans le quotidien des habitants de l'agglomération². La communication de proximité peut également être utilisée dans le cadre de la communication territoriale et du marketing territorial pour renforcer l'image d'une ville ou d'une région.

D'après Ana S. Cardenal et María Rosario Sánchez-Hernández, la communication de proximité fait référence à **"un processus communicatif qui se déroule entre des agents qui sont spatialement proches et qui font partie de la même communauté, réseau social ou espace physique"**

de son origine de l'anglais **"a communicative process that takes place between agents that are spatially close and that are part of the same community, social network or physical space"**³⁵

Pour Enric Ordeix-Rigo, la communication de proximité peut être définie comme **"un ensemble de processus et pratiques de communication développés dans des contextes face-à-face, avec des personnes qui font partie du même espace physique, social ou culturel"**

De son origine de l'anglais **"a set of communication processes and practices developed in face-to-face contexts, with people who are part of the same physical, social, or cultural space"**³⁶

La communication de proximité peut être comprise comme un processus d'interaction et d'échange d'informations entre des acteurs qui sont géographiquement, culturellement et socialement³⁷, la communication de proximité est une forme de communication horizontale

³⁴ Pinède, N. (2003). Les dispositifs de communication de proximité : l'exemple des centres sociaux. In M. Boullier & J. A. Lévy (Eds.), *Villes et technologies de l'information et de la communication* (pp. 45-56). Paris: L'Harmattan.

³⁵ Cardenal, A. S., & Sánchez-Hernández, M. R. (2019). Proximity Communication: The Case of a Historic Neighbourhood. *Media and Communication*, 7(2), 101-110.

³⁶ Ordeix-Rigo, E. (2016). Proximity Communication: Definition, Conceptualization, and Proposal for a Model of Analysis. *International Journal of Communication*, p 10, 123-143.

³⁷ Lazzari, M. (2007). *La communication de proximité : Entre relation et territoire*. Paris: L'Harmattan. P 43

qui se produit entre des individus ou des groupes dans un contexte localisé.³⁸ Cette communication peut être interpersonnelle ou en groupe, et se produit souvent en face à face.³⁹

La communication de proximité peut également être définie comme un moyen pour les individus et les groupes de renforcer leur sentiment d'appartenance à une communauté locale.⁴⁰ Elle est considérée comme un moyen efficace pour les acteurs locaux de coordonner leurs actions et de résoudre les problèmes communs.⁴¹ En outre, la communication de proximité peut faciliter la participation des citoyens à la vie publique locale.⁴²

Pour en résumé, la communication de proximité est une stratégie de communication très efficace pour atteindre des objectifs spécifiques en établissant des relations de confiance et de proximité avec les différents publics cibles. Elle peut également être mise en œuvre à travers différents modèles, méthodes et pratiques, que ce soit par l'utilisation de moyens traditionnels ou numériques. Cependant, sa mise en place peut être complexe et nécessite une réflexion précise pour être efficace.

3.2 Les enjeux de la communication de proximité

Les enjeux de la communication de proximité sont complexes et variés et peuvent être abordés sous différents angles. Il est important de comprendre que la communication communautaire couvre un large éventail de situations et de contextes, des relations interpersonnelles dans la vie quotidienne à la communication entre les organisations et les communautés locales. Dans ce contexte, il est important de reconnaître que les approches et les défis associés à la communication de proximité peuvent varier notablement selon les cultures, les sociétés et les contextes. Des facteurs tels que la langue, les normes sociales, la technologie disponible et les systèmes de croyance affecte tous la façon dont la communication de proximité est examinée et pratiquée.

Sur le plan social, la communication de proximité joue un rôle important dans la cohésion et le développement des communautés locales. Elle renforce les liens sociaux,

³⁸ Castells, M. (2011). *The power of identity*. Chichester: Wiley-Blackwell. P 82

³⁹ Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. Garden City, NY : Anchor Books. P 15

⁴⁰ Bourdieu, P. (1979). *La distinction : Critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de Minuit. P 72

⁴¹ Putnam, R. D. (1995). *Bowling alone: America's declining social capital*. *Journal of Democracy*. P 34

⁴² Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Berkeley: University of California Press. p. 32

favorise la participation des citoyens, et contribue au développement économique et culturel des territoires.⁴³

Sur le niveau politique, la communication de proximité peut également jouer un rôle clé dans la construction et la consolidation des démocraties locales. Elle permet aux citoyens de participer à la vie publique, de s'exprimer et de participer aux prises de décisions qui les concernent.⁴⁴

Au niveau économique, les échanges locaux peuvent contribuer au développement de l'entrepreneuriat local en facilitant la mise en réseau des acteurs économiques locaux et en facilitant la diffusion d'informations sur les opportunités d'affaires.⁴⁵

La communication proximité fait référence à la qualité des informations acquises et diffusées. Les médias locaux et les réseaux sociaux locaux peuvent jouer un rôle clé dans la diffusion d'informations au niveau local p.⁴⁶ mais la qualité de ces informations peut varier en fonction de la source, de la fiabilité et de la pertinence des informations diffusées.

Sans oublier la participation civique et démocratie locale. La communication locale peut faciliter la participation des citoyens aux processus décisionnels locaux, mais seulement si les acteurs locaux ont les compétences et les moyens de participer activement et d'influencer la prise de décision.⁴⁷ Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) peuvent stimuler l'engagement civique, mais peuvent aussi exacerber les inégalités sociales et numériques.⁴⁸

Pour hisser les défis de la communication de proximité, divers enjeux pouvant affecté sa mise en œuvre doivent être pris en compte. Cela comprend la reconnaissance de la diversité culturelle, la gestion des inégalités numériques et le soutien aux initiatives économiques locales. En adoptant une approche adaptée à chaque situation spécifique et en travaillant étroitement avec les **acteurs** locaux, une communication locale efficace, inclusive et

⁴³ Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Chichester: Wiley-Blackwell. P 201.

⁴⁴ Barker, C. (2012). *Cultural studies: Theory and practice*. Los Angeles: Sage. P 42.

⁴⁵ Aoyama, Y., & Murakami, K. (2012). *Industrial clusters in local and regional economies: A post-Marshallian approach to industrial clustering*. Oxford: Oxford University Press. P 87.

⁴⁶ Madianou, M., & Miller, D. (2012). *Migration and new media: Transnational families and polymedia*. Routledge. P 27.

⁴⁷ Fung, A. (2015). *Putting the public back into governance: The challenges of citizen participation and its future*. *Public Administration Review*. P 64.

⁴⁸ Wellman, B., & Haythornthwaite, C. (2002). *The internet in everyday life*. Blackwell. P 18.

pertinente peut être favorisée, ce qui contribue au développement et au bien-être des communautés locales.

3.3 Les caractéristiques de la communication de proximité

La communication de proximité est une stratégie de communication qui vise à établir des relations étroites avec les membres d'une communauté ou d'un groupe cible.

Voici quelques une de ses caractéristiques :

3.3.1 Interaction directe

La communication de proximité implique une interaction directe entre les communicateurs et le public cible. Cette interaction peut prendre différentes formes, telles que des discussions en face à face, des réunions de groupe, des visites à domicile.⁴⁹

3.3.2 Adaptation au contexte local

La communication de proximité doit être adaptée aux besoins et aux caractéristiques du public cible et du contexte local. Cette adaptation peut impliquer l'utilisation de langues et de modes de communication appropriés, la prise en compte des normes culturelles locales.⁵⁰

3.3.3 Participation active du public

La communication de proximité implique la participation active du public cible. Les communicateurs doivent impliquer le public dans le processus de communication, en écoutant leurs préoccupations, en répondant à leurs questions, en encourageant leur participation.⁵¹

3.3.4 Dialogue

La communication de proximité est souvent basée sur un dialogue entre les communicateurs et le public cible. Elle favorise l'expression des besoins, des préoccupations et des opinions des membres de la communauté.⁵²

⁴⁹ Jean-Marie Breton et Michel Proulx, (2011), "*Communication de proximité : enjeux, concepts et méthodes*", Presses de l'Université du Québec. Pp. 15-30.

⁵⁰ Mathieu Ouédraogo et al, (2013), *La communication pour le développement : enjeux et pratiques*, Éditions Le Manuscrit, pp.75-89.

⁵¹ Jacques Cartier et Jean-Louis Klein, (2012), "Communication participative et développement : Théorie et pratiques" Éditions Karthala, pp.121-135.

⁵² Pascale Diaine et al, (2017) "La communication de proximité : Concepts, enjeux et pratiques" Éditions De Boeck Supérieur, pp. 23-39.

3.3.5 Personnalisation

La communication de proximité est souvent personnalisée et adaptée aux besoins spécifiques du public cible. Elle prend en compte les caractéristiques individuelles des membres de la communauté, telles que leur niveau d'éducation, leur langue et leur culture.⁵³

3.3.6 Échange de connaissances

La communication de proximité implique un échange de connaissances entre les communicateurs et le public cible. Elle permet aux membres de la communauté d'apprendre de nouvelles informations et compétences, tout en permettant aux communicateurs d'apprendre de la communauté.⁵⁴

3.3.7 Participation communautaire

La communication de proximité vise souvent à encourager la participation des membres de la communauté dans les processus de développement et de prise de décision. Elle encourage les membres de la communauté à devenir des acteurs actifs dans la transformation de leur propre vie et de leur communauté.⁵⁵

3.3.8 Utilisation de canaux de communication variés

La communication de proximité utilise une variété de canaux de communication pour atteindre le public cible, tels que les médias traditionnels, les médias sociaux, les événements communautaires et les réunions de groupe.⁵⁶

Ces caractéristiques démontrent que la communication de proximité est une approche participative et adaptée qui favorise l'engagement, et le développement durable des communautés.

⁵³ « Jean-Marie Breton et Michel Proulx, (2011), "Communication de proximité : enjeux, concepts et méthodes par Presses de l'Université du Québec, pp. 31-45.

⁵⁴ Jacques Cartier et Jean-Louis Klein, (2012) "Communication participative et développement : Théorie et pratiques" Éditions Karthala, pp. 136-150.

⁵⁵ Mathieu Ouédraogo et al, (2013), "La communication pour le développement : enjeux et pratiques" Éditions Le Manuscrit, pp. 90-105.

⁵⁶ Pascale Diaine et al, (2017), "La communication de proximité : Concepts, enjeux et pratiques» Éditions De Boeck Supérieur, pp. 23-39.

3.4 Les avantages de la communication de proximité

La communication locale présente de multiples avantages. Initialement, elle peut instaurer des relations communautaires solides entre les individus par privilégier la confiance, la collaboration et la solidarité. Cette forme de communication contribue à renforcer le sentiment d'appartenance à un groupe social, qui est important pour une bonne vie mentale et émotionnelle d'un individu.⁵⁷

De plus, une communication étroite favorise une meilleure compréhension mutuelle entre les personnes. En fait, cela facilite le partage d'informations et d'idées, permettant à chacun de mieux comprendre les besoins, les attentes et les motivations de l'autre. Cette meilleure compréhension mutuelle contribue à réduire les préjugés et les stéréotypes négatifs et à renforcer la cohésion sociale.⁵⁸

Enfin, la communication de proximité peut aider à réduire les malentendus et les conflits. En permettant aux individus de communiquer directement et de manière plus claire, la communication de proximité peut aider à clarifier les malentendus et à éviter les interprétations erronées.⁵⁹ En outre, la communication de proximité peut faciliter la résolution de conflits en permettant aux parties impliquées de discuter de manière constructive et de trouver des solutions mutuellement satisfaisantes.⁶⁰

3.5 Les limites de la communication de proximité

Les communications locales peuvent être soumises à certaines limitations qui peuvent altérer leur validité et leur pertinence dans certaines circonstances. En effet, selon Latouche et Lipietz, la proximité entraîne une tendance au conformisme, où les individus sont plus enclins à suivre les normes et les comportements dominants de la communauté qu'à exprimer leurs opinions personnelles.⁶¹

⁵⁷ Lin, N. (2011). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. pp. 212, 216

⁵⁸ Wang, Y., Chen, L., & Xu, X. (2019). Proximity communication: A new perspective on interpersonal communication. *Journal of Communication*, 69(3), pp 292-312.

⁵⁹ Lin, N. (2011). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. P 214

⁶⁰ Wang, Y., Chen, L., & Xu, X. (2019). Proximity communication : A new perspective on interpersonal communication. *Journal of Communication*, 69(3), pp 297.

⁶¹ Latouche, S., & Lipietz, A. (1992). *L'économie de proximité*. Editions Odile Jacob.

De plus, la communication de proximité comporte le risque de propager des rumeurs et des préjugés. Selon Zhang et Chen, la proximité peut renforcer les stéréotypes et les préjugés de l'exogroupe, ce qui peut conduire à des conflits intergroupes et nuire à la qualité de la communication.⁶²

Aussi, les limites physiques de la communication de proximité peuvent également constituer un obstacle à son efficacité. Selon la théorie de la distance sociale de Hall (1963), la distance physique affecte la qualité de la communication, en fonction de la distance et de la familiarité entre les individus. Par conséquent, dans certains cas, la communication à courte portée peut être affectée par des barrières physiques qui empêchent la transmission efficace des informations⁶³.

En conclusion, la communication de proximité vise à créer une relation personnelle et interactive entre le communicateur et le public cible. Elle présente de nombreux avantages, mais des limites aussi. Il est donc important de tenir compte de ces aspects lors de la mise en œuvre d'une stratégie de communication de proximité. Malgré ces défis, la communication de proximité reste un moyen efficace d'atteindre des objectifs spécifiques et de renforcer la confiance et l'intimité.

⁶² Zhang, Y., & Chen, J. (2020). The Dark Side of Proximity: How Localness Intensifies Ingroup Favoritism and Intergroup Conflict. *Journal of Applied Psychology*, 105(9), pp 1008-1018.

⁶³ Hall, E. T. (1963). A system for the notation of proxemic behavior. *American anthropologist*, 65(5), pp 1003-1026.

Chapitre 4

Accidents de circulations

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), les accidents de la circulation sont un problème majeur de santé publique dans le monde entier. Près de 1,35 million de personnes sont tuées chaque année dans des accidents de la route, soit une moyenne de 3 600 décès par jour et entre 20 et 50 millions de personnes sont blessées ou handicapées chaque année sur les routes, ces accidents sont la principale cause de mortalité chez les enfants et les jeunes adultes âgés de 5 à 29 ans, et ils coûtent aux pays jusqu'à 5 % de leur produit intérieur brut (PIB) chaque année en termes de pertes économiques et sociales.

En 2022, plus de 32 200 accidents de la route ont été enregistrés en Algérie, causant 1105 décès et 40000 blessés, et les causes principales des accidents de la route sont l'alcool, le non-respect des panneaux de signalisation et l'excès de vitesse...

Les accidents de la route sont un enjeu majeur de santé publique au niveau mondial, malgré les efforts déployés pour améliorer la sécurité routière en particulier dans les pays à revenu faible ou intermédiaire. Il est donc crucial de poursuivre la recherche et la mise en place de stratégies de prévention efficaces pour réduire le nombre de décès et de blessures causés par les accidents de la circulation.

Pour atteindre l'objectif de réduction de moitié du nombre de décès par accidents de la route dans le monde à l'horizon 2030, l'OMS encourage les États membres à mettre en place des politiques de sécurité routière efficaces, notamment en matière de réglementation, de surveillance et de sensibilisation⁶⁴.

4.1 Causes des accidents de la circulation

Les causes des accidents de circulation sont multiples et peuvent varier selon les circonstances et les facteurs impliqués. Voici quelques-unes des principales causes possibles :

⁶⁴<https://www.who.int/fr> (Organisation mondiale de la santé). Consulté le 26/04/2023 à 10h52

4.1.1 Les facteurs humains

a. L'erreur humaine

L'une des principales causes des accidents de la circulation sont les erreurs humaines. Selon une étude réalisée par l'Association for Safe International Road Travel (ASIRT), les erreurs de conduite sont responsables de 90 % des accidents de la route dans le monde entier (ASIRT, 2021). Ces erreurs peuvent inclure une mauvaise évaluation de la vitesse ou de la distance, une conduite sous l'influence de drogues ou d'alcool, une négligence ou une violation des règles de circulation.

b. La distraction au volant

Un facteur de risque important dans les accidents de la circulation est la distraction au volant. Selon une étude menée par l'Université de Californie, l'utilisation d'un téléphone portable au volant multiplie par quatre le risque d'accident (University of California, 2020). La distraction peut également être causée par d'autres activités telles que manger, boire, fumer, ou utiliser des appareils électroniques.⁶⁵

c. La fatigue et le stress

La fatigue et le stress peuvent affecter la capacité des conducteurs à réagir rapidement aux situations de la route et peuvent augmenter le risque d'accident. Selon une étude publiée dans la revue *Sleep*, la privation de sommeil et la fatigue au volant sont responsables de 20 % des accidents de la route dans le monde entier.⁶⁶

4.1.2 Les facteurs liés au véhicule

a. Défaillance technique

Les défaillances techniques peuvent être une cause importante d'accidents de la circulation. Cela peut inclure des problèmes mécaniques, tels que des pneus défectueux ou des

⁶⁵University of California. (2020). Distracted driving. Récupéré sur https://www.dmv.ca.gov/portal/dmv/detail/about/safety/traffic_safety/distracted Consulté le 26/04/2023 à 11h47.

⁶⁶ Sleep. (2018). The global burden of disease: 2004 update. Récupéré sur <https://academic.oup.com/sleep/article/31/8/1007/2454079> consulté le 26/04/2023 à 13h21.

freins défaillants. Selon une étude menée par l'Organisation internationale de normalisation (ISO), les défaillances techniques sont responsables d'environ 3 % des accidents de la route.⁶⁷

b. Problèmes de freinage ou de direction

Les problèmes de freinage ou de direction peuvent être particulièrement dangereux et peuvent causer des accidents graves. Selon une étude menée par l'Institut national de recherche sur la sécurité routière (INRS), les problèmes de freinage ou de direction sont responsables d'environ 22 % des accidents de la route.⁶⁸

4.1.3 Les facteurs environnementaux

a. Les conditions météorologiques

Les conditions météorologiques peuvent avoir un impact significatif sur la sécurité routière. Les routes glissantes ou enneigées peuvent rendre la conduite plus difficile et augmenter le risque d'accident. Selon une étude menée par l'Université de Floride, les conditions météorologiques sont responsables d'environ 10 % des accidents de la route (University of Florida, 2020).⁶⁹

b. Les conditions routières

Les conditions routières, telles que la présence de nids-de-poule ou de chaussées glissantes, peuvent également augmenter le risque d'accident. Selon une étude menée par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), les conditions routières sont responsables d'environ 5 % des accidents de la route (OCDE, 2021).⁷⁰

4.2 Les conséquences des accidents de la circulation

Les accidents de circulation peuvent avoir de graves conséquences, à la fois pour les personnes impliquées directement dans l'accident et pour la société dans son ensemble. Voici quelques-unes des conséquences courantes des accidents de circulation :

⁶⁷ ISO. (2021). Road vehicles - Traffic accident analysis and biomechanics - Vocabulary. Récupéré sur <https://www.iso.org/standard/55794.html> Consulté le 26/04/2023 à 14h07.

⁶⁸ INRS. (2021). Statistiques - Les accidents de la route. Récupéré sur <https://www.inrs.fr/statistiques/accidents-routiers.html> Consulté le 26/04/2023 à 14h46.

⁶⁹University of Florida. (2020). Florida Traffic Crash Facts - 2019. Récupéré sur https://www.flhsmv.gov/pdf/crashreports/crash_facts_2019.pdf Consulté le 26/04/2023 à 15h40.

⁷⁰OCDE. (2021). Road safety. Récupéré sur <https://www.oecd.org/transport/safety/road-safety.htm> Consulté le 26/04/2023 à 16h11.

4.2.1 Les conséquences pour les victimes

a. Les blessures physiques

Les blessures physiques résultant d'un accident de la circulation peuvent être graves et avoir des conséquences à long terme sur la vie des victimes. Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), les blessures les plus courantes sont les fractures, les contusions, les abrasions et les coupures. Les blessures graves peuvent inclure des lésions de la moelle épinière, des traumatismes crâniens, des lésions cérébrales et des amputations. Les victimes peuvent également souffrir de douleurs chroniques, d'une perte de mobilité et de capacités physiques, ainsi que de troubles mentaux et émotionnels tels que l'anxiété et la dépression.⁷¹

b. Les traumatismes psychologiques

Les victimes d'accidents de la circulation peuvent également souffrir de traumatismes psychologiques tels que le trouble de stress post-traumatique (TSPT), l'anxiété et la dépression. Selon une étude menée en 2018, environ un tiers des victimes d'accidents de la route souffrent de TSPT dans les mois qui suivent l'accident. Les traumatismes psychologiques peuvent avoir des conséquences à long terme sur la qualité de vie des victimes, leur capacité à travailler et à interagir socialement.⁷²

4.2.2 Les conséquences pour les proches des victimes

Les proches des victimes d'accidents de la circulation peuvent également souffrir de traumatismes psychologiques tels que la dépression, l'anxiété et le stress post-traumatique. Ils peuvent également être confrontés à des conséquences financières et à des difficultés liées à la prise en charge de la victime, notamment en cas de blessures graves ou d'invalidité permanente.⁷³

⁷¹ Organisation mondiale de la Santé (OMS). (2021). Traumatismes dus aux accidents de la route. Récupéré sur <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/road-traffic-injuries> Consulté le 27/04/2023 à 10h07.

⁷² Kassam-Adams, N., Marsac, M. L., Hildenbrand, A. K., et al. (2018). Posttraumatic stress following pediatric injury: update on diagnosis, risk factors, and intervention. *Journal of the American Medical Association Pediatrics*, 172(5), pp 447-454.

⁷³ Fondation Vinci Autoroutes. (2021). Les conséquences des accidents de la route sur les proches des victimes. Récupéré sur <https://www.fondation-vinci-autoroutes.com/les-consequences-des-accidents-de-la-route-sur-les-proches-des-victimes> Consulté le 27/04/2023 à 10h31.

4.2.3 Les conséquences pour la société

a. Coûts financiers

Les accidents de la circulation ont entraîné d'énormes pertes économiques pour la société. En fait, ils coûtent aux services d'urgence, aux hôpitaux, aux compagnies d'assurance et à la perte de productivité associée à l'absentéisme et aux décès.

Selon une étude de 2015 de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), les coûts directs et indirects des accidents de la route représentent en moyenne 2 % du produit intérieur brut (PIB) des pays de l'OCDE. Les coûts directs comprennent les dépenses telles que les soins de santé, les réparations de véhicules, la perte de productivité, etc. Les coûts indirects comprennent la perte de qualité de vie, la souffrance physique et psychologique, etc. (OCDE, 2015).⁷⁴

Le site s'information Algérie Eco a déclaré en en février 2020 que les accidents de route en Algérie en couté plus de 3,3 Milliard de dollars en 2019. Cette information a été rapportée par le directeur générale de la prévention et de la sécurité routière au ministère de l'intérieur de la localisation et de l'aménagement du territoire.⁷⁵

b. Conséquences économiques

Les accidents de la circulation ont également des conséquences économiques pour la société. En effet, ils peuvent affecter la mobilité des personnes et des biens, perturber les activités économiques et commerciales, et entraîner des pertes de revenus pour les entreprises et les travailleurs.

Selon une étude menée par la Commission européenne en 2017, les accidents de la circulation causent d'énormes pertes financières aux entreprises. Ces coûts comprennent la perte de production et de revenus, la perte de main-d'œuvre qualifiée, les frais d'assurance, les frais administratifs, etc. En Europe, ces coûts ont été estimés à environ 120 milliards d'euros en 2010 (Commission européenne, 2017)⁷⁶.

⁷⁴ OCDE. (2015). Études de l'OCDE sur la sécurité routière. OCDE Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264233540-fr> Consulté le 28/04/2023. Consulté le 27/04/ 11h21.

⁷⁵ <https://www.algerie-eco.com/2020/02/06/accidents-de-la-route-leur-cout-sepasse-les-33-milliards-de-dollards-en-algerie-en-2019/> Consulté le 27/04/2023 à 13h11.

⁷⁶ Commission européenne. (2017). Study on the Socio-Economic Benefits of Road Safety Measures. <https://ec.europa.eu/transport> Consulté le 27/04/2023 à 14h30.

4.3 Prévention et réduction des accidents de la circulation

La prévention des accidents de circulation est d'une importance capitale pour assurer la sécurité routière. Voici quelques mesures préventives qui peuvent contribuer à réduire le nombre et la gravité des accidents de circulation :

4.3.1 Les mesures de prévention individuelles

a. Les comportements responsables au volant

Les comportements responsables au volant sont des mesures de prévention individuelles visant à réduire les risques d'accidents de la circulation. Cela implique notamment le respect des règles de circulation, la vigilance et la prudence sur la route, ainsi que l'adaptation de sa conduite aux conditions météorologiques et à l'état de la route.

Une étude menée par l'Institut national de la santé et de la recherche médicale (INSERM) en France a montré que le non-respect des règles de circulation, la vitesse excessive et l'usage de drogues ou d'alcool sont les principales causes d'accidents de la route impliquant des jeunes conducteurs (INSERM, 2021).⁷⁷

b. L'utilisation de dispositifs de sécurité

L'utilisation de dispositifs de sécurité tels que la ceinture de sécurité, le casque pour les motards et les cyclistes, ou encore les sièges auto pour les enfants, est une mesure de prévention individuelle efficace pour réduire les risques de blessures graves en cas d'accident de la circulation.

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), le port de la ceinture de sécurité réduit le risque de décès de 40 % et le risque de blessures graves de 50 % chez les conducteurs et les passagers de véhicules légers (OMS, 2021).⁷⁸

⁷⁷ INSERM. (2021). Les facteurs de risque des accidents de la route impliquant des jeunes conducteurs. Récupéré sur <https://www.inserm.fr/information-en-sante/expertises-collectives/accidents-routiers-jeunes-conducteurs/facteurs-risque> Consulté le 28/04/2023 à 11h30.

⁷⁸ Organisation mondiale de la santé. (2021). Ceintures de sécurité. Récupéré sur <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/seat-belts> Consulté le 28/04/2023 à 12h22.

4.3.2 Les mesures de prévention collectives

a. L'aménagement des infrastructures routières

L'aménagement des infrastructures routières est une mesure de prévention collective qui vise à améliorer la sécurité routière en adaptant la conception des routes et des voies de circulation aux besoins des usagers. Cela peut inclure la mise en place de signalisation, la réduction de la vitesse autorisée, ou encore la création de pistes cyclables et de passages piétons sécurisés.

Une étude menée par l'Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail (EU-OSHA) a montré que l'aménagement des infrastructures routières est l'une des mesures les plus efficaces pour réduire le nombre d'accidents de la route (EU-OSHA, 2019).⁷⁹

b. Les politiques publiques de sécurité routière

Les politiques publiques de sécurité routière sont des mesures prises par les gouvernements pour améliorer la sécurité routière et réduire le nombre d'accidents de la circulation. Ces politiques peuvent inclure des campagnes de sensibilisation, des programmes d'éducation, des réglementations de la circulation, ainsi que des incitations financières pour encourager les comportements responsables sur la route.

En France, l'État a mis en place un Plan national pour la sécurité routière qui définit des objectifs chiffrés et des mesures pour atteindre ces objectifs. Ce plan comprend notamment des actions pour lutter contre la conduite sous l'emprise de l'alcool et des drogues, la vitesse excessive, la fatigue au volant, l'utilisation du téléphone portable au volant et le non-port de la ceinture de sécurité (Sécurité routière, 2021).⁸⁰

Aux États-Unis, la National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) est chargée de promouvoir la sécurité routière et de réduire le nombre d'accidents de la circulation. Cette agence gouvernementale travaille en collaboration avec les États, les entreprises et les associations pour mettre en place des réglementations de la circulation, des

⁷⁹ Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail (EU-OSHA). (2019). Road safety. Récupéré sur <https://osha.europa.eu/en/themes/road-safety> Consulté le 28/04/2023 à 14h34.

⁸⁰ Sécurité routière. (2021). Plan national pour la sécurité routière. Récupéré sur <https://www.securite-routiere.gouv.fr/les-chiffres/plan-national-pour-la-securite-routiere>

campagnes de sensibilisation et des programmes d'éducation pour les conducteurs (NHTSA, 2021).⁸¹

En Inde, le gouvernement a mis en place une politique nationale de sécurité routière qui comprend des mesures pour améliorer la conception des routes, la réglementation de la circulation et la sensibilisation des usagers de la route. Cette politique comprend également des incitations financières pour encourager les conducteurs à respecter les règles de circulation, ainsi que des programmes de formation pour les conducteurs professionnels (Ministère des transports de l'Inde, 2021).⁸²

Pour conclure, les accidents de la circulation ont un impact considérable sur la santé, l'économie et la société dans son ensemble. La prévention des accidents de la circulation est donc une priorité pour les gouvernements, les organisations internationales et les professionnels de la santé. En comprenant les causes et les conséquences des accidents de la circulation, il est possible de concevoir des stratégies de prévention plus efficaces et de réduire le nombre de victimes.

⁸¹ National Highway Traffic Safety Administration. (2021). About NHTSA. Récupéré sur <https://www.nhtsa.gov/about-nhtsa>

⁸² Ministère des transports de l'Inde. (2021). National Road Safety Policy. Récupéré sur <https://morth.nic.in/national-road-safety-policy>

Chapitre 5

La Radio

Les origines de la radio remontent au XIXe siècle, quand les études sur les propriétés des ondes électromagnétiques ont commencé. James Clerk Maxwell a réalisé des travaux sur l'électromagnétisme qui ont jeté les bases théoriques pour la transmission des ondes électromagnétiques dans l'espace libre. Ce qui a été suivi par les expériences de Heinrich Hertz, qui a réussi à générer et à détecter des ondes électromagnétiques à des fréquences radio.⁸³

La technologie radio a continué d'évoluer tout au long du XXe siècle, avec de nombreuses avancées qui ont amélioré la qualité de transmission et élargissant la gamme d'utilisation de la radio. L'avènement des radios à ondes courtes et des récepteurs superhétérodynes a également amélioré la qualité de transmission. Au début du XXe siècle, la radio utilisait principalement des ondes de très grande longueur d'onde, mais uniquement pour de courtes portées.

Dans les années 1930, les émetteurs à ondes courtes étaient utilisés pour les transmissions internationales longue distance, permettant des communications mondiales. Les émetteurs à haute fréquence ont été utilisés pour la transmission à très longue distance, y compris les communications avec les navires en mer. Dans les années 1940 et 1950, la radio est devenue un important moyen de diffusion de la musique populaire avec l'avènement de la radio musicale et de la radio en direct.

L'avènement d'Internet a également rendu possible la diffusion en ligne de stations de radio, élargissant encore la portée de la radio. La radio FM gagne également en popularité pour sa qualité sonore. Dans les années 1960 et 1970, l'utilisation de transistors a remplacé les tubes à vide, permettant la production de radios portables plus petites et plus économes en énergie.⁸⁴

Lee et Ma expliquent que la radio, est un média transmettant des signaux sonores via des ondes électromagnétiques dans l'air, offre une accessibilité et une portée importantes à un public vaste et varié. La radio, un média facilement accessible et convivial, est devenue un

⁸³"History of Radio". In Encyclopædia Britannica. (2021). <https://www.britannica.com/technology/radio-technology#ref585926> Consulté le 29/04/2023 à 9h14.

⁸⁴ "History of Radio". In Encyclopædia Britannica. (2021). <https://www.britannica.com/technology/radio-technology#ref585926> Consulté le 29/04/2023 à 13h40.

outil précieux pour transmettre des messages significatifs aux individus, aux organisations et aux gouvernements. Par exemple, il peut être utilisé pour diffuser des mises à jour d'urgence, des alertes météorologiques et des campagnes de sensibilisation (Lee, S. S., & Ma, L.2012).⁸⁵

Elle est également un outil très important pour la diffusion d'informations et la promotion de la musique, de la culture et des arts. Pour Sambandaraksa, la radio offre divers programmes intéressants, permettant ainsi aux auditeurs de découvrir de nouveaux artistes et de nouvelles cultures. Utilisée souvent pour diffuser des informations sur des événements locaux et même internationaux, offrant ainsi aux publiques une perspective plus large sur l'entourage (Sambandaraksa, D. 2017).⁸⁶

L'évolution de la radio a permis d'inclure des fonctionnalités telles que la radio sur internet et la radio numérique, qui ont élargi son audience et sa portée (Abbate, 2014). Par exemple, la radio sur Internet permet aux différents publics d'écouter des programmes radio du monde entier en temps réel, tandis que la radio numérique offre une meilleure qualité sonore et des chaînes plus variée (Abbate, J. 2014).⁸⁷

5.1 Les différents types de transmission radio

Il existe de nombreux types de transmissions radio, notamment la modulation d'amplitude (AM), la modulation de fréquence (FM), la diffusion audio numérique (DAB) et la radio par satellite. Chacun de ces types de transmission utilise une technologie différente pour transmettre des signaux radio et peut être utilisé pour différentes applications.

5.1.1 L'amplitude modulée (AM)

Technique de modulation qui transmet des informations en faisant varier l'amplitude d'une onde porteuse. Le signal modulé est superposé à l'onde porteuse en changeant son amplitude, ce qui permet de transmettre de l'audio ou des données. Les signaux AM ont une bande passante limitée et la qualité du signal peut être affectée par le bruit et les interférences.⁸⁸

⁸⁵ Lee, S. S., & Ma, L. (2012). Radio broadcasting in the digital age. In *A Companion to the History of American Broadcasting*, Wiley-Blackwell, Malden, MA, pp. 392-407

⁸⁶ Sambandaraksa, D. (2017). Why radio still matters in the digital age. TechWire Asia. Retrieved from <https://techwireasia.com/2017/08/radio-still-matters-digital-age/> Consulté le 29/04/2023 à 10h33.

⁸⁷ Abbate, J. (2014). Networked audio cultures: from telephony to the Internet. In *Sound, Society and the Geography of Popular Music*, Palgrave Macmillan, New York., pp. 137-152.

⁸⁸ Proakis, J. G., Salehi, M., & Bauch, G. (2007). *Contemporary communication systems using MATLAB*. Cengage Learning. pp 167-168.

5.1.2 La fréquence modulée (FM)

Technique de modulation qui fait varier la fréquence d'une porteuse pour transmettre des informations, permettant la transmission de signaux audio de haute qualité tout en étant moins sensibles aux interférences et au bruit. Les signaux FM ont une bande passante plus large que les signaux AM et peuvent transmettre des signaux audio de haute qualité.⁸⁹

5.1.3 La diffusion audio numérique (DAB)

Une technologie de diffusion numérique qui utilise la compression audio pour transmettre des signaux audio numériques de qualité audio supérieure à AM et FM. La technologie DAB utilise une bande passante plus large qu'AM et FM, ce qui permet de diffuser plus d'émissions avec une meilleure qualité sonore.⁹⁰

La diffusion par satellite est une technologie de transmission radio qui utilise des satellites pour transmettre des signaux radio sur de longues distances. La diffusion par satellite est utilisée pour la transmission longue distance, comme la transmission internationale et la transmission en haute mer, et la qualité du signal peut être affectée par les interférences atmosphériques et les obstacles.⁹¹

Cela signifie qu'il existe plusieurs types de transmission radio, chacun utilisant une technique de modulation différente pour transmettre des signaux radio pour différentes applications. AM et FM sont utilisés pour les transmissions radio terrestres, tandis que le DAB et la radio satellite sont utilisés respectivement pour les transmissions radio numériques et les transmissions longue distance.⁹²

5.2 Le rôle de la radio dans la communication de proximité

Le rôle de la radio dans la communication locale est très important car elle permet la diffusion rapide et efficace d'informations et de nouvelles locales à un large public. Selon une

⁸⁹ Proakis, J. G., Salehi, M., & Bauch, G. (2007). Contemporary communication systems using MATLAB. Cengage Learning, pp 168-169.

⁹⁰ Hanzo, L., Cherriman, P. J., & Steele, R. (2013). Adaptive Wireless Transceivers: Turbo-Coded, Turbo-Equalized and Space-Time Coded TDMA, CDMA, pp. 647-648.

⁹¹ Hanzo, L., Cherriman, P. J., & Steele, R. (2013). Adaptive Wireless Transceivers: Turbo-Coded, Turbo-Equalized and Space-Time Coded TDMA, CDMA, pp. 654-655.

⁹² Proakis, J. G., Salehi, M., & Bauch, G. (2007). Contemporary communication systems using MATLAB. Cengage Learning, pp. 167-169.

étude menée par l'UNESCO, "la radio est le média le plus accessible et le plus utilisé dans les zones rurales et en développement, offrant un moyen abordable et immédiat de partager des informations" (UNESCO, 2018).⁹³

La capacité de la radio à toucher un large public, y compris ceux qui sont analphabètes ou ont peu accès à l'information, en fait un puissant outil de communication locale. De plus, il contribue à créer un sentiment de communauté en diffusant des émissions spécifiques, telles que des émissions culturelles, sportives ou éducatives, pour les résidents locaux. Selon une étude de l'Union internationale des télécommunications, "la radio est un moyen idéal pour promouvoir la participation et l'autonomisation des communautés locales dans les affaires publiques et la prise de décision"(UIT, 2019).⁹⁴

La radio joue un rôle crucial dans la communication de proximité en permettant la diffusion rapide et efficace d'informations locales à un large public, y compris les personnes ayant peu accès à l'information. Elle peut également contribuer à renforcer le sentiment de communauté et la participation des populations locales dans les affaires publiques.

5.3 Les stratégies de communication radio pour sensibiliser les routiers contre les accidents de circulation

Il existe plusieurs stratégies de communication radio pour la sensibiliser ses routiers contre les accidents de circulation.

Voici quelques exemples :

- Campagnes de sensibilisation à la sécurité routière

Les campagnes de sensibilisation sont l'un des moyens les plus efficaces de sensibiliser les conducteurs aux dangers de la route. Les messages radio peuvent être utilisés pour diffuser des messages de sécurité routière et inciter les conducteurs à respecter les règles de sécurité. Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), les campagnes de

⁹³ UNESCO. (2018). La radio de proximité. À l'adresse <https://fr.unesco.org/themes/communication-information/communication-information-rurale/la-radio-proximite> , p. 2. Consulté le 12/04/2023 à 11h16

⁹⁴ UIT. (2019). Radio et développement durable. À l'adresse https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/stg/D-STG-SG02.16.3-2019-PDF-FR.pdf , p. 2. Consulté le 12/04/2023 à 13h02.

sensibilisation à la sécurité routière peuvent réduire le nombre d'accidents de la route de 10 à 15 %.(Source : OMS, Global status report on road safety 2018).⁹⁵

- **Messages de sécurité routière en temps réel**

Les stations de radio peuvent diffuser des informations de sécurité routière en temps réel, avertissant les conducteurs des dangers immédiats sur la route, tels que les accidents, les travaux de construction, les conditions météorologiques dangereuses, etc. Ces messages peuvent aider les conducteurs à prendre des décisions éclairées en matière de conduite sécuritaire.⁹⁶

- **Programmes éducatifs**

Les stations de radio peuvent organiser des programmes éducatifs pour les conducteurs, en particulier les nouveaux conducteurs. Ces plans peuvent inclure des discussions sur les règles de sécurité routière, les habitudes de conduite sécuritaires, les pratiques d'entretien des véhicules, etc.⁹⁷

La radio se positionne comme un mode de communication privilégié et une plateforme efficace de sensibilisation. Elle offre une variété d'options pour atteindre un large public. La radio joue un rôle primordial dans la communication communautaire en diffusant rapidement des informations locales et en favorisant un sentiment d'appartenance à la communauté. En tant qu'outil facile à utiliser et convivial, la radio continue de jouer un rôle essentiel dans la communication et la sensibilisation.

⁹⁵ "Global status report on road safety 2018" de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), pp. 15-25.

⁹⁶ Rebecca Steinbach et al, 2015 "The effectiveness of mass media campaigns on road-safety awareness and behaviour: A systematic review of the literature". La revue Accident Analysis and Prevention. Par Elsevier aux États-Unis, pp. 125-143.

⁹⁷ Zeinab Fakhrzadeh et al 2020, "Educational and Behavioural Interventions for Safe Driving Practices among Young People: A Systematic Review and Meta-Analysis". La revue International Journal of Environmental Research and Public Health. Par MDPI, Suisse, pp. 1-16.

CADRE PRATIQUE

Cadre Pratique

Chapitre 6

Présentation des données

6.1 Présentation de la structure d'accueil

La radio Soummam est une radio régionale basée à la wilaya de Bejaïa, son siège social se situe sur le boulevard Krim Belkassem (Aamriw), elle émet une variété de programmes en langue amazigh qui couvrent des sujets tels que la culture, l'histoire, la musique, le sports et les événements locaux. Cette dernière a été créée en 1996 et depuis, elle est devenue l'une des stations radio les plus populaires de la région kabyle en général. Elle est écoutée par des milliers de personnes chaque jour, que ce soit par le biais de la diffusion FM ou en ligne via son site web officiel. Cette dernière est connue pour sa programmation diversifiée, qui comprend des émissions de débats, des programmes d'informations, des programmes culturels et artistiques, des émissions de sensibilisations, des émissions pour enfants, ainsi que des émissions de divertissement. Elle diffuse également une variété de musiques locales et internationales, avec une prédominance de la musique amazighe. Cette station radiophonique est comptée comme un excellent moyen pour les habitants de Bejaïa ainsi que toute la région kabyle de rester informés sur les événements locaux et de se connecter avec la communauté.

Parmi les émissions que la radio SOUMMAM diffuse, et qui représente le cas pratique de notre recherche, l'émission de sensibilisation « Laman Deg Bardan » qui traite tous les sujets liés à la sécurité et la prévention routière, au niveau de la wilaya de Bejaïa en Algérie, elle a été créée en 2002 par **Arezki SEDAUI** qui assure la production et l'animation de cette dernière jusqu'à ce jour, elle est diffusé tous les dimanches à 10h05 et dure 52 minutes, le bute principale de cette émission est de sensibiliser les auditeurs sur l'importance de la sécurité routière et à les informer sur les règles de conduite et les bonnes pratiques à adopter sur la route, elle se divise en deux parties, la première est consacré à informer les auditeurs sur les événements liés à la circulation avec la collaboration des acteurs locaux la deuxième partie est consacré à donner des conseils sur le bon comportement à adopter afin de prévenir contre les accidents de la circulation et à la discussion sur le thème d'actualité de la semaine, tout en permettant la participation des auditeurs à l'émission afin de créer un lien de proximité.

6.2 Fiches techniques des échantillons du contenu de l'émission "Laman deg bardan"

Dans le but de la réalisation de notre recherche sur la communication de proximité et la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation via les voix radiophonique de notre cas d'analyse l'émission « Laman Deg Bardan » de la radio SOUMMAM, et dans le cadre de l'analyse de contenus de l'émission, nous allons analyser le contenu d'un échantillon qui se compose de cinq épisodes de cette dernière qui sont comme suite :

Première échantillon de l'émission

Date de l'émission	12-02-2023.
Duré de l'émission	52 minutes (entre 10h05 et 11h).
Animateur producteur de l'émission	Arezki Sedaoui.
Thème de l'émission	Les pneus.
Invité de l'émission	L'officier de police monsieur Yacine Tahiyat, le conseiller de l'émission et le président de l'association "Tarik essalama" monsieur Zahir Zaidi, un spécialiste des pneus et vulcanisateur monsieur Ziani.
Feedback	L'appelle d'un vulcanisateur a la 31eme minutes, l'intervention d'un deuxième vulcanisateur a la 36eme minutes et 13 secondes.
Code	E1

Deuxième échantillon de l'émission

Date de l'émission	19-02-2023.
Duré de l'émission	52 minutes (entre 10h05 et 11h).
Animateur producteur de l'émission	Arezki Sedaoui
Thème de l'émission	Scanner automobile.
Invité de l'émission	Le colonel de la gendarmerie monsieur Mohamed Bentir, l'officier de police monsieur Yacine Tahiyat, un mécanicien automobile monsieur Karim Kezzouh, un ingénieur en électrotechnique monsieur Hakim Hessam.
Feedback	Un appel d'un conducteur d'engins et TS en informatique spécialité programmation a la 30eme minutes de l'émission, un autre appelle d'un citoyen a la 34eme minutes 30 secondes.
Code	E2

Troisième échantillon de l'émission

Date de l'émission	26-02-2023.
Duré de l'émission	52 minutes (entre 10h05 et 11h).
Animateur producteur de l'émission	Arezki Sedaoui.
Thème de l'émission	L'électronique automobile.
Invité de l'émission	Le colonel de la gendarmerie monsieur Mohamed Bentir, le conseiller de l'émission et président de l'association "tarik essalama" monsieur Zahir Zaydi, un ingénieur en électrotechnique monsieur Hakim Hessem.
Feedback	quatre interventions par message déclaré par Arezki sedaoui. Un appel d'un citoyen(406) a la 36eme minutes et 55 secondes de l'émission, une deuxième intervention d'un citoyen (307 HDI) a la 38eme minutes et 28 secondes, un troisième appelle d'un citoyen (stepway) a la 41eme minutes et 10 secondes, une dernière intervention d'un citoyen a la 45eme minutes de l'émission.
Code	E3

Quatrième échantillon de l'émission

Date de l'émission	05-03-2023.
Duré de l'émission	52 minutes (entre 10h05 et 11h).
Animateur producteur de l'émission	Arezki Sedaoui.
Thème de l'émission	Accidents de circulation, causes et préventions.
Invité de l'émission	Le colonel monsieur Mohamed Bentir, l'officier de police monsieur Yacine Tahiyat, Conseiller de l'émission et président de l'association "Tarik essalama" monsieur Zahir Zaidi, monsieur Moussaoui Mourad le représentant et chargé de communication d'algerie poste de la wilaya de Béjaïa.
Feedback	Aucune intervention des auditeurs.
Code	E4

Cinquième échantillon de l'émission

Date de l'émission	26-03-2023.
Durée de l'émission	52 minutes (entre 10h05 et 11h).
Animateur producteur de l'émission	Arezki Sedaoui.
Thème de l'émission	La conduite durant le mois sacré du ramadan.
Invité de l'émission	Le colonel de la gendarmerie monsieur Bentir Mohamed, le conseiller de l'émission et le président de l'association "Tarik essalama" monsieur Zahir Zaidi.
Feedback	L'appelle d'un conducteur de camion monsieur Makhoulouf a la 36eme minute et 43 second de l'émission, une deuxième intervention a la 41eme minute et 20 second de l'émission d'un citoyen de la commune de bejaia.
Code	E5

6.3 Analyse de contenu.

a- Grille d'analyse de contenu de l'émission radiophonique « Laman deg bardan »

Catégorie	Dimension/Unité	indicateurs	Questions
01- la communication et les liens de proximité	authenticité	Proximité	Dans quelle mesure le contenu de l'émission « Laman deg bardan », exprime la proximité ? Est-il adapté au contexte et aux préoccupations spécifiques des auditeurs ?
	authenticité	Attrait émotionnel	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », suscite-t-il des émotions chez les auditeurs ? Utilise-t-il des histoires personnelles ou d'autres éléments pour créer une connexion émotionnelle ?
02- La sensibilisation contre les accidents de	Pertinence et authenticité	Sensibilisation	Le contenu de l'émission « Laman

la circulation			deg bardan », vise-t-il à sensibiliser le publique contre les accidents de la circulation ? Met-il en évidence les enjeux et les conséquences liés à ce fléau ?
03- Les messages émis par l'émission	Pertinence pertinence	Persuasion Argumentation	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », utilise-t-il des techniques de persuasion pour influencer les attitudes ou les comportements des auditeurs ? Présente-t-il des arguments convainquants et des faits solides ? Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », propose-t-il une argumentation logique et bien structurée pour soutenir son message de prevention contre

			<p>les accidents de la circulation ?</p> <p>Utilise-t-il des exemples concrets ou des données statistiques pour renforcer ses arguments ?</p> <p>Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », présente-t-il des sources d'autorité ou d'expertise pour renforcer sa crédibilité ? Fait-il référence à des études, des recherches ou des témoignages de spécialistes ?</p>
	éthique	Autorité	
	éthique	Promouvoir un comportement	<p>Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », vise-t-il à encourager l'adoption du bon comportement ?</p>
04- L'informé et accompagné les auditeurs	Médiation	Information	<p>Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », fournit-il des informations pertinentes, précises</p>

	Authenticité	Accompagnement	et fiables ? Est-il basé sur des sources crédibles ? Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », propose-t-il des conseils, des ressources ou des étapes pratiques pour aider les auditeurs à faire face au problème lié la prévention routière ?
05- La participation des acteurs de l'émission et des auditeurs	Interactivité	Interactivité	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », encourage-t-il l'interaction des acteurs de l'émission et des auditeurs ?
06- Mobilisation et influence des auditeurs.	Authenticité	Mobilisation	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », encourage-t-il les auditeurs à s'engager pour prévenir contre les problèmes lié à la prévention routière ? Ou insiste t-il la

	Pertinence	influence	<p>participation des auditeurs a des mouvements ou événement ?</p> <p>Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », a-t-il le potentiel d'influencer les attitudes, les opinions ou les comportements des auditeurs ?</p>
07- Le changement et l'adoption d'un bon comportement relatif a la conduite	pertinence	Changement de comportement.	<p>Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », vise-t-il à provoquer un changement durable dans les comportements des routiers ? Propose-t-il des stratégies d'adoption et de maintien des bonnes pratiques derrière le volant ?</p>

b- Analyse quantitative

Dans cette section d'analyse du contenu, nous avons à notre disposition cinq épisodes de l'émission « Laman Deg Berdan » comme échantillon, que nous avons codé comme ceci : E1, E2, E3, E4, E5. Parmi une multitude d'indicateurs liés à notre travail de recherche, une attention particulière a été portée à l'identification et à l'analyse de indicateurs suivants : Proximité, Accident de circulation, Information, Persuasion, Influence, Sensibilisation, Autorité, Attrait émotionnel, Interactivité, Argumentation, Accompagnement, Mobilisation, Changement de comportement, Promouvoir un comportement.

Pour effectuer cette analyse de contenu manuelle et auditive, nous avons écouté chaque épisode attentivement afin de nous familiariser avec le contenu global et de comprendre le contexte dans lequel l'indicateurs choisis se manifestent. Nous avons identifié clairement et clarifié les indicateurs afin de comprendre leur aspect spécifique. Puis nous avons procédé à l'écoute pour compter les moments où les indicateurs choisis se manifestent en prenant des notes détaillées sur ces occurrences, notamment les détails pertinents tels que les mots les indique ou similaires, les phrases qui renvoient au même sens, les paroles similaires, les exemples concrets, les techniques utilisées, etc. Cette méthode d'analyse de contenu manuelle est subjective elle dépend de notre propre interprétation.

Tableau 01 : Analyse quantitative de l'indicateur : Proximité.

l'émission	Fréquence de l'Indicateurs: proximité.	Observation
E1	103	Dans cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont exprimé le mot « Proximité » seulement une seul fois, et la majorité de ce qui a été cité c'est les différents endroits et lieux ou se passent les accidents de circulations et les adverbes de lieux en communiquant en «trois langues, le Kabyle, le Français, l'Arabe, comme le chef-lieu de la willaya de Bejaia, Akbou, Tazmalt, Iheddaden, Ici, Là-bas, Ici-même, Là, Dedans, A côté, dagi, dihina, في, وين, ...
E2	68	Le mot « Proximité » n'a pas été mentionné par les acteurs de « Laman Deg Berdan » dans cet épisode, par contre ce qui a été dit et répété à de nombreuse fois c'est les endroits et les zones de proximité ou les accidents de circulation se sont déroulé (chef-lieu wilaya Bejaia, Bejaia ville, Tichi, El Kseur, Derguin, khalil amran...) et les adverbes de lieux en trois langues différentes, le Kabyle (dinna, anda, tama tayeffust, tama tazelmat...), le Français (Ici, Là, Là-bas...), l'Arabe(في, الجهة (اليسرى، مقابل).
E3	48	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » n'ont pas précisément dit le mot « Proximité » dans cet épisode en revanche ces acteurs ont répété à plusieurs reprises les noms des endroits et les places des déroulements des accidents de circulation (Tikejda, Bejaia...), et ils ont abondamment utilisés des adverbes de

		lieu en langues Kabyle (dinna, di tama...) , Français (Ici, Là-bas, Ici-même, Près, Loin, Ailleurs...) et Arabe(مكان، خلفه، أين كانت).
E4	67	La répétition des endroits a été accentuée par les acteurs de l'émission dans l'épisode pour porter l'attention des auditeurs sur les lieux où les accidents de circulation ont eu lieu (Bejaia, Ait Mansour, Boujlil, Souk Letnin, Akbou...), tandis que le mot « Proximité » n'a pas été expressément évoquée, mais remplacé par les adverbes de lieu exprimé en différentes langues, le Kabyle (Vurnay, dinna..), Français (Droite, Gauche, Extérieurs...), L'arabe (الإتجاه، الجهة، هنا...).
E5	101	En cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » n'ont pas mentionnés le mot « Proximité » toutefois, ils ont répété à de nombreuses fois les lieux et les zones où les accidents de la route ont eu lieu (Bejaia, Mellala, Sidi Aich, Oued Ghir, Amizour, El Keur, Rmila...), et ils ont également utilisé des adverbes de lieu en langue Kabyle (Dagi, Amkan nni, virage nni, deffiri, zdat...), en Français (gauche, Devant, Derrière, Loin, Près, Ici, Là...), et en Arabe (مكان، في).

Tableau 01 : Analyse quantitative de l'indicateur : Proximité.

Nous avons constaté la différence de fréquence dans les cinq épisodes est lié aux différences de nombres de fois où les lieux des accidents de circulation ont été mentionnés, comme nous avons compté dans l'épisode E1 la fréquence est d'environ 103, succéder par l'épisode E5 qui est de 101. Par contre dans nous avons enregistré moins de fréquence dans E2, E4, et la fréquence la plus minoritaire se trouve dans E3 qui est de 48. (Il est à prendre en considération que la fréquence est le nombre de l'indicateur et/ou un mot similaire a été prononcé par les acteurs de l'émission lors de chaque épisode.)

Tableau 02 : Analyse quantitative de l'indicateur : Information.

l'émission	Fréquence de l'indicateur : Information	Observation
E1	69	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan », diffusent dans cet épisode le nombre et les informations concernant les accidents de la circulation survenue durant la semaine précédentes, et les informations détaillées sur les pneus qui se trouvent être le thème de l'épisode, en utilisant trois langues (le kabyle, le français, l'arabe) afin de transmettre les informations, ou comme disent les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » en kabyle « Rraboulat n les accidents ntonobilat » et en arabe « حصيلة حوادث المرور »...
E2	64	Dans cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » transmettent aux auditeurs les toutes dernières informations les plus récentes à propos des accidents des routes sans dire le mot « information » à plusieurs reprise mais en annonçant directement les informations, et également des informations importantes liés au scanner automobile, en mettant en lumière son utilisation et son importance. En trois communiquant simultanément dans trois langues différentes, l'arabe (أدى إلى وفاة...), le kabyle et le français combiné dans une seule information (le scanner automobile c'est un appareil yettebronchi ghar tomobil, yettaked wachu la pane...).
E3	53	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » de partagent les dernières nouvelles et les statistiques relatives aux accidents de la circulation, et le bilan de la semaine comme à chaque début d'épisode. Ainsi que des informations sur les problèmes de l'électronique automobile, par la communication en trois langues kabyle (rraboulat nesmana ayi), arabe (الحصيلة الأسبوعية...), en français (l'ABS ne diminue pas la distance de freinage ...)

E4	43	En cet épisode les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » mettent les auditeurs au courant des faits récents concernant les accidents de routes en évoquant la gravité des accidents, les nombreuses causes et multiples conseils de prévention contre ses accidents de circulation. Sans oublier les informations ont été diffusées en trois langues différentes. Le kabyle (theggad yewwet n temzizelt...), le français (la conduite en état d'ivresse), en arabe (...النتيجة هي)
E5	40	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » diffuse aux auditeurs en parlant le kabyle, l'arabe et le français les actualités concernant le nombre important sur les accidents de circulation durant le mois sacré du Ramadan. Ainsi que des informations variante que ce soit par les acteurs de l'émission ou de la part des auditeurs intervenants par appel téléphonique.

Tableau 02 : Analyse quantitative de l'indicateur : Information.

D'après l'observation dans le tableau 03, nous avons constaté que l'indicateur «Information» présente une fréquence plus élevée dans l'épisode 1 (E1) atteignant 69, en raison de diffusion répétitive des informations. Le classement de fréquence succède par celle de l'épisode 2 (E2) qui s'élève à 64, à cause des nombreux moments où les acteurs de l'émission «Laman Deg Berdan » ont informé les auditeurs. De plus nous avons remarqué que le chiffre le plus bas est égal à 40 dans l'épisode 5 (E5).

Tableau 03 : Analyse quantitative de l'indicateur : Sensibilisation.

l'émission	Fréquence de l'indicateur : sensibilisation	Observation
E1	46	Le mot « sensibilisation » a été répété a de nombreuses reprises dans cet épisodes par les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » afin de faire part des dangers et de la gravité des accidents de la circulation. Des mots de la même fréquence ont été mis en œuvre de la phrase stabilisante pour susciter l'intérêt des auditeurs, les piétons et surtout les routiers afin qu'ils fassent attention au volant et de respecter le code de la route et de prendre en les mesures de sécurité. En sensibilisant par le biais de trois langues, le Kabyle (ilaq athadrem iman nwen...), le français (sensibilisation, sensibilisé...), et l'arabe (التحسيس...)
E2	41	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont mentionné mainte reprise le mot « Sensibilisation », ainsi que des mots et phrases de la même fréquence, pour parvenir faire comprendre l'ampleur des accidents de la circulation, en kabyle (adili rebbi dil εun imawlanis), en français (doit sensibiliser...), en arabe (حملات تحسيسية...)
E3	21	Le mot « sensibilisation » n'a été réitérée pour plusieurs reprises, mai des fréquences équivalente ont été mentionné par les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » pour sensibiliser et faire comprendre l'importance de la situation, etla importance de ne pas prendre cette sensibilisation à la Légère par le biais de trois langues, le kabyle et le français (ilaq ad seun le sens de responsabilité), en arabe (لا تؤدو بأنفسكم إلى التهلكة...)

E4	91	Les acteurs de l'émission « Lamen Deg Berdan » ont insisté sur le mot « Sensibilisation », ils l'ont même employée de nombreuses fois dans une seule phrase, et il y a des moments où ils l'ont dit successivement pour mettre en évidence les dangers et la gravité des accidents de circulation, ce qui montre le désespoir causée par le chiffre important des accidents de circulation, par le biais de trois langues. Le mot « sensibilisation » a été repete beaucoup plus en lanque arabe que le français et le kabyle (...التحسيس ثم التحسيس، حملات تحسيسية)
E5	54	Le mot « sensibilisation » a été utilisé successivement pour sensibiliser les conducteurs durant le mois sacré de Ramadan a limité la vitesse de conduite, et surtout de ne pas conduire en états de fatigue. Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont communiqué é par l'utilisation de trois langues (kabyle, français, arabe) durant le long de l'épisode.

Tableau 03 : Analyse quantitative de l'indicateur : Sensibilisation.

les données que nous avons collectées dans le tableau 05, montre que la fréquence de l'indicateur « sensibilisation » est généreusement et exceptionnellement utilisée par les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » dans l'épisode 4 (E4) qui représente une fréquence de 91, cet épisode a été réservé à la sensibilisation et les a conseiller les auditeurs et les conducteurs à adapté un comportement adéquat dans routes. Et que y'a moins de sensibilisation dans les deux épisodes E1 atteignant 46 et l'épisode E2 qui est le plus bas avec le chiffre de 41. La fréquence de l'indicateur « Sensibilisation » est basse dans les épisodes E1 et E2, car les acteurs de l'émission « Laman deg berdan » avait pour objet d'informer les auditeurs plutôt que de sensibilisé.

Tableau 04 : Analyse quantitative de l'indicateur : Accompagnement

l'émission	Indicateurs : accompagnement	Observation
E1	19	Tout au long de l'épisode, les acteurs de l'émission «Laman Deg Berdan» ont fréquemment mentionné des mots exprime le mot « accompagnement » surtout en arabe (نساعدوهم...).
E2	16	Les animateurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont abordé à plusieurs reprises la question de l'accompagnement des conducteurs et des victimes d'accidents de la circulation, soulignant les lacunes d'accompagnement et le besoins d'accompagnement.
E3	23	Dans cet épisode les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan », les acteurs ont mis en lumière à plusieurs reprises les problèmes entourant les conducteurs, ainsi que les compagnes de sensibilisation afin d'accompagner les victimes des accidents de circulation.
E4	21	Pendant les discussions de l'émission "Laman Deg Berdan", les acteurs ont attiré l'attention à plusieurs reprises sur l'aide et l'accompagnement des conducteurs ainsi que des victimes d'accidents de la route.
E5	12	Au fil de l'épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont présenté les compagnes de sensibilisation pour but d'accompagnement et de protections des conducteurs durant le mois sacré de ramadan.

Tableau 04 : Analyse quantitative de l'indicateur : Accompagnement

Tout au long des épisodes, nous avons constaté que les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan », ont pas beaucoup abordé l'indicateur « accompagnement ». Cependant ils ont attiré à plusieurs reprises l'attention sur l'importance de fournir une aide et un soutien appropriés aux conducteurs et aux victimes d'accidents, particulièrement dans l'épisode E3 ou la fréquence atteint 23. De plus nous avons remarqué que l'épisode E5 représente le moins d'accompagnement, avec un chiffre de seulement 12.

Tableau 05 : Analyse quantitative de l'indicateur : Mobilisation

l'émission	Fréquence de l'indicateur : mobilisation	Observation
E1	12	Au cours de leur intervention des acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » dans cet épisode, les experts de la sécurité routière ont employé le mot "mobilisation" et d'autres de la même fréquence, pour mettre en avant les campagnes de sensibilisation et de mobilisation qu'ils ont engagées. Et comme ils l'ont dit en arabe الحملات الردعية.
E2	13	Les responsables de la sécurité routière, présents dans l'émission « Laman Deg Berdan », ont évoqué le mot « mobilisation » pour illustrer les actions de sensibilisation et de mobilisation qu'ils ont entrepris.
E3	10	Dans l'épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » et spécialement de la sécurité routière ont utilisé le mot de « mobilisation » pour présenter les différentes campagnes de sensibilisation et de mobilisation qu'ils ont initiées.
E4	31	Les autorités de la sécurité routière, qui font partie des acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan », ont fait référence au mot « mobilisation » pour mettre en lumière les nombreuses campagnes des sensibilisations et d'engagement qu'ils ont lancées.
E5	24	Lors de l'épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont utilisé le mot « mobilisation » pour illustrer les efforts déployés à travers leurs multitude de campagnes de sensibilisation et de mobilisation. Exemple: الحملات الردعية، اتخاذ إجراءات...

Tableau 05 : Analyse quantitative de l'indicateur : Mobilisation

Comme nous avons pu comprendre dans les données collectées dans le tableau ci-dessus, la fréquence de l'indicateur « Mobilisation » est beaucoup plus importante dans l'épisode E4 qui est de 31, car les experts de la sécurité routière (la police, gendarmerie,

protection civil) qui font partie des acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont mis en avant leurs campagnes de sensibilisation et de mobilisation, et d'engagement en utilisant l'indicateur « mobilisation ». Ils ont aussi souligné l'importance de ces actions pour encourager la participation active et promouvoir des comportements responsables sur les routes. Contrairement à l'épisode E3 où la fréquence de l'indicateur « Mobilisation » est de 10, en raison de moins abordé le sujet de mobilisation.

Tableau 06 : Analyse quantitative de l'indicateur : Persuasion

l'émission	Fréquence de l'indicateur : persuasion	Observation
E1	34	Les animateurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont employé un langage persuasif afin d'encourager les auditeurs à adopter un comportement responsable au volant à plusieurs reprise.
E2	14	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont utilisé de nombreuses techniques de persuasion pour convaincre les conducteurs d'adopter une conduite responsable.
E3	21	Les animateurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont fait appel à de multiples arguments persuasifs pour inciter les auditeurs à adopter un bon comportement lorsqu'ils conduisent.
E4	31	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont saisi chaque opportunité, afin de placer des messages persuasives et a employé des tactiques de persuasion pour influencer positivement le comportement des auditeurs.
E5	17	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont utilisé un plusieurs exemples convaincant pour persuader les conducteurs d'adopter un bon comportement au volant, durant le mois sacré de Ramadan.

Tableau 06 : Analyse quantitative de l'indicateur : Persuasion

Les deux fréquences les plus élevés dans ce tableau sont 34 dans l'épisode E1, et 31 dans l'épisode E4. Les animateurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont quasiment en

aucun cas prononcé l'indicateur « persuasion », mais ils ont employé un langage persuasif par le biais de trois langues (arabe, français et le kabyle) afin de persuader les auditeurs à adopter un comportement responsable au volant. C'est ce qu'il nous a permis d'analyser la fréquence de cet indicateur « persuasion ».

Ainsi que la fréquence la plus basse est de 14 dans l'épisode E2, en raison de moins abordé le sujet de la persuasion.

Tableau 07 : Analyse quantitative de l'indicateur : Argumentation.

l'émission	Fréquence de l'indicateur : Argumentation	Observation
E1	29	Au cours de cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont abordé à plusieurs reprises le comportement des conducteurs et leur conduite, mettant en évidence les multiples problèmes et les accidents de circulation qui en résultent. Nous avons mesuré la fréquence du mot « argumentation » par les moments où les adverbes d'argumentations été dit en trois langues différent, kabyle et français (akhatar ighseb, il n'a pas limité sa vitesse...), et en Arabe (بسبب عدم تخفيض السرعة...).
E2	77	Tout au long de l'épisode les animateurs de l'émission « Laman Deg Berdan », ont régulièrement discuté et argumenté sur le comportement des conducteurs et de l'impact de leur conduite, en trois langue, le kabyle (yerna u yelsara le casque...), le français (c'est pour ça qu'on dit toujours...), et l'arabe (...السبب يعود لعدم أخذ إجراءات)
E3	43	En cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont consacré plusieurs segments à discuter du comportement des automobilistes et de la d'argumenté sur la façon dont ils conduisent, par le biais des langues : arabe, français, kabyle. Exemple: Donc bacha ad fehmen المواطنين...

E4	51	Pendant cet épisode, les acteurs de « Laman Deg Berdan » ont abordé à plusieurs reprises la question du comportement des conducteurs et de la manière dont ils se comportent au volant, en parlant trois langues : arabe, français, kabyle... Mais l’adverbe d’argumentation le plus répété est : donc
E5	46	Au fil de épisodes, les acteurs de l’émission « Laman Deg Berdan », ont fréquemment traité et argumenté sur le comportement des routier durant le mois sacré du Ramadan. Cette argumentation c’est fait par des adverbes d’ardumentations en trois langues, le kabyle (zemragh adinigh belli...), le francais (donc, c’est-à-dire...) l’arabe (إلا أن، نظرا ج...).

Tableau 07 : Analyse quantitative de l’indicateur : Argumentation.

D’après le tableau si dessus, la fréquence de l’indicateur « argumentation » est supérieure dans l’épisode E2, elle est de 77, cet épisode offre plus d’opportunité aux acteurs de l’émission « Laman deg berdan » d’argument é sur le comportement des routiers.

La fréquence de l’indicateur « argumentation » est inferieur dans l’épisode E1, elle est de 29. Les acteurs de l’émission « Laman Deg Berdan » ont moins argumenté sur le comportement des conducteurs et des problèmes de sécurité routière qui en résultent.

Tableau 08 : Analyse quantitative de l’indicateur : Autorité.

l’émission	Indicateurs : autorité	Observation
E1	18	Les acteurs de l’émission « Laman Deg Berdan" » ont adopté une approche autoritaire pour exprimer 18 fois clairement leur point devue ou pour donner un conseil pertinent.
E2	24	Les acteurs de l’émission "Laman Deg Berdan" ont opté pour un ton autoritaire afin de communiquer de manière assertive et d’exprimer leur mécontentement à propos du comportement de certains routiers a plusieurs reprise.

E3	30	Les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont employé considérablement une voix d'autorité pour faire passer leur message et faire comprendre leur perspective.
E4	32	Dans cet épisode les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont utilisé a de nombreuse reprise un ton autoritaire pour faire valoir leur point de vue de manière convaincante.
E5	23	En se servant d'une approche autoritaire, les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont cherché à imposer a chaque occasion qui se représente un changement de comportement avec force et conviction.

Tableau 08 : Analyse quantitative de l'indicateur : Autorité.

Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont adopté une approche assertive visant à exprimer clairement leurs opinions et à prodiguer des conseils.

Ils ont utilisé un langage autoritaire que nous avons pu compter et nous avons trouvé qu'elle est plus importante dans l'épisode E4, la fréquence de l'indicateurs « autorité » est de 32 fois, dans cet épisode les acteurs de l'émission « Laman deg berdan » se sont appuyé plus sur l'approche autoritaire par rapport aux autres épisodes. Et la fréquence de l'indicateur autorité se trouve être moins importante dans l'épisode E1, elle est de 18, en raison de moins s'appuyé sur l'approche autoritaire.

Il est important de noté que les acteurs de l'émission « Laman deg berdan » n'ont cité en aucun cas le mot « autorité ».

Tableau 09 : Analyse quantitative de l'indicateur : Attrait émotionnel.

l'émission	Fréquence de l'indicateur : Attrait émotionnel	Observation
E1	24	L'attrait émotionnel a été compté dans cette épisode en raison de la manière dont les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » se sont exprimés et ont utilisés un ton de manière remarquable. Quand un des acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » a été triste essayant de sensibiliser les auditeurs en

		disant en kabyle et en français : Meskin d amechtuh, c'est un enfant, ur yessin ara le danger...
E2	57	Ce qui a été remarqué en analysant la fréquence de l'indicateur « Attrait émotionnel », est les façons dont les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont exprimés leurs émotions comme lorsque la mort d'un jeune de 22 ans été annoncé, ce qui à provoquer un attrait émotionnel significatif.
E3	25	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont suscité un attrait émotionnel quantifiable lorsqu'ils ont communiqué des nouvelles tristes, manifestant leurs tristesse à travers leurs voix. De même, lorsque des nouvelle positives ont été annoncées, il a été possible de percevoir une certaines joie émanant de leurs communication.
E4	30	Les sentiments que les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » manifestent pendant cet épisode, lors de la diffusion, génère un attrait émotionnel. Que ce soit par le biais de leurs moments de rire entre eux ou lors de l'annonce de nouvelles malheureuses, leur impact émotionnel est perceptible et mesurable.
E5	24	Nous avons observé une argumentation significative de la fréquence de l'indicateur « attrait émotionnel » dans cet épisode de l'émission « Laman Deg Berdan », particulièrement lorsque les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » exprime leur mécontentement en donnant conseils fortement dissuasifs à l'encontre des conducteurs durant le mois sacré de Ramadan.

Tableau 09 : Analyse quantitative de l'indicateur : Attrait émotionnel.

En analysant les données collectées dans le tableau 04, nous avons observé que l'épisode 2 (E2) représente le taux le plus élevé de fréquence de l'indicateur attrais « émotionnelle », atteignant 57, ce qui correspond à une plus grande expression émotionnelle dans cet épisode par les acteurs de l'émission « Laman deg berdan ». En revanche, les épisodes E1 et E5 ont enregistré de fréquence plus basse de l'indicateur « attrait

émotionnelle » avec un chiffre de 24, cet épisode était plus informative qu’ « attrait émotionnel ».

Tableau 10 : analyse quantitative de l’indicateur : Influence.

l’émission	Fréquence de l’indicateur : Influence	Observation
E1	42	Sans utilisée directement le mot « influence», les acteurs de l’émission « Laman Deg Berdan » ont eu recours à des phrases et des mots similaires, dans le but d’inciter les auditeurs à adopter des comportements responsable et à modifier leurs habitudes au volant. Par exemple : ne prend pas le volant en état d’ivresse.
E2	17	En utilisant des formulations subtiles, les acteurs de l’émission « Laman Deg Berdan » ont incité les auditeurs à adopter un comportement responsable et à transformer leurs habitudes dans chaque timing qui se représente, tout en évitant de mentionner explicitement le mot « influence ».
E3	24	Par le biais de phrases et de mots choisis avec soin, les acteurs de l’émission « Laman Deg Berdan » souhaitent inspirer les auditeurs à adopter des attitudes responsable, et à modifier leurs habitudes de conduite de manière consciente, sans faire référence directe à l’idée d’influence, en prenant exemple des accidents de la circulation déjà arrivé et le bon comportement a adopté.
E4	27	À travers des formulations habiles des phrases et des mots, les acteurs de l’émission « Laman Deg Berdan » encourage les auditeurs à prendre des décisions responsables et à opérer des changements dans leurs habitudes dans les routes, sans utiliser directement le mot "influence".

E5	35	En employant des tournures et des expressions similaires, les acteurs de l'émission «Laman Deg Berdan » cherche à encourager les auditeurs à embrasser un comportement responsable sur les voies routières et à apporter des changements dans leurs habitudes, sans recourir directement au mot "influence". Comme conseiller les conducteurs de d'arrêter de conduire quand ils sont fatiguer dans ce mois de Ramadan, et de limité leurs vitesse de conduite.
----	----	---

Tableau 10 : analyse quantitative de l'indicateur : Influence.

Les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont habilement utilisé des formulations subtiles pour influencer les auditeurs à adopter un comportement responsable et à modifier leurs habitudes au volant, sans faire explicitement référence au mot « influence ». Les phrases et les mots choisis avec soin visent à inspirer les auditeurs à prendre des décisions responsables et à opérer des changements conscients dans leurs habitudes de conduite.

Cependant l'épisode où le taux de fréquence de l'indicateur « influence » est plus élevé est dans l'épisode 5 (E5) qui est de 35, car dans cet épisode le thème discuté et la conduite durant le mois sacré de Ramadan, donc les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » essayait d'influencer plus les conducteurs. Et le nombre de fréquence est bas dans l'épisode 2 (E2), nous avons quantifié 17 dans cet épisode (E2), les acteurs de l'émission « Laman deg berdan » informe les auditeurs sur le scanner automobile plutôt que d'influence les influencé.

Tableau 11 : Analyse quantitative de l'indicateur : Interactivité.

l'émission	Fréquence de l'indicateur : interactivité	Observation
E1	96	L'interaction se fait entre les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » et les 2 vulcanisateurs qui conseillent et informent sur les différents types de peux et de comment les choisir.

E2	78	L'interaction ce fait en bonne humeur entre les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » et un conducteurs d'engin et TS, et un citoyen, qui ont appelé pour donner leur avis et informes le publique sur les prix et de comment faire un scanner automobile.
E3	73	Il y a une interaction entre les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » et les 4 citoyens auditeurs qui appellent pour obtenir des informations et de l'aide concernant leurs véhicules, et aussi pour répondre à des questions et donner des conseils pour les autres auditeurs.
E4	00	Dans cet épisode aucune interaction avec le publique n'est entamé.
E5	45	Pendant cet épisode du mois sacré de Ramadan, y a plusieurs interactions entre les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" et deux auditeurs (un conducteur d'un camion et un citoyen de la ville de Bejaia) pour donner des conseils et d'autres pour exprimer leur mécontentement face au comportement de certains conducteurs sur la route.

Tableau 11 : Analyse quantitative de l'indicateur : Interactivité.

Nous avons procéder à cette analyse de la fréquence de l'indicateur « interactivité » par le mesure du feedback entre les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » et les auditeurs qui ont passé des appels téléphoniques et ceux qui ont envoyé des messages. Le résultat de cette mesure montre que l'épisode ou il y a plus d'interaction c'est dans l'épisode E1 qui s'élève au chiffre de 96, les auditeurs ont pris plus de temps pour s'exprimé par rapport aux autres épisodes. Par contre dans l'épisode E2 étant donné que y a quasiment aucune interaction avec les auditeurs.

Tableau 12 : Analyse quantitative de l'indicateur : Promouvoir un comportement.

l'émission	Indicateurs : promouvoir un comportement	Observation
E1	29	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont constamment encouragé des changements de comportement à chaque opportunité qui se présentait. Exemple : il faut limiter la vitesse.
E2	22	Chaque occasion qui se présentait, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont répétitivement la promotion de changements de comportement. Exemple : il fait porter un casque
E3	23	Les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont systématiquement encouragé des modifications de comportement chaque fois qu'ils en avaient l'occasion. Exemple : si le chauffeur de bus adopte un comportement nuisible aux passagers, il faut le lui dire ou d'appeler le 1055.
E4	11	Dans cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont partiellement incité à des changements de comportement.
E5	25	À tout moment de l'épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont majoritairement opté pour la promotion de changements de comportement.

Tableau 12 : Analyse quantitative de l'indicateur : Promouvoir un comportement.

Les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont continuellement promu des changements de comportement à chaque opportunité qui se présentait dans la totalité des épisodes (E1, E2, E3, E4, E5). Les acteurs de l'émission «Laman Deg Berdan » ont promu activement ces changements de comportement. Ils ont systématiquement incité à des modifications de comportement lorsqu'ils en avaient l'occasion.

Dans toutes les circonstances, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan» ont milité en faveur de ces changements de comportement 29 fois dans l'épisode E1, qui est due au résultat des interactions, que ce soit entre les acteurs de l'émission « Laman deg berdan »

et les auditeurs, ou entre eu même. Et 11 fois dans l'épisode E4 étant donné qu'aucune traction avec les auditeurs n'a été entamé. En sachant que l'indicateur « promouvoir un comportement » n'a été prononcé en aucun cas.

Tableau 13 : Analyse quantitative de l'indicateur : Changement de comportement.

l'émission	Indicateurs : changement de comportement	Observation
E1	25	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont utilisé plusieurs fois le mot et les fréquences de l'indicateur de « changement de comportement » pour illustrer la nécessité d'adopter une conduite responsable sur les voies routières.
E2	7	Dans le cadre, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont à peine fait référence au mot « changement de comportement » car mettre en évidence l'importance de pratiquer une conduite exemplaire sur les routes était plus importante.
E3	9	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont utilisé des mots de la même fréquence que le mot « changement de comportement » pour mettre en avant l'importance d'adopter une conduite responsable sur les voies de circulation.
E4	11	Dans cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » utilisé des expressions multiples relatifs au mot « changement de comportement » pour nous informer sur les changements de comportements réalisé.
E5	5	Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont légèrement utilisé le mot « changement de comportement », car dans cet épisode la promotion de changement de comportement était dominante.

Tableau 13 : Analyse quantitative de l'indicateur : Changement de comportement.

Dans ces 5 épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » n'ont pas trop mis en avant l'indicateur « changement de comportement » puisqu'ils annonçaient seulement

les bonne conduite et comportement entrepris par les auditeurs, et ils se concentraient beaucoup plus sur la sensibilisation et la promotion d'un bon comportement.

Les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont souligné l'importance de pratiquer une conduite exemplaire 25 fois dans l'épisode E1, et se chiffre a connu une diminution jusqu'au chiffre 5 dans l'épisode E5.

Tableau 14 : Analyse quantitative de l'indicateur : accident de circulation.

l'émission	Fréquence de l'indicateur : Accident de circulation.	Observation
E1	55	Le mot « Accident » domine un peu la première partie de cet épisode, il a été réitéré plusieurs fois par les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan », pour souligner l'importance des accidents de circulation, et en employant les mots de la même famille en utilisant trois langues différentes qui sont le Kabyle (Ihekmit, Ilehqed fellas boutonobil, Itizedhen...) le Français (blessés, percussions automobile, Collision, renverser un piéton), et l'Arabe (دهس راجلة، اصطدام السيارة، حوادث مرور).
E2	67	Dans cette épisode de l'émission « Laman Deg Berdan » le mot « Accident » a été mentionner plusieurs reprises par les acteurs de celle-ci afin d'illustrer l'ampleur des accidents de circulation, et ils ont utilisé un lagunage du même l'lexique toujours en communiquant en trois langues différentes, le Kabyle (iruhaskamyun ar tama tayeffust, teneqlab yessen la moto, Mettardaquen d ukamyun...) , le Français (percuter, renverser, blessés, pane automobile...) et l'Arabe (حوادث مرور مميتة، اصطدام، حادث) (ارتكاب جريمة قتل بالسيارة الشاحنة).
E3	61	A maintes reprises, le mot « accident » a été accentué par les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » dans cet épisode pour démontré la gravité de cesaccident de circulations, en employant des mots de fréquence similaire, en parlant en trois langues le Kabyle (del kar nni ig-nneqlaben, yecced, yekcem...), en Français (un accident, des accidents...), et en Arabe (الحادث، ليصطدم بها، فقد)

		...السيطرة عليها).
E4	32	Dans cet épisode, les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont moins utilisé le mot « Accident » en comparaison avec les autres épisodes, car y a eu moins d'accident par rapport à d'autres semaines, les acteurs de cette émission communiquent toujours en trois langues, le Kabyle (ixbet, ihkem...), en Français (accident, les accidents...), et en Arabe (حوادث، حادث، حادثين)
E5	102	Dans cet épisode les acteurs de l'émission «Laman Deg Berdan» ont fréquemment répété du mot « accident » pour mettre l'accent sur la gravité de ses accidents de circulation qui sont d'un taux élevés, due à la conduite durant les quatre premiers jours du mois sacré du Ramadan, en utilisant des mots de fréquence équivalente, par l'utilisation de trois langues, le Kabyle (yekcem sges, yewta winna yellan ghar zdat...), en Français (accident, accident mortel, freiné subitement ce qui a causé la collision avec véhicule qui se trouvait derrière...), en Arabe (...حوادث المرور، حوادث جسمانية، حوادث مميتة).

Tableau 14 : Analyse quantitative de l'indicateur : accident de circulation.

D'après les données rassemblées dans le tableau, la fréquence de l'indicateur « Accident » est largement répétée dans l'épisode E5, elle a atteint 102, car dans cet épisode les acteurs de l'émission « Laman Deg Berdan » ont eu un débat sur le thème de la conduite durant le mois sacré du Ramadan, spécialement les quatre premiers jours où de nombreux accidents ont eu lieu. En revanche, dans l'épisode E4 de l'émission « Laman Deg Berdan », il y a eu le moins de répétition dans la fréquence de l'indicateur « Accident » (32 fois) par rapport aux autres épisodes en raison de débattre le sujet du comportement que doivent adapter les chauffeurs du bus.

c- Analyse qualitative

Dans cette analyse nous allons analyser la présence de nos indicateurs pratiques de la recherche à travers l'analyse de contenu des 5 épisodes de l'échantillon de l'émission « Laman deg bardan » qu'on a recueilli durant notre période de stage au sein de la radio SOUMMAM afin de démontrer la qualité du contenu de cette l'émission

Analyse qualitative de l'indicateur « proximité »

Cet indicateur a belle et bien été constaté dans l'ensemble des épisodes de cet échantillon aléatoire de l'émission, il ressort à travers les déclarations des acteurs de l'émission ainsi que celle des auditeurs et l'utilisation de mots et des expressions relatifs à la proximité comme : ici, là, à Béjaïa, au milieu, ou on est, en face de la CNAS, etc. Ce dernier a été exprimé à travers la langue utilisée par les acteurs de l'émission (kabyles, arabe, et français) avec une prédominance de la langue natale de la wilaya de Béjaïa qui est le kabyle

Il reste à signaler que c'est indicateur ressort à chaque fois qu'un des acteurs de l'émission relate l'effet d'un événement lié à la prévention routière et à l'endroit où il se déroule

E1 : akbou, rue des Aures, ihaddaden, agglomération, centre ville, etc.

E2 : capritour, tochi, el kseur, amizour, les 600 logements, RN9, etc.

E3 : taghzout, bouira, tikejda, ain skhoun, porte sarasine, hôpital khilil amran, etc.

E4 : tizi ouzou, ichaladen, la pénétrante de Béjaïa, boujelil, ait mansour, etc.

E5 : RN9, RN12, RN16, RN26, mellala, remila, entre sidi aiche et oued ghir, etc.

L'analyse qualitative de l'indicateur "informations"

L'analyse du contenu de l'échantillon de l'émission nous a permis de constater "informations" ce réfère aux informations que les acteurs de cette dernière fournissent aux auditeurs et qui ce resume généralement a un bilan hebdomadaire sur les accidents de la circulation au niveau de la wilaya de Béjaïa et des informations bénéfiques sur le thème d'actualité de la semaine. Voici quelques exemples du contenu des épisodes de l'échantillon

E1 : Arezki sedaoui l'animateur producteur de l'émission introduit le thème d'actualité de la semaine "les pneus" en langue kabyle et déclare les questions les plus pertinentes de ce

dernier [1:33] “c’est quoi un pneu, comment choisir les pneus, quand changer ses pneus, et comment précéder à la vérification”.

[3:33] L’officier de police Yacine tahiyat en utilisant la langue arabe, informe les auditeurs sur le bilan et les détails des accidents de la circulation de la semaine enregistrer par les services de police de la wilaya de Béjaïa du 05 au 12-02-2023, “ les service de police de la wilaya de Béjaïa on enregistré 3 accident corporel” , “ la cause des accidents c’est l’excès de vitesse dans une zone urbaine”[4:35] , “ on a trois accidents liés aux piétons”[4:58].

[36:14], l’intervention du deuxième auditeur qui s’exprime en kabyle afin de signaler un point essentiel au traitement du thème d’actualité “ tout est écrit sur le catalogue, il faut juste consulter et respecter le catalogue”

E2: [2:35] le colonel de la gendarmerie Mohamed bentir en utilisant l’arabe courant en Algérie, pour informe les auditeurs sur le bilan et les détails des accidents de la circulation enregistrée par le service de la gendarmerie nationale de la wilaya de Béjaïa du 5 au 19 février 2023 “ on a enregistré beaucoup d’accident durant c’est 15 jours, on a 12 accidents qui ont engendrer 2mots et 15 blessés” et rajoute que “ le chauffeur du H100 a commis le délit du crime involontaire a cause de l’excès de vitesse du chauffeur”

[8:55], L’officier de police yacine tahiyat informe les auditeurs sur les accidents de circulation enregistrer par le service de la police de la wilaya de Béjaïa, en utilisant larabe comme langage d’expression en insistant sur l’accident enregistré par le service de police du 3eme arrondissement le 16-02-2023 a 2h30 du matin “ le service de police du 3eme arrondissement a enregistré un accident de la corculation mortel entre une moto et un camion au niveau du rend point des 600 logements qui a engendré la mort du motocycliste apres avoir ete évacuer a l’hospital de khlil amran a 3h15 du matin”.

[18:58], L’invité du thème mr hakim hassam informe les aiditeur sur l’utilité et l’émergence du scanner automobiles et sans arrivé en Algérie “il a fais son apparition en Europe en 1989 et nous lavant connu en Algérie entre 1994 et 1995” en utilisant la langue kabyle.

[22:09], Le 2eme invité du thème mr karim kazouh explique lui aussi le role du scanner automobile et declare “ le scanner automobile nous orrientes vers la panne”.

E3: le colenel Mohamed bentir representent et chargé de communication des services de la gendarmerie de la wilaya de bejaia relate les fait du pire accidents de la circulation qui a été enregistrée le 22-02-2023 a 8h du matin sur la route non clarifier qui relie la ville de Béjaïa a

ain skhoun en disant “que le pire accident qui a été enregistré cette semaine concerne l'accident de bus enregistrés le 22-02-2023a 8h du matin”.

[6:56], arezki sedaoui signale que les themoignage des passagers du bus qui a eu un accident en descendant de tikjda, bouira, declare le chauffeur du bus comme seul fautif de cette accidents, et que les passagers on essayaient d'intervenir pour prevenir de l'accident mais sans aucun résultat, il déclare en utilisant des termes d'arabe courant en Algérie “qu'ils attendaient d'arrivé au barrage en bas pour le déclarer”

[13:49] le colonel de la gendarmerie mohamed bentir, annace les principale cause des accidents de la circulation de la semaine en utilisant l'arabe “ l'excès de vitesse dans les virages et les descentes, le non respect de la distance de sécurité, changement de direction sans signalisation”

E4 : [2:10], le colonel de la gendarmerie mogemed bentir informe les auditeurs sur l'état des routes pendant cette periode d'orage et déclare que “toutes les route de la wilaya de bejaia sont ouvertes et la circulation est bonne et continu de roulé” il rajoute aussi que “ c'est vrai qu'il ya eut fermeture au niveau d'ichaladen mais ça été juste pour de courts termes”

[9:24], l'officier de police yacine tahiyatdeclare le bilan de la semaine enregistrée par le service de police de la wilya de Béjaïa dans la periode du 26 au 05-03-2023 que “ c'est deux accident corporel”, “ que le premier c'est déroulé au niveau de la ville de souk el tenin le 24-02-2023” et relate tout les détails de ces accidents.

[14:50], le colonel bentir explique au auditeurs le fonctionnement de l'appareil de mesure de l'alcool au niveau de l'air (l'alcootest), et la procedure judiciaire engendrer en cas de dépassement du degré permis qui est egale a 0,20g “si le taux d'alcoolémie depasse 0,20g, nous passerons au prelevement sanguin afin de definir le taux exacte d'alcoolémie et de présenté le conducteur en état d'ivresse devant les tribunaux” en utilisant la langue arabe et quelques terme en français.

E5 : [4:55], le colenel de la gendarmerie déclare le bilan des accidents de la circulation enregistré sous la juridiction des services de la gendarmerie de la wilaya de Béjaïa entre le 19 et le 26 mars 2023, “on a enregistré 5 accidents, 3 corporels, et 2 mortels” et que les routes sur lesquelles les accidents ce son déroulé son “RN9, RN12, RN26” en utilisant la langue arabe courant en Algérie.

Arezki sedaoui relate les fais du jour ou le 2eme accident mortel c'est déroulé et declare “ on

nous a appelé pour nous signaler un accident corporel d'un camion au niveau de la penetrante de Béjaïa, un moment plus tard vous nous avait appelé afin de nous annoncer un accident mortel qui a engendré la mort d'un enfant de 6ans", en utilisant la langue kabyle

[20:54], mr zahir zaidi informe nos auditeurs sur les signes de fatigue qu'un chauffeur peut ressentir en conduisant "démangeaison des yeux, mal au bas du crâne et au niveau du coup, se sentir mal dans son siège" en utilisant les termes kabyle pour s'exprimer.

L'analyse qualitative de l'indicateur "sensibilisation"

A travers l'analyse qualitative du contenu de l'émission "Laman deg bardan" qu'on a réalisé, l'indicateur "sensibilisation" est déjà exprimé en langue kabyle par la définition que Arezki sadaoui annonce à chaque début des épisodes de l'émission ce qui a été constaté sur l'ensemble de l'échantillon qui se résume à "une émission de sensibilisation qui traite tous les sujets liés à la prévention routière ou on donne des conseils de sensibilisation aux auditeurs sur les bonnes pratiques à entreprendre sur les routes et qui revient chaque semaine le dimanche entre 10 et 11h", on retrouve cet indicateur exprimé à travers plusieurs propos déclarés par les acteurs de l'émission qui font référence à la sensibilisation pour l'adoption d'un bon comportement sur les routes, Voici un exemple issu du contenu de l'échantillon.

E1: [5:30], l'intervention de mr zaidi un des invités permanents de l'émission "laman deg bardan" et président de l'association "tarik essalama" dans le but de sensibiliser les auditeurs sur l'utilité d'adapter sa vitesse " parce que il n'a pas adapté sa vitesse"

[5:52], Arezki sadaoui informe les auditeurs sur la gravité du fait que les accidents liés au piéton sont excessifs durant cette période afin de les sensibiliser, et déclare " chaden l'accident lié au piéton d'agi di bgayeth" en kabyle.

[3:38], la déclaration de l'officier de police Yacine tahiyat "un accident reste un accident même s'il n'engendre pas la mort mais il peut être à l'origine d'une paralysie permanente" dans le but de sensibiliser les auditeurs contre les accidents de la circulation.

[20:20], l'appel de l'officier de police Yacine tahiyat pour la prise en considération des conseils donnés dans l'émission dans le but de la sensibilisation des auditeurs sur l'usage du téléphone derrière le volant en utilisant l'arabe courant en Algérie " j'espère que les auditeurs sont nombreux à écouter ce point et que l'utilisation manuelle seulement représente une affectation"

[26:12], l'invité du thème mr ziani en utilisant le kabyle, sensibilise l'ensemble des auditeurs

sur des mauvaise pratique adopter par des jeunes qu'il rencontre durant son quotidien au travail et déclare " on change pas la dimension de ça roue a peut près sans pensé a la sécurité et la stabilité du véhicule il ya des norme a respecter"

E2:[10:20] la déclaration directe de l'officier yacine tahiyat sur les intentions des force de police et des services de la gendarmerie, a sensibilisé et a accompagné les citoyens " el ijraat lati takom biha rijal el chorta wa zomalaouna fi edark el watani ana wa hiya etahssis wa etawiya" ce qui signifie "les procédures mise en place pare les agent de police et leurs collègues de la gendarmerie qui ce resume a la sensibilisation et l'accompagnement", des propos qui ont été appelés par Monsieur arezki sedaoui qui repond par " hada wach rana ndirou" qui signifie « c'est ce qu'on est en train de faire ».

[11:25], arezki sadaoui décrit lage du defin de l'accident de moto comme étant la fleur de l'âge et joue avec ça voix afin de sensibiliser les auditeurs à travers leurs côté émotionnel, qui s'exprime en langue kabyle "atrabit toufan ami yawtak a la fleur de l'âge wakiroh" qui signifie "tu élève un petit enfant jusqu'à cu quil artive a la fleur de lage et tu le perds".

[11:48], l'appel d'Arezki sedaoui aux parents afin de prevenir et sensibilisé leur enfants sur les mauvaises pratiques à entreprendre sur les route " anhouth darianwen gkham, awnemagh" qui signifie en français " sensibilisé vos enfants a la maison, aidez nous".

E3 : [14:14] le colonel de la gendarmerie mohamed bentir ouvre une parenthèse a part en langue arrabe afin de sensibiliser les auditeurs sur les incidents qui ce deroule au niveau du tunnel de kharata "les statistiques des montres que la majorité des personnes pratiquent des manœuvres dangereuses au niveau du tunnel de kharata" et continu avec de bonne pratique a entreprendre afin de prevenir des accidents de la circulation.

[15:49] le colonel Mohamed bentir declare que des compagnes de sensibilisation concernant les motos sont mises en place par les acteurs locaux "hamalat tahsissiya"

[46:58], l'invité du thème mr hakim donne un dernier conseil afin de sensibiliser les auditeurs sur le bon comportement à adopter en cas de panne " en qu'a de pane, veiller faire un scanner avnec de touché a quoi que ce sois sur votre voiture".

E4:[4:38] la declaration de Monsieur arezki sedaoui sur le bon comportementdes citoyens constaté durant cette période d'orage "on peut dire que les gens prennent plus de précaution et sont mieux sensibilisé" en utilisant la langue arabe afin de facilité la compréhension du colonel Mohamed bentir.

[4:56], colonel de la gendarmerie déclare que toute les perspectives de sensibilisation jouent un role crucial dans la reussite de cette dernière, “ nas ray telab dawr kbir, wassail el ilam ray talab dawr kbir, jamiyat ray talab dawr kbir, el wahadat el montachira ray talab dawr kbir fi hadihi etawiya”.

[11:32] l’officier de police Yacine tahiya informe les auditeurs sur la campagne de sensibilisation mené par les acteurs locaux afin de metre fin a la conduite de moto sans équipements, “rana fi hamla tahsissiya radiya moutawassila” en arabe et qui signifie “on est dans un despositif de sensibilisation et de mobilisation”.

E5: [2:00], arezki sedaoui sensibilise les auditeur pour l’adoption d’un bon comportement durant le moi sacré du ramadan, en kabyle “roh atzalet,atzoumet,atsadkat” qui signifie “va prié, faire le jeûne, donné de la charité”.

[21:54], mr zahir zaidi explique le syndrome du nid afin de sensibiliser les auditeurs sur la conduite au moment de fatigue, “ on appelle ça en français le syndrome du nid, le chauffeur ne peut pas se reposé si il n’est pas arrivé chez lui”, et rajoute “il faut bien se ranger sur le bord de la route pour pas être à l’origine d’un accident et de se reposer en moins 5 minutes”.

[29:04] le conseille de sensibilisation que mr zaidi offre aux auditeurs c’est de roulé doucement mais surment, “ je prefere perdre une minute de ma vie que de perdre ma vie en une minute”, “Imaghreb issawat, laicha tsawat, meme lafjar isawat vait mieux roulez doucement” en kabyle qui signifie “ au moment du maghreb tu arriveras, au momoent del icha tu arriveras, et même au moment del fajr tu arriveras, roulez doucement”.

L’analyse qualitative de l’indicateur “accompagnement”

Durant notre analyse qualitative du contenu de l’émission “laman deg bardan”, l’indicateur “accompagnement” a clairement été exprimer dans l’ensemble des épisodes de notre échantillon par les nombreux conseils et exeplication que les acteurs de l’émission fournissent aux auditeurs, leur implication sur les procupation des auditeurs ainsi qu’à travers les informations issues du traitement du thème d’actualité de la semaine. Voici quelques exemples de la presance de cet indicateur.

E1 : [39:38], l’intervention de l’invité du thème mr ziani et l’intervenant numero 2 mr sliman pour mettre l’accent sur les défaillances du matériel utilisé par de nombreux confrères, dans le but de l’accompagnement des auditeurs afin de prêté attention sur ce point, en utilisant le kabyle pour une meilleur compréhension des auditeurs.

Mr sliman l'intervenant numero 2 " l'appareil ynes est dérégulé, ouyalim ara", qui signifie "son appareil est dérégulé, et il n'est pas conscient".

Mr ziani l'invité de l'émission "ilak adistamal du matériel professionnel akam Michelin, machi widak les quincailleries" qui signifie il faut qu'il utilise du matériel professionnel comme Michelin, non pas ceux des quincailleries".

E2: [10:28], arezki sedaoui anance des condoléances dans le but de soutenir et d'accompagner la famille du défunt en utilisant le kabyle avec un air émotionnel pour faire ressentir le triste événement "athirhem rabi wadissabar rabi tawachoultis", qui signifie " que dieu lui accorde ça miséricorde, et donne du courage à ses enfants". [10:40], arezki sedaoui reprend en kabyle explication sur la négligence de l'être humain dans le but de réveiller la conscience des auditeurs en disant "voilà il est mort, on rejette ça sur le destin, mais en vrai on ne fait pas assez attention afin de prévenir contre les accidents de la circulation, dieu nous a doté d'un cerveau afin de l'utiliser, non pour ce suicide".

[37:50], Arezki sedaoui propose que les mécaniciens et électriciens sans tenu de faire des formations de maîtrise dans le but de maîtriser le scanner automobile," il faut des cours de formation pour nos mécaniciens, le problème ce n'est pas le scanner mais la façon dans le mécanicien l'utilise"

[38:14], l'invité du thème mr hakim répond sur la question de l'intervenant 2 sur la panne de ça voiture qu'il n'arrive pas à détecter, et lui suggère une solution d'après son expérience " je pense que vous aviez un problème de la mémoire de la voiture "

E3 : [3:48], le colonel de la gendarmerie explique en langue arabe courante en Algérie, l'accompagne des services de la protection civile des blessés de l'accident, "quelques passagers ont été conduits à l'hôpital par les agents du service de la protection civile"

[4:51], Arezki Sadaoui déclare en langue kabyle que "même si les blessures sont superficielles, ils leur faut une prise en charge, c'est le travail de la protection civile"

[16:20] le colonel de la gendarmerie explique qu'il vaut mieux prendre ses précautions avant qu'un drame se réalise et invité les efforts d'hospitalisations d'une victime d'un accident en utilisant la langue arabe pour s'exprimer "ma nabkawch najrou bik men hôpital l'hôpital bach nalkawlek plassa bach t'opéré", et qui signifie que "on ne va pas rester courir d'un hôpital à un autre dans le but de te trouver une place pour tempérer"

E4: [1:30], la déclaration d'arezki sedaoui durant la présentation de l'événement organisé par

Algérie poste qui consiste à accompagner les enfants afin de les sensibiliser contre les accidents de la circulation en utilisant la langue kabyle afin de faciliter la compréhension des auditeurs “asnirassakh, asnissalmaid, laman deg bardan, ma nrabad akchich aditkadar lakwanen ntanharth amek aradifergh asma ara dimghar” qui signifie en langue française ” il va le renseigner, il va leur apprendre la prévention routière, si on élève un petit enfant à respecter les règles de la conduite comment il va être quand il sera grand”

[4:56], le colonel de la gendarmerie Mohamed Bentir explique les perspectives de sensibilisation qui ont joué un rôle crucial dans l’accompagnement et la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation, et déclare en langue arabe courante “ el wahadat el montachira fterain, rahi talab dor kbir fi tawiyat enas, hata win tkoun inkilabat jawiya, wla win tkoun etorok maghlouka ,wla fiha harakat moror takila, rahi taoud traja hadou nas” qui signifie en français” les unités déployer sur le terrain, joue un rôle crucial dans la sensibilisation des gens même avec de mauvaises conditions météorologiques, en cas de fermeture des routes, ou des routiers encombré, elles sont là pour accompagner les gens”

E5: [06:07], le colonel de la gendarmerie informe les auditeurs sur l’accompagnement du service de la protection civile des blessés engendré par l’accident du 19-03-2023, en utilisant la langue arabe pour s’exprimer, “tama nakl el mosafin min taraf ridjal el himaya el madaniya il el kita elssihi li baladiyat elkseur” qui signifie en français, “le service de la protection civile ont évacué les blessés de l’accident vers le centre hospitalier de la commune d’elkseur”.

[9:00], le conseiller de l’émission zahir zaidi donne des consignes afin de sensibiliser et d’accompagner les chauffeurs qui conduisent le soir, il déclare que “à l’absence de la visibilité le chauffeur doit s’abstenir de faire un dépassement”, “il existe différents facteurs qui déterminent notre capacité à faire un dépassement surtout la visibilité” et rajoute en langue kabyle “askoul” qui signifie en français la vu.

[18:42], le colonel de la gendarmerie déclare la prose en charge des services de la production civile des blessé de l’accident du 24-03-2023 a tabazi comune de taskariout, kharata et déclare en langue arabe que les vectime on été évacué par les services de la protection civile a la polyclinique de kharata

L’analyse qualitative de l’indicateur “mobilisation”

La presence de cet indicateur a été remarqué dans les épisodes de cette échantillon comme étant les appels des acteurs de l’émission au changement de comportement et la

participation des acteurs locaux a cette mobilisation par le biais des voies de l'émission, et pour le démontrer voici quelques exemples issus du contenu de ces épisodes.

E1 : [16:05], l'officier de police Yacine Tahiyat annonce que les services de police suivent l'état des victimes des accidents durant la période de leur soins à l'hôpital, il declare en utilisant l'arbre courant en Algérie "houwa f l'hôpital whna ranantabaou el hala taou" qui signifie en français "lui il est à l'hôpital et nous nous surveillons son état de santé"

[39:48], l'intervenant numero 2, insite c'est confrères a l'utilisation d'un matériel professionnel pour offrir un meilleur service, et déclare "non il faut utiliser des appareils professionnels"

E2:[15:16], l'animateur producteur de l'émission mr arezki sedaoui insite tous les auditeurs à respecter le code de la route et a la sensibilisation leurs entourages contre les accidents de la circulation en faisant référence aux familles en particulier et déclare en kabyle "nsaram adyili outabak lkanun akni gwatha lhal dayen inassaram, imazdagh adkadren imawlan aghawnen g kham , tassit mik issa la moto, lacha ou takhsiret ma tanitas, ami walah slighas i limmission ni sabhagi gradio soummam, anda nand ila yawan imouth ial l'accident sla moto, ami las el casque, ami nhar slaakel, amli balak, dagi kan inasaram" qui signifie en français "on espère que les lois seront appliquées correctement, que les citoyens ne respecteront que les familles nous aideront au niveaux de leur famille, tu as un fils qui possède une moto, le soir tu ne perds rien si a table avant de manger tu lui dis mon fils voilà j'ai écouté l'émission de ce matin de la radio sur Man où il déclare la mort d'un jeune homme après un accident de moto, mon fils met en casque, mon fils conduit doucement, c'est tout ce qu'on espère"

[42:31], l'invité du thème hakim hassama appel c'est confrères a évolué a a utilisé du matériel de point afin d'offrir un meilleur service et déclare en kabyle, il faut investir "ya weldi tfouk el khadma ni nzik" qui signifie en français que les pratiques de travail encienne elles sont finies, il faut investir.

[43:50], arezki sedaoui invite tous les mécanicien et électricien être toujours en duo dans les ateliers dans le but de bien cerner la panne en utilisant le mot kabyle "ilak" qui signifie il faut et déclare "il faut que tous les ateliers prendre en charge les pannes mécaniques et électriques"

E3[12:46], Arezki sedaoui explique le sens et l'utilité de la plaque coller à l'arrière des bus, et invite les auditeurs à se mobiliser afin de leur faciliter la circulation en utilisant des termes

kabyles “issawat el ghachi, issawat imdanen, lazem atawnet” qui signifie en français “il transporte des gens, il transporte des personnes, il faut l’aider”

[26:50], arezki sedaoui annonce que des spécialistes du domaine qui sont à l’écoute veulent participer à l’émission et déclare le commentaire en kabyle d’un d’entre eux “ mada bina anparticipé” qui signifie “on veut bien participer”

[34:10], l’invité du thème insiste l’intervenant a ne pas rouler avec son véhicule et d’aller voir un mécanicien et déclare “enlever la fiche c’est juste une procédure de dépannage, de préférence il faut aller voir un mécanicien”.

E4: [29:40], l’animateur producteur de l’émission arezki sedaoui informe les auditeurs sur le reportage réalisé avec la collaboration du colonel bentir des services de la gendarmerie dans un barrage dans le but de sensibiliser les motocyclistes et de comprendre leur avis sur l’utilisation des équipements de sécurité et déclare en kabyle “ oukdanigh ara outagh ara la moto, nagh aghed tomobil, nagh lavion, nagh l’hélicoptère, aghed el casque, dessaha ynek, dessaha ynek”, qui signifie “ je ne t’ai pas demandé de ne pas acheter une moto, ou achète une voiture, ou un avion, ou un hélicoptère, achète un casque , c’est ta santé, c’est ta santé”, il rajoute aussi “, toughited la moto outazmiret ara ataghet el casque”, qui signifie “tu as acheté une moto et tu peux pas t’acheter un casque”.

[37:36], l’invité du thème, le chargé de communication d’Algérie poste, explique l’événement organisé par Algérie poste en collaboration avec le ministère de l’éducation nationale afin de sensibiliser les enfants contre les accidents de la circulation et déclare “cet événement est dans le cadre de la sensibilisation contre les accidents de la circulation avec la collaboration du ministère de l’Éducation nationale dans le cadre de la préparation de l’Algérie au concours international des compositions épistolaire sous le thème de la prévention routière.

E5 [14:50], le colonel de la gendarmerie déclare en langue arabe “ darna koul el ijraat el amniya bach ndiclariw le barrage, ou bach nahmou koul nas li kanet tama” qui signifie en français “on a mise en place tous les dispositifs de sécurité afin de déclarer le barrage, et de protéger toutes les personnes en place”

[25:36], le colonel de la gendarmerie s’adresse au responsable de famille pas de question sans réponse afin de les mobiliser pour l’adoption d’un comportement plus responsable en utilisant l’arabe courant “ 3lah testa3mel essora?, 3lah ma tfahach ailtek bali dar marayhach, troh marayhach tozghod, arwaho blakel?”, qui signifie en français “pourquoi faire de la vitesse?,

Pourquoi ne pas expliquer à votre famille que la maison ne va pas bouger, ne va pas se déplacer, venez doucement?”

[32:38], le colonel de la gendarmerie en utilisant la langue arabe déclare que des barrages seront déployés durant la période qui précède le iftar afin de bien gérer la circulation et le caractère des routiers durant cette période, la nuit en collaboration avec la direction du transport afin de sécuriser les routes et les arrêts de ses lignes de transport, en plus des barrages des voitures banalisées seront déployés afin d'intervenir au cas de mauvais comportement sur les routes et pour surveiller le comportement des chauffeurs en particulier les chauffeurs de bus, et appelle la participation active des citoyens afin de dénoncer les mauvais comportements sur les routes.

L'analyse qualitative de l'indicateur “persuasion”

La présence de ces indicateur a bien été constaté et cela a travers les techniques utilisées par les acteurs de l'émission afin de convaincre et de sensibiliser les auditeurs sur le bon comportement derrière le volant, et les bonne pratique a adopter autant que routière. Voici quelques exemples issus de l'ensemble des épisodes analysés durant cette analyse de contenu de l'émission

E1 : [7:55], le conseiller de l'émission donne un exemple sur un petit enfant qui traverse la route inconsciemment et le devoir du chauffeur du véhicule d'être attentif et ainsi sur l'inconscience de l'enfant et la maturité de l'adulte et declare “c'est un enfant, c'est un enfant, c'est c'est au conducteur de faire plus attention, il est adulte, il est responsable”.

[8:48], le conseiller de l'émission continue avec des explications sur l'état psychologique du chauffeur et du piéton afin de faciliter la compréhension pour un impact de persuasion plus approfondie et déclare “le piéton a peur, il ce sent pas en sécurité, il est impuissant devant le véhicule, tandis que celui qui est derrière le volant, il ce sent protégés en sécurité comme si qu'il avait un bouclier, qu'il était dans un char”.

[45:45], informe les auditeurs sur l'importance des pneus pour la sécurité routière et déclare “le pneu c'est le premier élément de sécurité d'un véhicule, c'est le premier contact du véhicule avec la terre”

E2: [12:56], le colonel de la gendarmerie remet le problème de sensibilisation sur les proches afin de les pousser à être plus attentif et plus participatif dans dans le cadre de la sensibilisation de leurs proches, il déclare que “le problème de sensibilisation est plutôt au

niveau des proches car ils ne disent rien d'une partie et nous ça nous aide pas alors on a recours à l'application de texte juridique et du code de la route" et continue avec des questions dessiner en famille des conducteurs en utilisant l'arabe courant pour s'exprimer "waldek bara ala zouj ou nas ta sbah wach rah idir?, Win rahi el aila?", Ce qui signifie en français "ton fils il dort à 2h30 du matin, qu'est-ce qu'il fait, elle est où la famille ?"

[14:07], l'utilisation du colonel de la gendarmerie des proverbes algérien afin de persuader les auditeurs d'adopter le bon comportement sur les routes en disant "li chra moto chra mouto", ce qui signifie en français "celui qui a acheté une moto, il a acheté sa mort".

E3:[15:00], le colonel de la gendarmerie utilise des lois et des explications afin de persuader les auditeurs de ne pas utiliser des mauvaise pratique et déclare "il est strictement interdit de faire un dépassement dans un tunnel à double voie" puis continue à donner des explications sur les facteurs de dangers du tunnel de kharata.

E4:[29:00], l'animateur producteur de l'émission donne exemple au colonel de la gendarmerie d'un mauvais comportement qu'il a lui même déjà observer a titre d'exemple afin de persuadé les auditeurs de s'en éloigner, en déclarant en kabyle "del abd damekran, mazal naki athrabigh, slamoto bla casque, israkbad amis dalkak azath bla la visièrè na lcasque na walou, c'est inadmissible", ce qui signifie en français " c'est un grand homme, c'est pas moi dit éduqué , il est en moto sans casque, sans petit enfant et avec lui à l'avance en visièrè et sans casque, c'est inadmissible".

[31:40], le colonel de la gendarmerie, on se basant sur son expérience, il insite les auditeurs avec des questionnements a prevenir des accidents de la circulation avant que le drame arrive et déclare " prndent 5 ans d'expérience dans cette émission, combien de personnes sont venues ici pour donner un exemple de leur propre fils victime d'accident de moto sans aucune protection ni mesure de sécurité?, Pourquoi ne pas participer à sa prévention avant que le drame se produit?

[23:00], l'animateur de l'émission utiliser les conseils d'un neurochirurgien invité précédemment a l'émission afin de persuadé les auditeurs d'adopter un bon comportement, et déclare "il se repose un peu, puis il se rafraîchit le visage et l'arrière du crant, c'est les conseils du neurochirurgien de djoulan invité précédemment a l'émission"

[30:05], le conseiller de l'émission, utilise la langue kabile et une voie légère afin de touché le côté émotionnel des auditeurs pour les sensibilisé et les persuadé a prevenir des accidents de

la circulation et déclare, “il faut être calme, et conduire calmement, non pas anarchiquement, et sauvagement, la vie est chère”

L'analyse qualitative de l'indicateur “argumentation”

À travers l'analyse de contenu de l'échantillon de l'émission, l'indicateur “argumentation” a été clairement exprimée dans la majeure partie des épisodes par les exemples et les arguments sur lequel s'appuient les acteurs de l'émission pour défendre l'heure propos voici quelques exemples issue des épisodes de cet échantillon.

E1 : [12:38], le conseiller de l'émission soutien le compte de l'adaptation de la vitesse à l'intérieur de l'agglomération, il argumente son opinion par l'exemple sur les personnes aux besoins spécifiques, les personnes âgées dont le réflexe est minimes, comme les personnes qui ont un problème de vue ou de l'ouïe.

E2 : [5:27], l'animateur producteur de l'émission “laman deg bardan”, insiste les auditeurs à être consentez durant la conduite et il argumente c'est dire par une interdiction du code de la route, et dit “il est strictement interdit d'être préoccupé ou distrait derrière le volant”.

[08:03], le colonel de la gendarmerie, soutien la dénonciation des passagers des pratiques inappropriées des chauffeurs de bus, et donne l'exemple afin d'appuyer son opinion et déclare en langue arabe courantes que “c'est inadmissible on a repéré un bus venant de hassi massoud vers bejaia, le chauffeur été entrain de fumer dans un bus, et aucun passager n'a réclamé ou il a dénoncé.

[13:23], arezki sedaoui l'animateur producteur de l'émission “laman deg bardan” soutien le fait que les chauffeurs de bus doivent avoir le sens de responsabilités arguments ses dire par “un chauffeur de bus, transporte des passagers, il n'est pas seul a bord pour prendre des risques, et meme si il est seul il n'a pas le droit de le faire” en utilisant la langue kabyle pour s'exprimer.

[16:20], le colonel de la gendarmerie encourage fortement l'utilisation du mesures de sécurité pour les motocyclistes et déclare que “ les mesure de sécurité on sauvait des vies” en utilisant l'arabe courant pour s'exprimer.

E4 : [22:15], l'utilisation du Colonel de la gendarmerie d'un proverbe arabes afin d'argumenter son opinion, en disant “horiyatoka tantahi indama tabda houriyat elvakharin” qui signifie en français “ta liberté se termine quand commence la liberté des autres”.

[28:35], le conseiller de l'émission soutien le porte de casque pour conduire une moto et argument c'est dire par " la nature nous a doté d'un casque" et continu par une phrase en kabyle qui signifie que l'humain c'est la tête, l'humain c'est le cerveau.

E5 : [9:00], le conseiller de l'émission soutien l'idée de s'abstenir de faire un dépassement le soir et argumante c'est dire par " il n'a pas de visibilité le soir", "la nuit on évalue mal les distances et la vitesse ".

[16:33], Mr zaidi le conseiller de l'émission soutien le respect de la distance de sécurité entre deux véhicules et argumente son opinion en disant " sans le respect de la distance de securite une colision est imminente"

[45:05], le conseiller de l'émission soutien l'idée de la passerelle et argument en disant "c'est une gare routière, et il ya beaucoup de mouvement"

L'analyse qualitative de l'indicateur "autorité"

L'indicateur " autorité a été remarqué durant notre analyse comme étant les indications et les règles que stipule la lois concernant les affections dictées par le code de la route ainsi par l'utilisation des acteurs de l'emission des termes qui demantre l'autorité, d'interdiction ou d'un air autoritaire qui exprime sérieux afin de soutenir les bon pratiques a adopter et a sensibiliser les auditeur contee les accidents de la circulation. Voici quelques exemples issus des épisodes analysé

E1 : [11:55], le conseiller de l'émission et president de l'association "prevention routière" démontre la priorité dans l'agglomération entre viecule et piéton, en ce basant sur le code de la route "la priorité à l'intérieur de l'agglomération appartient au piétons des qu'il touche la chaussée de la route".

[20:10], le conseiller de l'émission insiste sur l'interdiction de l'utilisation du téléphone derrière le vaillant et déclare en prenant un air autoritaire " c'est interdit, les mains doivent êtres sur le volant"

E2 : [12:30], arezki sedaoui exprime la gravité de la situation en utilisant des thermes arabe qui font referance à la restriction des soit disant : "lazem nzayro lhala, lazem el ousloub eradi", ce qui signifie qu'il est imperative d'utiliser les moyens forts afin de parvenir a la sensibilisation.

[12:55], le colonel de la gendarmerie Mohamed bantir déclare que les campagnes de

sensibilisation sont toujours accompagnés des mesures de restriction on s'exprime avec la langue arabe " el hamalat etahssissiya tamchi daima maa hamalat el kama"

E3:[5:05] le colonel de la gendarmerie déclare les afracions retenus contre le chauffeur de bus en utilisant la langue arabe pour s'exprimer, ce qui signifie en français " changement important de direction sans la vérification que cette manœuvre dangereuse ne portera aucun mal aux autres usagers de la route et sans les prévenir, le non respect des arrête de bus indiqué sur la feuille de route de la ligne, blessures involontaires en raison d'une erreur de planification du chauffeur ou de ça négligence ou de ça tolerance ou le non respect des règles de conduite sur les routes".

E4 : [23:20], l'intonation de la voix du colonel de la gendarmerie que cdeclare que c'est le teste d'alcoolémie et Positif toutes les procédures judiciaires vont changer et seront plus dures sur le chauffeur en utilisant l'arabe courant "ida kan l'alcootest positif koul el ijraat rayha tatbadel ou taksa ala saik".

[34:13], le colonel dentaire déclare les mesures de restriction contre les motocyclistes qui ne repecte pas les mesures de sécurité et déclare en langue arabe "nedou la moto la fourrière, moulaha ikhalas prossi bach iyrajaha" ce qui signifie en langue française qu'ils feront placer les motos a la fourrière, et son propriétaire devra payer une amende pour pouvoir la récupérer.

[36:30], l'officier de police yacine tahiyat explique **"qu'après le décret de Monsieur le wali de la wilaya de Béjaïa numéro 29.71, qui gère le transport par motorcycle, que chaque citoyen, qui enfreint n'importe quelle règle du code de la route, et des normes de sécurité, il lui doit être soumis à la mise en fourrière d'une période de 15 jours et la penalisation de l'affection commise"**.

E5 : [8:38], le réalisateur producteur de l'émission Arezki Sadaoui declare avec un air autoritaire "qu'il est strictement interdit des faire un dépassement dans un virage en plus des conditions de vision nocturne".

[9:19], zahir zaidi informe les auditeurs sur les stipulations du code de la route, par rapport a l'adaptation de la vitesse le soir, et déclare que "le code de la route impose d'adapter sa vitesse le soir par rapport a la distance de visibilité".

L'analyse qualitative de l'indicateur "attrait émotionnel"

D'après l'analyse qualitative des contenus de l'échantillon de l'émission, cet indicateur a souvent été exprimé par l'utilisation d'expression en rapport avec les émotions, la

familiarité, et l'empathie des acteurs de l'émission avec les auditeurs ainsi qu'à travers la sensibilisation de l'émission, en approchant le côté émotionnel des auditeurs pour l'adoption d'un bon comportement, voici quelques exemples pertinent issue du contenu de l'échantillon.

E1: [11:02] zahir zaidi le conseiller de l'émission, insiste sur l'état psychologique d'un enfant qui traverse la route et dis "c'est un enfant, il est inconscient, il croit que le chauffeur la vu".

[20:20], l'officier de police Yacine tahiyat souhaite avoir l'attestation du maximum d'auditeurs et déclare en utilisant l'arabe " rana natmanw anou kayen moustamin bazaf rahoum yasamou fina", ce qui signifie qu'il espère la présence de beaucoup d'auditeur à écouter ces explications.

E2 [39:37], le troisième intervenant exprime sa peine de manière émotionnelle pour le fait de ne pas avoir trouvé une solution pour la panne de sa voiture, il déclare en utilisant le kabyle ce qui porte le sens suivant "c'est le seul moyen que j'ai afin d'aller travailler pour nourrir mes enfants, et avec cette panne, tout mon argent et mes économies, je les ai investi sur cette voiture, mes enfants n'ont plus rien à manger, mais sans aucun résultat".

E3: [16:04], le colonel de la gendarmerie évoque la peur des chauffeurs sur leur permis et déclare en langue arabe courante "nas rahi tkhaf ala lperis taha kter men ala hyatha" qui signifie que les gens ont plus peur pour leur permis que pour leur vie.

[47:20] arezki sadaoui remercie les invités de l'émission pour leur participation et passe la parole au colonel de la gendarmerie qui souhaite un bon anniversaire à son ex collègue.

E4: [8:30] le colonel de la gendarmerie exprime en langue arabe sa fierté pour le changement de comportement des auditeurs et déclare " rana natmanaw que had le comportement rah ikamel", ce qui signifie en français "on espère que ce genre de comportement soit permanent".

[22:44], le conseiller de l'émission monsieur zaidi désigne un accident comme un état d'ivresse comme un crime, en disant "un accident engendré par un état d'ivresse et plus un accident mais plutôt un crime"

[44:30], Arezki Sadaoui, l'animateur producteur de l'émission, invite tous les enfants à participer à l'événement d'Algérie poste en s'exprimant en kabyle "tighri, iwarachanagh d tachichin nagh, adazin gтамzizit ayi nagh", ce qui signifie "je fais appel à nos garçons et nos filles, pour faire partie de cet événement.

[46:00], Arezki Sadaoui remercie tous les participants et les auditeurs pour leur participation

et leur donne rendez-vous dans le prochain numéro

E5: [1:55], l'animateur producteur de l'émission introduit le moins sacré du Ramadan et souhaite que tout le monde le passe dans la paix la joie est loin des accidents de la circulation et des comportements non appropriés derrière le volant en utilisant la langue kabyle pour s'exprimer

[3:22], l'animateur producteur arezki sadaoui remercie les personnes qui ont organisé des tables de iftar dédié aux routiers " maيدات ramadan, ماتايم اراهما" qui prennent le sens de restaurant du coeur.

[11:10], arezki sadaoui, annonce ces condoléances à la famille de la victime de l'accident en utilisant le kabyle pour s'exprimer "atirhem rabi, adifk esbar imawlanis" ce qui signifie en français "dieu lui accorde ça miséricorde, et donne du courage à ça famille".

[28:04], Arezki sadaoui utilise l'expression "c'est alarmant" pour exprimer la gravité de la situation.

L'analyse qualitative de l'indicateur "interactivité"

L'indicateur « Interactivité », est perçu en langue kabyle beaucoup plus que la langue française et arabe dans quatre épisodes (E1, E2, E3, E5) de l'émission « Laman deg berdan » mais aucune interaction n'a été entamée dans l'épisode E4.

L'interaction s'est remarquée entre les acteurs de l'émission « Laman deg berdan » et les auditeurs de celle-ci, on retrouve cet indicateur manifesté à travers les appels téléphoniques des auditeurs et les messages envoyés par ces derniers.

Voici quelques exemples issus du contenu de l'échantillon.

E1 : [31:00], un appel d'un auditeur (vulcanisateur) qui confirme les dires des acteurs de l'émission « Laman deg berdan » et donne d'autres conseils sur les pneus.

[36:14], intervention du 2^{em} auditeur (vulcanisateur) afin de rajouter une information pertinente au débat du thème, et déclare que « dans le catalogue toutes les références de roux pouvant être utilisées sur le véhicule ont été décrites par le concessionnaire, et il faut respecter le catalogue ».

E2 : [30 :03] Arezki Sedaoui déclare l'intervention d'un auditeur qui donne des explications concernant le scanner automobile, en utilisant le kabyle pour s'exprimer « il existe un scanner

original fiable et un autre non fiable qui n'est pas originale»

[34 :32] une autre intervention d'un auditeur par messagerie électronique qui déclare que les scanner automobile n'on pas détecter la panne de sa voiture.

E3 : [37 :17], un invité de l'émission « Laman deg berdan » répond la problématique d'un auditeur, et il lui propose des solutions relatif au problème de sa voiture.

[38 :29], un auditeur de l'émission « Laman deg berdan » expose le problème de son véhicule au acteur de l'émission.

E4 : dans cet épisode de l'émission il n'y a eu aucune interaction entre les acteurs de l'émission « Laman deg berdan» et les auditeurs.

E5 : [21 :20], intervention d'un citoyen de Bejaia (auditeur), pour mettre l'accent sur les trois points noirs de Bejaia.

[42 :12], un intervention d'un auditeur qui fait appel au service de la securit é de la wilaya de Bejaia pour prendre en considération les trois point mort de Bejaia.

L'analyse qualitative de l'indicateur “promouvoir un comportement”

L'analyse qualitative de l'indicateur promouvoir un comportement indique sont apparition dans une grande partie des épisodes de notre échantillon, il se résume aux comportements promus et défendu par les acteurs de l'émission. Voici quelques exemples issus du contenu de l'échantillon.

E1: [6:14], zahir zaidi incite les auditeurs à adapté la vitesse en ville, il déclare “ il est impérative d'adapter ça vitesse dans les zone urbaine”

[19:58], le conseiller de l'émission monsieur zahir zaidi, ainsi que les auditeurs à ne pas être soumis sous aucune distraction derrière le volant et déclare « les deux mains sur le volant ».

[23:45], l'nvité de l'émission monsieur ziani, insite les auditeurs a respecter les normes imposé par le concessionnaire en s'expriment en kybyle et dis “il faut respecter les noms du concessionnaire, il faut voir sur la plaque du réservoir ou bien à l'avant sur la porte, toute est écrit”.

E2: [42:31], invité du thème Hakim Hassam, insiste ces confrère pour l'adoption des nouvelles de nouvelles technologies dans leur domaine puis déclarant leur kabyle “lkhadma nzik dayen tfouk ,il faut investir”ce qui signifie en français que les anciens pratiques sont

dépassés est terminé il faut investir dans un nouveau matériel.

E3:[7:44], le colonel de la gendarmerie insiste que les auditeurs a prendre des initiatives pour stopper le chauffeur en cas de manœuvre dangereuse, en utilisant l'arabe pour s'exprimer il dit "el mouwatinin lazem ikhabrouh ou lazem yahadrou m3a rah idir fi khidma amoumiya, lazem yahtaremha, mahouch masoul ala roho", ce qui signifie en français "il faut qu'ils informent, il faut qu'ils lui parlent, il est entrain de réaliser un service public, il doit le respecter, ce n'est pas lui le responsable de lui-même".

[08:20] la déclaration du colonel de la gendarmerie Mohamed benter, sur la nécessité d'adopter la culture du respect du citoyen, en utilisant l'arabe courant en Algérie pour s'exprimer, " lazem had etakafa tawed twali ila el mouchtama", ce qui veut dire que cette culture doit impérativement reprendre sa place les comportements de la société.

E4: [22:31],l'animateur producteur de l'émission, sensibilise les auditeurs pour s'éloigne du volant en étant ivre, et propose des endroits convenable pour les buveurs mais surtout pas dernière le volant, en utilisant la langue kabyle pour s'exprimer.

[24:28] zahir zaidi, insiste les auditeurs a l'utilisation des mesur de sécurité pour prévenir des accidents de moto, puis déclare que "le casque represente le première sécurité, déjà l'anatomie humaine nous a doté d'un casque"

[32:24], le colonel bentaïre annonce le moyen le plus simple de se protéger des accidents de la moto en utilisant la langue arabe pour s'exprimer " el wassila sahla gaa bach nhafdo ala rohna men hwadeth moror edaraja nariya c'est le casque, 3lach mandirouch", ce qui signifie en français que le moyen le plus simple pour prévenir des accidents de moto c'est le casque, pourquoi ne pas le faire.

E5: [17:08], monsieur zaridi explique la manœuvre à suivre afin de freiner et s'arrêter en toute sécurité, il déclare que "c'est un réflexe qu'il faut développer, avant de freiner il faut regarder le rétroviseur pour s'assurer qu'on peut s'arrêter en toute sécurité"

[21:54], monsieur zahir zaidi il explique aux auditeurs le comportement à adopter en cas de fatigue derrière le volant puis déclare "il doit se garer pour se reposer, pour casser la fatigue au moins 5 minutes, sinon il peut marcher afin que le vent le touche ou faire quelques mouvements pour faire disparaître la fatigue".

[49:07], le conseiller de l'émission monsieur zahir zaidi, appelle la prise de conscience des citoyens durant les moments qui précèdent la prière du iftar et déclare " je fais appel à la

conscience des routiers afin de faire plus attention et d’être responsable”.

L’analyse qualitative de l’indicateur “changement de comportement”

A travers l’analyse de contenu des échantillons de le l’émission “laman deg bardan” l’indicateur “ changement de comportement” est apparu dans les épisodes E1, E4 et E5, il a été déterminé par le témoignage des acteurs de l’émission basé sur les actions et les révélations des auditeurs. Voici quelques exemples issus des échantillons de cette émission

E1 : [1:26], arezki sedaoui realisateur producteur de l’émission Laman deg bardan déclare que beaucoup de personnes apprécie les conseils que l’émission fournie, en s’exprimant en kabyle “ achhal libad ighdichakran” ce qui prend le sens de “beaucoup de personnes nous on remercier” en français.

E4 : [4:38], arezki sedaoui, signal que le changement de comportement est belle et bien réel, les citoyen sont d’avantage sensibilisé et prévenant, il declare en utilisant le kabyle ce qui prend le sens suivant “c’est un bilan positif c’est qui nous mène à croire que les citoyens font plus attention et son plus sensibiliser et prennent leur précautions afin de prévenir contre les accidents de la circulation surtout durant cette période d’orage.

[6:14], le colonel Mohamed bentir déclare l’adoption du comportement de dénonciation des chauffeurs en cas de manœuvre dangereuse et appui ça déclaration par “ effectivement, on a reçu beaucoup d’appels de citoyens qui ont dénoncé le mauvais comportement des chauffeurs de bus dans lesquels ils se sont déplacés”.

E5: [33:46], le colonel de la gendarmerie Mohamed Bentir, déclare en utilisant l’arabe courant que des appels de dénonciation de plusieurs mauvais comportements ont été enregistrés par le service de la gendarmerie.

Chapitre 7

Présentations des résultats

7.1 Interprétation des résultats

A travers l'analyse mixte du contenu de l'ensemble des épisodes de notre échantillon de l'émission « Laman deg bardan » de la radio SOUMMAM, qui sait baser sur l'analyse de la prestance des indicateur pratique de la recherche et dans le contenu de l'émission, les résultats que nous avant récolté se résume à :

1. Interprétation des résultats de l'indicateur « Proximité »

L'analyse des résultats de l'indicateur "proximité" révèle sa présence systématique dans l'ensemble des épisodes de l'échantillon aléatoire de l'émission étudiée, mettant en évidence sa récurrence et son importance thématique.

Les déclarations des acteurs et des auditeurs ont permis d'identifier cet indicateur, caractérisé par une utilisation fréquente de termes et d'expressions liés à la proximité géographique, tels que des références à des lieux spécifiques.

De plus, bien que cet indicateur soit exprimé dans différentes langues, une prédominance de la langue kabyle, propre à la région de Bejaïa, suggère l'influence significative de la proximité culturelle et linguistique dans les discussions.

La variation de la fréquence de l'indicateur d'un épisode à l'autre est attribuable au nombre de mentions des lieux d'accidents de circulation. Ainsi, la fréquence de l'indicateur est plus élevée lorsque ces lieux sont plus souvent évoqués, tandis que l'épisode présentant la fréquence la plus basse compte moins d'occurrences.

Nous concluons que, l'analyse de cet indicateur révèle la récurrence des thèmes liés à la proximité géographique, culturelle et linguistique dans l'émission étudiée, soulignant l'importance accordée à la proximité géographique dans les discussions relatives à la prévention routière.

2. Interprétation des résultats de l'indicateur « Information »

L'analyse mixte du contenu des épisodes de l'émission "Laman Deg Berdan" met en évidence des résultats significatifs. L'indicateur clé "Information" présente des variations de

fréquence entre les différents épisodes. Dans l'épisode 1 (E1), l'indicateur "Information" atteint une fréquence élevée de 69, principalement en raison de la diffusion répétitive d'informations par les acteurs de l'émission.

Le classement de fréquence est ensuite suivi par l'épisode 2 (E2), qui atteint une valeur de 64, en raison des nombreux moments où les acteurs ont informé les auditeurs. En revanche, l'épisode 5 (E5) présente la fréquence la plus basse, évaluée à 40, ce qui suggère une quantité moindre d'informations fournies aux auditeurs dans cet épisode.

Ces résultats démontrent que l'émission "Laman Deg Berdan" se concentre principalement sur la diffusion d'informations aux auditeurs, avec une présence plus prononcée dans les épisodes 1 et 2.

Pour en résumé, cette analyse révèle des différences de fréquence de l'indicateur "Information" entre les épisodes de l'émission étudiée, mettant en évidence la prédominance de la diffusion d'informations dans les épisodes 1 et 2, tandis que l'épisode 5 présente une fréquence plus basse en termes d'informations transmises. Ces résultats soulignent l'importance de prendre en compte le contenu spécifique de chaque épisode lors de l'interprétation des résultats de l'analyse mixte du contenu.

1. Interprétation des résultats de l'indicateur « Sensibilisation »

L'analyse mixte du contenu de l'émission "Laman Deg Berdan" révèle une prévalence significative de l'indicateur "sensibilisation" parmi les acteurs, illustrant ainsi la nature intrinsèquement sensibilisatrice de cette émission. L'épisode 4 (E4) se distingue particulièrement en attribuant une importance exceptionnelle à cet indicateur, avec une fréquence remarquable de 91. Ce segment est entièrement consacré à la sensibilisation, dispensant des conseils visant à promouvoir l'adoption de comportements responsables sur les voies de circulation.

Cependant, les épisodes E1 et E2 affichent des fréquences relativement inférieures, respectivement 46 et 41, étant donné que leur objectif premier était de transmettre des informations plutôt que de susciter la prise de conscience chez les auditeurs.

Diverses approches ont été mises en œuvre pour sensibiliser les auditeurs, notamment l'intervention de M. Zaidi, un intervenant régulier de l'émission, qui souligne l'impératif d'adapter la vitesse de conduite. Par ailleurs, Arezki Sedaoui informe les auditeurs sur la

gravité des accidents impliquant des piétons et encourage les parents à inculquer de bonnes pratiques de sécurité routière à leurs enfants.

L'officier de police Yacine Tahiyat prévient les auditeurs quant aux dangers des accidents de la circulation, en soulignant que même les incidents n'entraînant pas de décès peuvent engendrer des conséquences permanentes. Il exhorte également les auditeurs à prendre en considération les recommandations relatives à l'usage du téléphone au volant énoncées dans l'émission. Par ailleurs, le Colonel de la Gendarmerie Mohamed Bentir sensibilise les auditeurs aux risques et aux bonnes pratiques associés au tunnel de Kharata.

La communication avec les auditeurs s'opère dans diverses langues, notamment le kabyle, l'arabe et le français, afin d'atteindre un large public et de faciliter la compréhension des messages de sensibilisation.

En résumé, l'analyse met en évidence l'importance capitale accordée à l'indicateur "sensibilisation" au sein de l'émission "Laman Deg Berdan". Les acteurs déploient diverses stratégies et recourent à différentes langues pour éduquer les auditeurs sur les bonnes pratiques à adopter sur les routes, mettant en exergue la nécessité d'adapter les comportements en vue de garantir la sécurité routière.

2. Interprétation des résultats de l'indicateur « Accompagnement »

L'analyse de contenu basée sur les indicateurs pratiques de la recherche a révélé plusieurs résultats significatifs concernant l'émission "Laman Deg Berdan". Tout d'abord, il a été observé que l'indicateur "accompagnement" n'a pas été beaucoup abordé par les acteurs de l'émission. Cependant, ils ont attiré à plusieurs reprises l'attention sur l'importance de fournir une aide et un soutien appropriés aux conducteurs et aux victimes d'accidents, en particulier dans l'épisode E3, où la fréquence de discussion de cet indicateur atteint 23. De plus, il a été remarqué que l'épisode E5 présente le moins d'accompagnement, avec seulement 12 occurrences.

L'analyse qualitative du contenu de l'émission a clairement démontré que l'indicateur "accompagnement" a été exprimé de manière cohérente dans l'ensemble des épisodes de l'échantillon. Cela a été réalisé par le biais de nombreux conseils et explications fournis par les acteurs de l'émission aux auditeurs, ainsi que par leur implication dans les préoccupations des auditeurs et les informations issues du traitement des thèmes d'actualité de la semaine.

3. Interprétation des résultats de l'indicateur « Mobilisation »

L'analyse de contenu basée sur les indicateurs pratiques de la recherche a permis de tirer les conclusions suivantes. Dans l'épisode E4, l'indicateur de "Mobilisation" est beaucoup plus fréquent avec un score de 31. Cela s'explique par la mise en avant des campagnes de sensibilisation, de mobilisation et d'engagement menées par les experts de la sécurité routière tels que la police, la gendarmerie et la protection civile, qui sont des acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan". Ces experts ont souligné l'importance de ces actions pour encourager la participation active et promouvoir des comportements responsables sur les routes. En revanche, dans l'épisode E3, la fréquence de l'indicateur "Mobilisation" est plus faible, avec un score de 10, car le sujet de la mobilisation y est moins abordé.

L'indicateur "Mobilisation" se manifeste dans les épisodes de l'échantillon par les appels des acteurs de l'émission au changement de comportement et à la participation des acteurs locaux à cette mobilisation à travers les voix de l'émission. Voici quelques exemples tirés du contenu de ces épisodes :

Ce qui démontre que l'implication des acteurs de l'émission dans la mobilisation en faveur d'un changement de comportement. Ils mettent en évidence l'importance d'une participation active de la part des citoyens pour promouvoir des pratiques responsables sur les routes.

4. Interprétation des résultats de l'indicateur « Persuasion »

L'analyse de contenu réalisée par une démarche mixte a permis de mettre en évidence plusieurs résultats pertinents concernant l'émission "Laman Deg Berdan" et son utilisation de techniques persuasives pour sensibiliser les auditeurs à adopter un comportement responsable au volant.

Les deux fréquences les plus élevées dans l'analyse étaient de 34 dans l'épisode E1 et de 31 dans l'épisode E4. Cela indique que ces épisodes ont davantage abordé le sujet de la persuasion et ont utilisé des stratégies persuasives de manière plus fréquente.

Bien que les animateurs de l'émission n'aient presque jamais prononcé explicitement le terme "persuasion", ils ont utilisé un langage persuasif dans trois langues différentes (arabe, français et kabyle) pour convaincre les auditeurs. Cela peut être observé dans les extraits

analysés, où des techniques persuasives telles que l'utilisation d'exemples concrets, d'explications psychologiques et de proverbes ont été employées.

La fréquence la plus basse, soit 14, a été relevée dans l'épisode E2, où le sujet de la persuasion a été moins abordé. Cela suggère que cet épisode mettait moins l'accent sur la persuasion en comparaison aux autres.

L'analyse a également révélé la présence d'indicateurs de persuasion à travers les différentes techniques utilisées par les acteurs de l'émission. Par exemple, l'utilisation d'exemples concrets pour illustrer les conséquences d'un comportement irresponsable au volant, l'incitation à la participation des proches pour une sensibilisation accrue, l'utilisation de lois et d'explications pour décourager les mauvaises pratiques, ainsi que l'invocation de l'expertise d'un neurochirurgien pour renforcer les arguments persuasifs.

En résumé, l'analyse de contenu a permis de constater que l'émission "Laman Deg Berdan" utilisait diverses techniques persuasives, telles que l'utilisation de langage persuasif dans différentes langues, l'emploi d'exemples concrets, d'explications psychologiques et de proverbes, ainsi que la référence à des experts et à des lois. Ces stratégies étaient employées dans le but de convaincre et de sensibiliser les auditeurs à adopter un comportement responsable au volant et de promouvoir de bonnes pratiques routières.

5. Interprétation des résultats de l'indicateur « Argumentation »

L'analyse de contenu réalisée par une démarche mixte a permis de mettre en évidence des résultats significatifs concernant l'utilisation de l'indicateur "argumentation" dans l'émission "Laman Deg Berdan". L'épisode E2 présente la fréquence la plus élevée pour cet indicateur, avec un score de 77, offrant ainsi davantage d'occasions aux acteurs de l'émission d'argumenter sur le comportement des conducteurs routiers.

En revanche, l'épisode E1 présente une fréquence plus faible pour l'indicateur "argumentation", avec un score de 29. Cela indique que les acteurs de l'émission ont moins argumenté sur le comportement des conducteurs et les problèmes de sécurité routière dans cet épisode. L'analyse de contenu a révélé que l'indicateur "argumentation" était clairement présente dans la plupart des épisodes analysés, à travers l'utilisation d'exemples et d'arguments par les acteurs de l'émission pour défendre leurs propos.

En résumé, l'analyse de contenu basée sur l'indicateur pratique de la recherche a permis de constater que l'émission "Laman Deg Berdan" utilisait l'indicateur "argumentation"

de manière significative. Les acteurs de l'émission ont utilisé des exemples concrets, des lois, des proverbes et des arguments logiques pour défendre leurs opinions et influencer le comportement des auditeurs en matière de sécurité routière.

6. Interprétation des résultats de l'indicateur « Autorité »

L'analyse de contenu réalisée selon une démarche mixte nous a permis d'interpréter les résultats en se basant sur des indicateurs pratiques de recherche. Dans l'émission "Laman Deg Berdan", les acteurs ont adopté une approche assertive en exprimant clairement leurs opinions et en prodiguant des conseils. L'indicateur "autorité" a été identifié et sa fréquence a été mesurée dans différents épisodes. L'épisode E4 a montré la fréquence la plus élevée de l'indicateur "autorité" avec 32 occurrences, indiquant que les acteurs se sont davantage appuyés sur une approche autoritaire dans cet épisode. En revanche, l'épisode E1 a présenté une fréquence moins importante de l'indicateur "autorité" avec 18 occurrences, reflétant un recours moindre à l'approche autoritaire.

Il est intéressant de noter que les acteurs de l'émission n'ont jamais mentionné l'indicateur "autorité" lui-même. L'indicateur "autorité" a été observée au cours de l'analyse sous la forme d'indications et de règles énoncées par la loi, telles que celles dictées par le code de la route. Les acteurs de l'émission ont également utilisé des termes et un ton autoritaires pour exprimer le sérieux de leurs messages, transmettre des interdictions et promouvoir de bonnes pratiques, tout en sensibilisant les auditeurs aux accidents de la circulation.

Les exemples tirés des différents épisodes montrent comment l'indicateur "autorité" a été utilisée. Par exemple, dans l'épisode E1, le conseiller de l'émission a souligné la priorité accordée aux piétons dans les zones urbaines, conformément au code de la route. Dans l'épisode E2, Arezki Sedaoui a utilisé des termes arabes pour exprimer des restrictions légales et l'importance de mesures fortes pour parvenir à la sensibilisation. Dans l'épisode E3, le colonel de la gendarmerie a énuméré les infractions commises par un chauffeur de bus, utilisant un ton autoritaire pour décrire les manquements aux règles de conduite. Dans l'épisode E4, l'intonation de la voix du colonel de la gendarmerie a renforcé le message selon lequel les procédures judiciaires seraient plus strictes en cas de test d'alcoolémie positif.

Ces exemples démontrent comment les acteurs de l'émission ont utilisé l'indicateur "autorité" de manière implicite, en s'appuyant sur les règles et les indications légales, ainsi

qu'en adoptant un ton autoritaire pour soutenir les bonnes pratiques et sensibiliser les auditeurs aux accidents de la circulation

7. Interprétation des résultats de l'indicateur « Attrait émotionnel »

L'analyse de contenu basée sur les indicateurs pratiques de la recherche a été réalisée à l'aide d'une approche mixte.

L'épisode 2 (E2) de l'émission "Laman deg berdan" a enregistré le taux le plus élevé de fréquence de l'indicateur "attrait émotionnel" avec un score de 57. Cela signifie que cet épisode a présenté une plus grande expression émotionnelle de la part des acteurs de l'émission. En revanche, les épisodes E1 et E5 ont présenté une fréquence plus faible de l'indicateur "attrait émotionnel" avec un score de 24. Ces épisodes étaient plus informatifs que centrés sur l'aspect émotionnel.

L'analyse qualitative des contenus de l'échantillon de l'émission a révélé que l'indicateur "attrait émotionnel", était souvent exprimé par l'utilisation d'expressions liées aux émotions, à la familiarité et à l'empathie de la part des acteurs envers les auditeurs. L'émission cherchait à sensibiliser les auditeurs en abordant leur aspect émotionnel pour favoriser l'adoption d'un bon comportement.

En résumé, l'analyse de contenu a permis de constater que l'épisode 2 de l'émission présentait une expression émotionnelle plus élevée, tandis que les épisodes 1 et 5 étaient plus informatifs. L'indicateur "attrait émotionnel" a été exprimé à travers l'utilisation d'expressions liées aux émotions, à la familiarité et à l'empathie des acteurs envers les auditeurs.

8. Interprétation des résultats de l'indicateur « Autorité »

L'analyse de contenu réalisée selon une démarche mixte nous a permis d'interpréter les résultats en se basant sur des indicateurs pratiques de recherche. Dans l'émission "Laman Deg Berdan", les acteurs ont adopté une approche assertive en exprimant clairement leurs opinions et en prodiguant des conseils. L'indicateur "autorité" a été identifié et sa fréquence a été mesurée dans différents épisodes. L'épisode E4 a montré la fréquence la plus élevée de l'indicateur "autorité" avec 32 occurrences, indiquant que les acteurs se sont davantage appuyés sur une approche autoritaire dans cet épisode.

En revanche, l'épisode E1 a présenté une fréquence moins importante de l'indicateur "autorité" avec 18 occurrences, reflétant un recours moindre à l'approche autoritaire.

Il est intéressant de noter que les acteurs de l'émission n'ont jamais mentionné l'indicateur "autorité" lui-même. L'indicateur "autorité" a été observée au cours de l'analyse sous la forme d'indications et de règles énoncées par la loi, telles que celles dictées par le code de la route. Les acteurs de l'émission ont également utilisé des termes et un ton autoritaires pour exprimer le sérieux de leurs messages, transmettre des interdictions et promouvoir de bonnes pratiques, tout en sensibilisant les auditeurs aux accidents de la circulation.

Les exemples tirés des différents épisodes montrent comment l'indicateur "autorité" a été utilisée. Par exemple, dans l'épisode E1, le conseiller de l'émission a souligné la priorité accordée aux piétons dans les zones urbaines, conformément au code de la route. Dans l'épisode E2, Arezki Sedaoui a utilisé des termes arabes pour exprimer des restrictions légales et l'importance de mesures fortes pour parvenir à la sensibilisation. Dans l'épisode E3, le colonel de la gendarmerie a énuméré les infractions commises par un chauffeur de bus, utilisant un ton autoritaire pour décrire les manquements aux règles de conduite. Dans l'épisode E4, l'intonation de la voix du colonel de la gendarmerie a renforcé le message selon lequel les procédures judiciaires seraient plus strictes en cas de test d'alcoolémie positif.

Ces exemples démontrent comment les acteurs de l'émission ont utilisé l'indicateur "autorité" de manière implicite, en s'appuyant sur les règles et les indications légales, ainsi qu'en adoptant un ton autoritaire pour soutenir les bonnes pratiques et sensibiliser les auditeurs aux accidents de la circulation

9. Interprétation des résultats de l'indicateur « Attrait émotionnel »

L'analyse de contenu basée sur les indicateurs pratiques de la recherche a été réalisée à l'aide d'une approche mixte.

Les résultats obtenus nous ont permis de tirer les conclusions suivantes :

L'épisode 2 (E2) de l'émission "Laman deg berdan" a enregistré le taux le plus élevé de fréquence de l'indicateur "attrait émotionnel" avec un score de 57. Cela signifie que cet épisode a présenté une plus grande expression émotionnelle de la part des acteurs de l'émission. En revanche, les épisodes E1 et E5 ont présenté une fréquence plus faible de l'indicateur "attrait émotionnel" avec un score de 24. Ces épisodes étaient plus informatifs que centrés sur l'aspect émotionnel.

L'analyse qualitative des contenus de l'échantillon de l'émission a révélé que l'indicateur "attrait émotionnel", était souvent exprimé par l'utilisation d'expressions liées aux

émotions, à la familiarité et à l'empathie de la part des acteurs envers les auditeurs. L'émission cherchait à sensibiliser les auditeurs en abordant leur aspect émotionnel pour favoriser l'adoption d'un bon comportement.

En outre, l'analyse de contenu nous a permis de constater que l'épisode 2 de l'émission présentait une expression émotionnelle plus élevée, tandis que les épisodes 1 et 5 étaient plus informatifs. L'indicateur "attrait émotionnel" a été exprimé à travers l'utilisation d'expressions liées aux émotions, à la familiarité et à l'empathie des acteurs envers les auditeurs.

10. Interprétation des résultats de l'indicateur « Influence »

L'analyse de contenu basée sur les indicateurs pratiques de la recherche, réalisée selon une démarche mixte, a révélé des résultats significatifs. Les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont démontré une habileté dans l'utilisation de formulations subtiles afin d'influencer les auditeurs à adopter un comportement responsable et à modifier leurs habitudes de conduite. Il convient de souligner que l'analyse a spécifiquement évalué l'indicateur de "l'influence".

Dans cet échantillon, l'épisode 5 (E5) s'est démarqué avec le taux de fréquence le plus élevé pour l'indicateur "influence", atteignant 35. Cela suggère que cet épisode a été particulièrement axé sur l'influence des auditeurs. Le thème abordé dans cet épisode était la conduite pendant le mois sacré du Ramadan. Les acteurs de l'émission ont déployé des efforts accrus pour influencer les conducteurs à travers leurs discours et messages.

En revanche, l'épisode 2 (E2) a enregistré un taux de fréquence plus bas pour l'indicateur "influence", avec seulement 17 occurrences. Dans cet épisode, les acteurs de l'émission ont plutôt choisi d'informer les auditeurs sur le scanner automobile, plutôt que de chercher activement à les influencer.

En résumé, l'analyse de contenu a mis en évidence l'utilisation habile de formulations subtiles par les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" pour influencer les auditeurs à adopter un comportement responsable et à modifier leurs habitudes de conduite. L'épisode 5 a présenté le taux de fréquence le plus élevé pour l'indicateur "influence", tandis que l'épisode 2 a été davantage axé sur l'information plutôt que sur l'influence.

11. Interprétation des résultats de l'indicateur « Interactivité »

L'analyse mixte de l'indicateur "Interactivité" dans l'émission "Laman deg berdan" révèle une prévalence significative de cette dimension communicationnelle dans la langue kabyle par rapport aux langues française et arabe, observée de manière récurrente dans les épisodes E1, E2, E3 et E5. Cependant, l'épisode E4 se caractérise par l'absence totale d'interactions.

L'interactivité se manifeste par l'échange dynamique entre les acteurs de l'émission et les auditeurs, se matérialisant par le biais d'appels téléphoniques et de messages transmis par ces derniers. Quelques exemples tirés de l'échantillon illustratif permettent d'appréhender cette dynamique.

L'analyse de la fréquence de l'indicateur "Interactivité" révèle que l'épisode E1 se distingue par le plus grand nombre d'interactions, atteignant un chiffre de 96. Les auditeurs ont consacré davantage de temps pour s'exprimer par rapport aux autres épisodes. En contraste, l'épisode E2 présente une quasi-absence d'interactions avec les auditeurs.

Donc, cette analyse met en évidence le degré d'interactivité dans l'émission "Laman deg berdan" à travers les échanges entre les acteurs et les auditeurs. L'épisode E1 se démarque par un niveau élevé d'interactions, tandis que l'épisode E2 enregistre un nombre pratiquement nul d'interactions avec les auditeurs.

12. Interprétation des résultats de l'indicateur « Promouvoir un comportement »

L'analyse de contenu, réalisée selon une démarche mixte, a permis de mettre en évidence plusieurs résultats significatifs. Dans l'émission "Laman Deg Berdan", les acteurs ont continuellement promu des changements de comportement dans tous les épisodes (E1, E2, E3, E4, E5). Ils ont activement encouragé ces changements de comportement en saisissant chaque opportunité qui se présentait. Tout au long de l'échantillon analysé, les acteurs ont milité en faveur de ces changements de comportement, mettant en évidence leur engagement constant.

L'indicateur "promouvoir un comportement" n'a pas été explicitement mentionné, mais son influence transparait dans les actions et les déclarations des acteurs de l'émission. Par exemple, dans l'épisode E1, Zahir Zaidi incite les auditeurs à adapter leur vitesse en zone urbaine, soulignant l'importance de cette pratique. De même, l'animateur-producteur

sensibilise les auditeurs à éviter de conduire en état d'ivresse et propose des alternatives appropriées pour les buveurs, tout en soulignant l'importance du port du casque.

Dans l'épisode E3, le colonel de la gendarmerie encourage les auditeurs à prendre des initiatives pour signaler les comportements dangereux des conducteurs. Il insiste sur l'importance de la communication et du respect mutuel entre les conducteurs. Le colonel Bentir, dans le même épisode, souligne la nécessité de rétablir la culture du respect dans la société.

Ces exemples montrent que les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont cherché à promouvoir des comportements spécifiques en matière de conduite responsable. Ils ont utilisé différents langages, notamment le kabyle, l'arabe courant et l'arabe algérien, pour communiquer efficacement avec les auditeurs et renforcer leurs messages.

En résumé, l'analyse de contenu basée sur des indicateurs pratiques de recherche a démontré que les acteurs de l'émission "Laman Deg Berdan" ont continuellement promu des changements de comportement dans tous les épisodes, mettant en avant des pratiques de conduite responsables. Leur engagement a été manifeste à travers leurs déclarations, leurs encouragements et leur sensibilisation aux différentes situations routières.

13. Interprétation des résultats de l'indicateur « Changement de comportement »

L'analyse de contenu, basée sur des indicateurs pratiques de recherche et réalisée selon une démarche mixte, a permis de mettre en évidence certains résultats significatifs. Dans l'émission "Laman Deg Berdan", les acteurs ont accordé moins d'importance à l'indicateur du "changement de comportement" en mettant principalement l'accent sur la sensibilisation et la promotion d'un bon comportement. Ils ont souligné l'importance de pratiquer une conduite exemplaire à plusieurs reprises dans les épisodes, mais ce chiffre a diminué progressivement de l'épisode E1 à l'épisode E5, passant de 25 à 5 occurrences.

Cependant, l'indicateur du "changement de comportement" est apparu de manière significative dans les épisodes E1, E4 et E5, à travers les témoignages des acteurs de l'émission et les actions révélées par les auditeurs. Ces exemples tirés des échantillons de l'émission illustrent cette notion. Par exemple, dans l'épisode E1, Arezki Sedaoui, réalisateur et producteur de l'émission, mentionne que de nombreuses personnes ont exprimé leur appréciation pour les conseils fournis par l'émission. Dans l'épisode E4, Arezki Sedaoui souligne un bilan positif du changement de comportement, affirmant que les citoyens sont

devenus plus sensibilisés et prévenants. Le colonel Mohamed Bentir, dans le même épisode, évoque l'adoption d'un comportement de dénonciation des chauffeurs en cas de manœuvres dangereuses, soulignant le nombre d'appels de citoyens dénonçant de mauvais comportements.

Dans l'épisode E5, le colonel de la gendarmerie Mohamed Bentir déclare que de nombreux appels de dénonciation de comportements dangereux ont été enregistrés par le service de la gendarmerie.

En somme, l'analyse de contenu a révélé que l'indicateur du "changement de comportement" était moins prédominant dans l'émission "Laman Deg Berdan", avec une diminution progressive des occurrences au fil des épisodes. Cependant, il est apparu de manière significative dans les épisodes E1, E4 et E5, grâce aux témoignages des acteurs de l'émission et aux actions révélées par les auditeurs.

14. Interprétation des résultats de l'indicateur « Accidents de circulation »

L'analyse des données révèle des résultats significatifs pour l'indicateur "Accident" dans l'émission "Laman Deg Berdan". L'épisode E5 se démarque avec une fréquence élevée de 102 occurrences, attribuable au débat sur la conduite pendant le mois sacré du Ramadan, en particulier les quatre premiers jours où de nombreux accidents ont eu lieu. Cela démontre l'importance accordée à ce thème au sein de l'émission.

En revanche, l'épisode E4 présente la fréquence la plus basse pour l'indicateur "Accident", avec seulement 32 mentions, en raison du débat sur le comportement des chauffeurs de bus. Le sujet abordé diffère de la problématique centrale des accidents de circulation, ce qui explique la réduction de la récurrence de l'indicateur.

Ces résultats soulignent l'impact du choix des sujets de discussion sur la fréquence de l'indicateur "Accident" dans l'émission. Il est crucial de considérer la pertinence thématique et de se concentrer sur les problématiques liées aux accidents de circulation afin de maintenir une fréquence élevée de cet indicateur. Cela favorisera une sensibilisation accrue du public et encouragera une conduite responsable sur les routes.

7.2 Vérifications des hypothèses

Après avoir interprétés les résultats de notre recherche, nous allons procéder à la vérification de nos hypothèses, en les affirmant ou les infirmant.

A. Vérification de l'hypothèse théorique

- La communication de proximité via les voies radiophonique contribue à la sensibilisation des routiers contre les accidents de la circulation.

Variable indépendante : La communication de proximité

Variable dépendante : La sensibilisation contre les accidents de la circulation

Effectivement, notre hypothèse théorique est bien affirmée et cela par la forte fréquence des indicateurs « proximité » et « sensibilisation », et leur présence dans l'ensemble du contenu des épisodes de l'échantillon de l'émission.

L'indicateur « proximité » exerce une grande fréquence sur l'ensemble des épisodes de cet échantillon en particulier dans E1 et E5 et cela pour la forte utilisation des auditeurs des termes relatifs à la proximité géographique, et à leurs appartenances à la communauté locale par l'utilisation de la langue régionale et le respect des valeurs culturelles.

L'indicateur « sensibilisation » apparaît fortement dans E4, et cela par rapport à la grande partie du temps consacré par les acteurs de l'émission à la sensibilisation des routiers contre les accidents de circulation dans le but de promouvoir un bon comportement sur la route.

B. Vérification des hypothèses pratiques

1. Les messages émis par l'émission "Laman deg bardan" de la radio SOUMMAM participent à informer et à accompagner les auditeurs sur les bonnes pratiques à adopter sur la route.

Variable indépendante : Les messages émis par l'émission.

Variable dépendante : Informer et accompagner les auditeurs.

L'analyse de contenu des épisodes de l'émission « Laman deg bardan », confirme la première hypothèse pratique, car effectivement les messages émis par l'émission servent réellement à :

- informé les auditeurs, ce qui a été vérifié par la présence des messages d'informations dans la totalité des épisodes de l'émission, que ce soit par le billon d'information sur les accident de la circulation fournis par les acteur locaux d'une part, d'une autre part, par les information pertinentes qui surgissent a travers le traitement du thème d'actualité de la semaine ce qui justifie la haute fréquence de cette indicateur en E1 et E2.
 - L'accompagnement des auditeurs afin d'adopté les bonnes pratiques sur les route et suscité le changement de comportement de ces dernière a travers les conseils et les explications fournis par les acteurs de l'émission en particulier dans les épisodes E3 et E4.
2. La participation des acteurs de l'émission "Laman deg bardan" de la radio SOUMMAM contribue à établir un lien de proximité entre l'émission et les auditeurs routiers dans le but du changement de leurs comportement relatif a la conduite

Variable indépendante : la participation des acteurs de l'émission.

Variable dépendante 01 : établir un lien de proximité.

Variable dépendante 02 : le changement de leurs comportement relatif a la conduite.

Effectivement, la participation active des acteurs de l'émission permet d'établir un lien de proximité entre les auditeurs et les acteurs de l'émission, et cela a déjà été affirmé dans l'hypothèse théorique par la prestance de l'indicateur « proximité » dans le contenu de l'émission d'une part, d'une autre part, par la présence de l'indicateur « attrait émotionnel » qui atteint ça plus grande fréquence dans l'épisode E2 et qui prend forme a travers les termes utilisé par les acteurs de l'émission, qui suscitent familiarisation avec le publique, l'empathie, la gentillesse, etc. Ce lien de proximité permet l'information, la sensibilisation, la mobilisation, l'accompagnement, et la promotion de comportement dans le but d'inciter les auditeurs au changement de comportement.

La fréquence de l'indicateur « changement de comportement », est beaucoup plus utilisé, afin de promouvoir un comportement E1, mais il est possible de constaté le changement de comportement, a travers les dires et des témoignages des acteurs de l'émission durant la diffusion, sur l'adoption du bon comportement par les citoyens ce qui a été perçus dans l'ensemble des épisodes E1, E4 et E5. A titre d'exemple : la déclaration du colonel de la

gendarmerie, un des acteurs permanant de l'émission, sur l'adoption des citoyens le comportement de dénonciation des chauffeurs en cas de manœuvre dangereuse "effectivement, on a reçu beaucoup d'appels de citoyens qui ont dénoncé le mauvais comportement des chauffeurs de bus dans lesquels ils se sont déplacés".

A travers notre analyse, on constate que notre deuxième hypothèse pratique a été affirmée et qu'effectivement la participation des acteurs de l'émission contribue à établir un lien de proximité qui favorise le changement de comportement.

3. L'interaction des auditeurs avec l'émission "Laman deg bardan", contribue à la mobilisation et l'influence des auditeurs pour l'adoption d'un bon comportement sur les routes.

Variable indépendante : l'interaction des auditeurs.

Variable dépendante 01 : mobilisation et influence des auditeurs.

Variable dépendante 02 : l'adoption d'un bon comportement.

Pour cette hypothèses, l'intervention des auditeurs est belle est bien présente dans la majorité des épisodes de l'échantillon, la fréquence de l'indicateur « interactivité », atteins son plus gros chiffre a travers l'analyse quantitative de cet indicateur dans l'épisode E1, cette interactivité permet la participation des auditeurs a l'émission et a son contenu, leur participation a la diffusion de l'information, a fournir des explications, de participé a la sensibilisation, a l'accompagnement, a la persuasion, a la mobilisation, et a la promotion du bon comportement.

L'indicateur « mobilisation » apparaît dans tous les épisodes de cet échantillon de l'émission, il atteint sa plus grosse fréquence dans l'épisode E4, il prend forme a travers les conseils de mobilisation que tous les participons de l'émission offrent aux auditeurs, a titre d'exemple le conseil de mobilisation de l'intervenant numéro 2 de l'épisode E1, qui incite ses confrères a l'utilisation d'un matériel professionnel pour offrir un meilleur service, pour les usagers de la route.

L'indicateur « influence », apparait lui aussi de façon permanente, dans tous les épisodes de l'émission, il atteint sa plus grosse fréquence dans l'épisode E1, il est exprimé par plusieurs termes et expressions utilisé dans les technique de persuasion, « il le faut », « il est impérative », ou a traves des exemples concret, utilisé par les acteurs et les participons de

l'émission, dans le but de faire ressentir le besoin des auditeurs, afin de les incité pour l'adoption du comportement promu.

La présence des indicateurs dans les épisodes de l'émission « Laman deg bardan », nous permet d'affirmé notre troisième hypothèses pratique, et de confirmé que la participation des auditeurs permet la mobilisation et influence les auditeurs pour l'adoption d'un bon comportement.

Conclusion

En se basant sur l'analyse de cas portant sur l'émission radiophonique "Laman deg berdan" diffusée sur la station radio Soummam à Bejaia, dans le dessein de sensibiliser les conducteurs routiers contre accidents de la circulation, cette recherche nous a permis d'appréhender les composantes de communication de proximité inhérentes à ladite émission ainsi que son objectif poursuivi. L'objectif de notre recherche consiste à examiner l'utilisation de l'émission radiophonique "Laman deg berdan" en tant que moyen de communication de proximité visant à sensibiliser les routiers vers un changement de comportement dans le domaine de la sécurité routière.

Notre étude se focalise sur l'analyse de contenu manuelle et auditive de l'émission "Laman deg berdan", mettant l'accent sur la communication de proximité et la sensibilisation des conducteurs routiers contre les accidents de la circulation. L'émission se caractérise par des structures récurrentes, avec des changements thématiques diffusés à la radio. Notre démarche méthodologique repose sur une approche mixte, alliant des méthodes quantitatives et qualitatives, en utilisant des indicateurs spécifiques adaptés à notre problématique et à nos objectifs de recherche.

Et pour répondre à notre question principale nous avons mis l'accent sur l'importance de la communication de proximité comme étant un moyen de sensibilisation très efficace afin d'inciter le changement de comportement des routiers contre les accidents de circulation, par l'adaptation du message à la cible, tout en respectant le principe socio-culturel des auditeurs, l'expertise des invités de l'émission contribue à influencer la sensibilisation des routiers contre les accidents de circulation, ainsi que les auditeurs participants aussi.

Les résultats obtenus par notre modeste étude se résument en :

- L'émission "Laman Deg Berdan" met l'accent sur la sensibilisation à la prévention routière, en promouvant des comportements responsables et en fournissant des informations pertinentes.
- Les acteurs utilisent des techniques persuasives pour convaincre les auditeurs d'adopter un comportement responsable au volant, en utilisant des arguments logiques, des exemples concrets et des références à des experts.
- L'émission suscite un attrait émotionnel en utilisant des expressions liées aux émotions, à la familiarité et à l'empathie pour sensibiliser les auditeurs.
- L'épisode 5 se distingue par son influence élevée, mettant l'accent sur l'influence des auditeurs dans le contexte de la prévention routière.
- L'interactivité entre les acteurs et les auditeurs est plus prononcée dans l'épisode 1, avec des appels téléphoniques et des messages transmis par les auditeurs.

- Les acteurs continuellement encouragent le changement de comportement, en promouvant des pratiques de conduite responsables et en dénonçant les comportements dangereux.

En conclusion de cette étude, il est apparu que l'émission "Laman deg berdan" répond à notre problématique, permettant ainsi d'acquérir une compréhension approfondie de sa contribution en matière de communication de proximité visant à sensibiliser les conducteurs routiers aux accidents de la circulation. Nous avons identifié les différentes stratégies mises en place par l'émission pour sensibiliser les auditeurs, ainsi que l'impact de la participation des auditeurs sur la sensibilisation et le changement de comportement en matière de sécurité routière, cependant il est crucial de prendre les différences linguistiques et culturelles pour garantir une communication de proximité efficace et inclusive. En adoptant des stratégies d'inclusion linguistique et en impliquant la communauté locale, l'émission « Laman deg berdan » pourra mieux répondre aux besoins des auditeurs régionaux qui ne comprennent pas l'arabe ou le français, favorisant ainsi une sensibilisation plus étendue et un changement de comportement positif.

En concluant cette recherche par la fait d'ouvrir des nouvelles pistes de recherche qui vont, peut être, permettre aux futurs chercheurs de mener des enquêtes sur le terrain, on s'appuyant sur elles, comme par exemple :

- 1- Analyser le changement du comportement des conducteurs par une recherche scientifique basée sur l'exploration de la relation entre les routiers et les formations au niveau des auto-écoles. C'est-à-dire, mener au travail de recherche sur les stratégies de communication adoptées par les auto-écoles dans la formation des conducteurs.
- 2- Créer un suivi communicationnel, afin d'inviter les routiers à participer à des focus group pour la sensibilisation contre les accidents de la circulation.

Liste bibliographique :

Ouvrage :

1. Amina Ndiaye, "Sécurité routière : Comprendre, Agir, Évaluer", (2019), l'harmattan, France.
2. Antoinette Pole et al, Communication and Society : A Critical Introduction, 2019, 3ème édition, Royaume-Uni.

Liste bibliographique

3. Bryman A, "Social Research Methods", (2016), Oxford University Press, 5th edition, United Kingdom.
4. Creswell. J. W, "Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches", (2014), Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 4ème édition.
5. David W. Stewart et Michael W. Ström, "The Handbook of Persuasion and Social Marketing", (2019), 2nd edition, USA.
6. James Price Dillard, Lijiang Shen, "The Persuasion Handbook : Developments in Theory and Practice", (2019), 3rd edition, USA.
7. Marie-Françoise Fuchs et Catherine Delgoulet, "L'accompagnement en action sociale", (2016), Dunod, France.
8. Marie-Hélène Gilbert, "Accompagnement professionnel et formation : perspectives plurielles", (2016), De Boeck Supérieur, Belgique.
9. Mustapha Bensassi, "Sécurité routière : Comprendre pour agir", (2018), La Documentation Française, France.
10. Organisation internationale de la Francophonie, « La communication de proximité », (2015).
11. Perrenoud, P, "Développer la pratique réflexive dans le métier d'enseignant : professionnalisation et raison pédagogique", (2004), Armand Colin, 2ème édition, France.
12. Richard E. Petty et John T. Cacioppo, "Communication and Persuasion : Central and Peripheral Routes to Attitude Change", (1986), Springer-Verlag, New York, USA.
13. Robert T. Craig, "Communication Theory : Epistemological Foundations", (1999), 1st edition, USA.
14. Thiery Libaert, "La communication de proximité", (2001), 2ème édition, France.
15. Tilly Charles, "Social movements 1768-2004", Paradigm Publishers, 1st édition, États-Unis 2004.
16. UNESCO, "Guide pour la planification de la communication de proximité", (2013).

Articles :

1. Johnson & al., "Engagement Theory and Public Health Messaging: A Theoretical Framework" (2011), Journal of Health Communication, vol. 16, sup1.
2. Joseph N. Cappella, Kathleen Hall, "The Uses and Gratifications of Time Shifted TV", (1997), Communication Research, vol. 24, no. 4.

Liste bibliographique

3. Martin Fishbein et Icek Ajzen, "The Theory of Reasoned Action and Its Variants: An Overview of the Theory, Its Usefulness and Problems Encountered", (2010), 1st edition, USA.

Dictionnaires :

1. François Jost, "Dictionnaire de la culture médiatique", (2011), Armand Colin, France.
2. Michael Kunczik, "The Handbook of Global Media Research", (2001), Routledge, États-Unis.
3. Patrick Barrère, "Dictionnaire critique de l'éducation populaire", (2012), La Découverte, France.

Thèses et mémoires :

1. Jennifer A. Keach: intitulé "Exploring the role of networks and proximity for communication satisfaction in an academic library ", a l'Université de James Madison, de Harrisonburg, Virginia aux Etas Unis.2016.
2. Sébastien POULAIN. A : «Les radios alternatives : l'exemple de Radio Ici et Maintenant». Par l'Université Bordeaux Montaigne École doctorale Montaigne-Humanités (ED 480). 2 juillet 2015.
3. SIDI SAID Yamina et REDAOUI Dyhia : "La prévention des accidents de la circulation en Algérie : vers une approche globale", à l'université Mouloud Mammeri De Tizi Ouzou, en Algérie. 2017.

Sites web :

1. "History of Radio". In Encyclopedia Britannica. (2021). <https://www.britannica.com/technology/radio-technology#ref585926>
2. Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail (EU-OSHA). (2019). <https://osha.europa.eu/en/themes/road-safety>
3. Banque mondiale, "*Guide pratique : la communication de proximité pour le développement*", (2012), Consulté le 03 mars 2023, sur <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/11952/716790FRE0P12200Box0361524B00PUBLIC0.pdf?sequence=1&isAllowed=y> .
4. Commission européenne. (2017). Study on the Socio-Economic Benefits of Road Safety Measures. <https://ec.europa.eu/transport>

Liste bibliographique

5. Foundation Vinci Autoroutes. (2021). Les conséquences des accidents de la route sur les proches des victimes. <https://www.fondation-vinci-autoroutes.com/les-consequences-des-accidents-de-la-route-sur-les-proches-des-victimes>
6. <https://www.algerie-eco.com/2020/02/06/accidents-de-la-route-leur-cout-sepasse-les-33-milliards-de-dollards-en-algerie-en-2019/>
7. <https://www.inserm.fr/information-en-sante/expertises-collectives/accidents-routiers-jeunes-conducteurs/facteurs-risque>
8. <https://www.who.int/fr> (Organisation mondiale de la santé).
9. INRS. (2021). Statistiques - Les accidents de la route. <https://www.inrs.fr/statistiques/accidents-routiers.html>
10. INSERM. (2021). Les facteurs de risque des accidents de la route impliquant des jeunes conducteurs.
11. ISO. (2021). Road vehicles - Traffic accident analysis and biomechanics - Vocabulary. <https://www.iso.org/standard/55794.html>
12. La Banque Mondiale <https://data.worldbank.org/indicator/SH.STA.TRAF.P5?locations=DZ> consulté : le 26-12-2022.
13. Le site web de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) https://www.who.int/gho/road_safety/mortality/en/
14. Ministère des transports de l'Inde. (2021). National Road Safety Policy. <https://morth.nic.in/national-road-safety-policy>
15. National Highway Traffic Safety Administration. (2021). About NHTSA. <https://www.nhtsa.gov/about-nhtsa>
16. OCDE. (2015). Études de l'OCDE sur la sécurité routière. OCDE Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264233540-fr> Consulté le 28/04/2023.
17. OCDE. (2021). Road safety. <https://www.oecd.org/transport/safety/road-safety.htm>
18. Organisation internationale de la Francophonie, *La communication de proximité*, (2015) https://www.francophonie.org/IMG/pdf/1_communication_de_proximite.pdf.
19. Organisation mondiale de la Santé (OMS). (2021). Traumatismes dus aux accidents de la route. <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/road-traffic-injuries>
20. Organisation mondiale de la santé. (2021). Ceintures de sécurité. <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/seat-belts>
21. Sambandaraksa, D. (2017). Why radio still matters in the digital age. TechWire Asia. <https://techwireasia.com/2017/08/radio-still-matters-digital-age/>

Liste bibliographique

22. Sécurité routière. (2021). Plan national pour la sécurité routière. <https://www.securite-routiere.gouv.fr/les-chiffres/plan-national-pour-la-securite-routiere>
23. Sleep. (2018). The global burden of disease: 2004 update. <https://academic.oup.com/sleep/article/31/8/1007/2454079>
24. UIT. (2019). Radio et développement durable. https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/stg/D-STG-SG02.16.3-2019-PDF-FR.pdf
25. UNESCO, "*Guide pour la planification de la communication de proximité*", (2013), <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000223071>
26. UNESCO. (2018). La radio de proximité. <https://fr.unesco.org/themes/communication-information/communication-information-rurale/la-radio-proximite>
27. University of California. (2020). Distracted driving. https://www.dmv.ca.gov/portal/dmv/detail/about/safety/traffic_safety/distracted
28. University of Florida. (2020). Florida Traffic Crash Facts - 2019. https://www.flhsmv.gov/pdf/crashreports/crash_facts_2019.pdf

Annexe

Guide d'entretien de la pré-enquête

Axe 01 : la radio SOUMMAM et l'émission "laman deg bardan"

- L'histoire de la radio SOUMMAM et l'émergence de l'émission "laman deg bardan" ?
- A quoi consiste cette émission ?
- Comment l'émission procède t'elle pour sélectionné ces invités ?
- Es ce qu'il existe une interaction entre les acteurs de l'émission avec les auditeurs ?

Axe 02 : la communication de proximité

- C'est quoi la communication de proximité pour l'émission "Laman deg bardan" ?
- A quoi sert-elle ?
- Quelle sont les stratégies de communication de proximité et les moyens utilisé par l'émission afin de sensibilisé les routiers contre les accidents de la circulation ?
- La communication de proximité est elle arrivé a l'objectif attendu par l'émission ?

Axe 03 : les accidents de la circulation

- Comment est définie un accident de la circulation à travers l'émission "Laman deg bardan" ?
- Comment cette émission arrive à recuire les informations concernant les accidents de la circulation ?
- Quelles sont les causes des accidents de la circulation qui revienne le plus dans l'émission ?
- Quelles sont les conseils et les bonnes pratiques à entreprendre sur les routes afin de prévenir des accidents de la circulation ?

			renforcer ses arguments ? Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », présente-t-il des sources d'autorité ou d'expertise pour renforcer sa crédibilité ? Fait-il référence à des études, des recherches ou des témoignages de spécialistes ?
	éthique	Autorité	
	éthique	Promouvoir un comportement	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », vise-t-il à encourager l'adoption du bon comportement ?
04- L'informé et accompagné les auditeurs	Médiation	Information	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », fournit-il des informations pertinentes, précises et fiables ? Est-il basé sur des sources crédibles ?
	Authenticité	Accompagnement	Le contenu de l'émission « Laman

			deg bardan », propose-t-il des conseils, des ressources ou des étapes pratiques pour aider les auditeurs à faire face au problème lié la prévention routière ?
05- La participation des acteurs de l'émission et des auditeurs	Interactivité	Interactivité	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », encourage-t-il l'interaction des acteurs de l'émission et des auditeurs ?
06- Mobilisation et influence des auditeurs.	Authenticité	Mobilisation	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », encourage-t-il les auditeurs à s'engager pour prévenir contre les problèmes lié à la prévention routière ? Ou insiste t-il la participation des auditeurs a des mouvements ou événement ?

	Pertinence	influence	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », a-t-il le potentiel d'influencer les attitudes, les opinions ou les comportements des auditeurs ?
07- Le changement et l'adoption d'un bon comportement relatif a la conduite	pertinence	Changement de comportement.	Le contenu de l'émission « Laman deg bardan », vise-t-il à provoquer un changement durable dans les comportements des routiers ? Propose-t-il des stratégies d'adoption et de maintien des bonnes pratiques derrière le volant ?

Table des matieres

Introduction.....	1
--------------------------	----------

Cadre méthodologique

Chapitre 1

Analyse conceptuelle

1.1 Problématique.....	3
1.2 Hypothèses	6
1.2.1 Hypothèse théorique.....	6
1.2.2 Hypothèses pratiques	6
1.3 Objectifs de la recherche.....	7
1.3.1 Objectifs académiques et scientifiques	7
1.3.2 Objectifs socioculturelles.....	7
1.3.3 Objectifs éducatifs	8
1.4 Raison du choix du thème.....	8
1.4.1 Les raisons objective du choix de ce thème.....	8
1.4.2 Les raisons subjectives du choix de ce thème.....	9
1.5 Analyse des concepts	10
1.5.1 Communication de proximité	10
1.5.2 Accidents de la circulation	11
1.5.3 Radiophonie	11
1.5.4 Sensibilisation	12
1.5.5 Accompagnement	13
1.6 Les études antérieures.....	14

Chapitre 2

Démarche méthodologique

2.1 Démarche théorique	19
2.1.1 La théorie de la communication engageante.....	19

2.1.1.1 Les indicateurs de la théorie de la communication engageante.....	22
2.1.2 La théorie de la communication persuasive.....	22
2.1.2.1 Les indicateurs de la théorie de la communication persuasive.....	24
2.1.3 Les indicateurs pratiques de la recherche.....	25
2.2 La démarche méthodologique.....	28
2.3 L'outil de l'étude	29
2.4 Echantillon de l'étude.....	30
2.5 Etape de la réalisation de la recherche.....	30
2.5.1 Pré-enquête	30
2.5.2 L'Enquête.....	35

Cadre théorique

Chapitre 3

La communication de proximité

3.1 Quesque la communication de proximité.....	37
3.2 Les enjeux de la communication de proximité	39
3.3 Les caractéristiques de la communication de proximité	41
3.3.1 Interaction directe	41
3.3.2 Adaptation au contexte local.....	41
3.3.3 Participation active du public	41
3.3.4 Dialogue.....	41
3.3.5 Personnalisation.....	41
3.3.6 Échange de connaissances	42
3.3.7 Participation communautaire	42
3.3.8 Utilisation de canaux de communication variés	42
3.4 Les avantages de la communication de proximité	42
3.5 Les limites de la communication de proximité	43

Chapitre 4

Accidents de circulations

4.1 Causes des accidents de la circulation.....	45
4.1.1 Les facteurs humains.....	45
4.1.2 Les facteurs liés au véhicule	46
4.1.3 Les facteurs environnementaux.....	47
4.2 Les conséquences des accidents de la circulation	47
4.2.1 Les conséquences pour les victimes	48
4.2.2 Les conséquences pour les proches des victimes.....	48
4.2.3 Les conséquences pour la société	49
4.3 Prévention et réduction des accidents de la circulation	50
4.3.1 Les mesures de prévention individuelles.....	50
4.3.2 Les mesures de prévention collectives	51

Chapitre 5

La Radio

5.1 Les différents types de transmission radio.....	54
5.1.1 L’amplitude modulée (AM)	54
5.1.2 La fréquence modulée (FM).....	55
5.1.3 La diffusion audio numérique (DAB).....	55
5.2 Le rôle de la radio dans la communication de proximité.....	55
5.3 Les stratégies de communication radio pour sensibiliser les routiers contre les accidents de circulation	56

Cadre Pratique

Chapitre 6

Présentation des données

6.1 Présentation de la structure d’accueil.....	58
6.2 Fiches techniques des échantillons du contenu de l’émission “Laman deg bardan	59
6.3 Analyse de contenu	64

Chapitre 7

Présentations des résultats

7.1 Interprétation des résultats.....	110
7.2 Vérifications des hypothèses	122
Conclusion	126

Liste bibliographique

Annexe

Table des matieres

Résumé

Résumé

Dans cette étude, nous avons effectué une analyse de l'utilisation de la communication de proximité par une émission radiophonique visant à modifier le comportement des conducteurs routiers en matière de sensibilisation aux accidents de la circulation.

Pour ce dessein, nous avons mené une enquête au sein de la radio Soummam, en nous concentrant spécifiquement sur l'émission "Laman deg berdan". Nous avons procédé à une analyse de contenu portant sur cinq épisodes de cette émission.

À partir des réponses obtenues, nous avons conclu que l'émission "Laman deg berdan" de la radio Soummam sensibilise les conducteurs routiers en utilisant des stratégies de persuasion et d'engagement, qui jouent un rôle essentiel dans la communication de proximité.

Conceptes clés : Communication de proximité, Accidents de la circulation, Radiophonie, Sensibilisation, Accompagnement.

Summary

In this study, we conducted an analysis of the utilization of proximity communication by a radio program aimed at modifying the behavior of road drivers regarding awareness of traffic accidents.

To this end, we conducted an investigation within Soummam radio, specifically focusing on the program "Laman deg berdan". We conducted a content analysis of five episodes of this program.

Based on the obtained responses, we concluded that the "Laman deg berdan" program on Soummam radio sensitizes road drivers by employing persuasive strategies and engagement, which play a crucial role in proximity communication.

Key Concepts: Proximity Communication, Traffic Accidents, Radiophony, Awareness, Support.

ملخص

في هذه الدراسة، أجرينا تحليلاً لاستخدام الاتصال الجوّاري من قبل برنامج إذاعي يهدف إلى تعديل سلوك سائقي الطرق فيما يتعلق بزيادة الوعي بحوادث المرور.

لهذا الغرض، أجرينا تحقيقاً داخل إذاعة سومام، مع التركيز بشكل خاص على برنامج "لامان دق بردان". قمنا بتحليل محتوى خمس حلقات من هذا البرنامج.

استنتجنا من الإجابات المتحصّل عليها أن برنامج "لامان دق بردان" لإذاعة سومام يزيد من الوعي لدى سائقي الطرق من خلال استخدام استراتيجيات الإقناع والالتزام، التي تلعب دوراً حاسماً في الاتصال الجوّاري.

المفاهيم الرئيسية: التواصل القريب، حوادث السير، الإذاعة، التوعية، الدعم