

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEURE ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE ABDERAHMANE MIRA BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DEPARTEMENT DES SCIENCES
HUMAINES



Mémoire de fin de Cycle

Pour l'obtention du diplôme de Master en Presse Imprimée et
Électronique
Thème

Le web 2.0 et développement de la
fonction information des médias

Réaliser par
AIT SAHEL Kenza
AKLIL Amel

sous la direction de
Mme BOUKHALFA KHADIDJA

ANNEE UNIVERSITAIRE 2023/ 2024

REMERCIEMENT

Au terme de notre travail, nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à Dieu, de nous avoir donné la patience, le courage et la force nécessaires pour élaborer ce modeste travail.

*Nous tenons également à exprimer nos sincères remerciements à Madame **Boukhalfa Khadidja**, notre promoteur de recherche, pour son accompagnement précieux tout au long de l'élaboration de ce travail. Sa profonde expertise, sa patience, sa rigueur scientifique et son soutien constant, la réalisation de ce projet. Ses conseils avisés et son engagement envers notre réussite académique. Nous lui sommes profondément reconnaissants pour sa disponibilité, son dévouement et sa contribution significative à notre parcours de recherche.*

*Nous remercions vivement l'ensemble du personnel de la chaîne **EL BILAD TV** pour leur accueil chaleureux, ainsi que leurs collaborations et leurs aides dans notre enquête.*

Comme nous tenons à remercier chaleureusement tous les enseignants qui ont contribué à notre formation tout au long de nos études.

Ainsi que toutes les personnes qui nous ont aidées de près ou de loin afin de réaliser ce travail dans les bonnes conditions.

Enfin, sans oublier le soutien affectif et matériel de nos familles, amis(es) qu'elles trouvent ici l'expression de notre attachement.

AKLIL AMEL

AIT SAHEL KENZA

DÉDICACE

Ce modeste travail est le fruit de mes efforts que je tiens à dédier :

A, mes très chers parents qui ont attendu et espérer ma réussite, je leurs témoigne mon profond respect et beaucoup de reconnaissances pour tout ce qu'ils ont fait pour moi et à qui je ne rendrai jamais assez.

A mes chers frères et sœurs

Rabah, Larbi, Syphax & jigou Siham, Kahina, Souad

Je tiens à vous exprimer ma plus profonde gratitude pour votre soutien indéfectible tout au long de ce parcours. Votre présence, vos encouragements et votre amour ont été une source constante de force et d'inspiration pour moi.

A vous mes cousines préférées

Serine, Lydia & Sarah

À mes chères amies.

*À ma binôme **AMEL**, et à toutes mes chères amies, **Yasmine et Yasmine, islam, Samy.***

*A vous **Manel, Djouhaina, Noussayba et Yasmine** et toutes les autres merveilleuses rencontres durant notre période de stage à la résidence SAID HAMDIN à ALGER.*

Ce mémoire est dédié à notre amitié, notre solidarité et notre partage de joie et de peine.

Que ce mémoire soit un hommage à toutes les voix qui ont enrichi mes réflexions, élargi mes horizons et façonné mes idées.

A. KENZA

DÉDICACE

Il est difficile d'exprimer par des mots toute ma gratitude envers les personnes qui m'ont soutenues tout au long de mon parcours académique et de la rédaction de ce mémoire. C'est pourquoi j'aimerais dédier ce travail à tous ceux qui ont été présents à mes côtés, m'encourageant et me motivant tout au long de cette aventure. Je commence par vous mes chers parents ma force et mon courage dans ma vie dieu vous garde à mes côtés.

A ma sœur jumelle Yasmine ainsi mes deux frères zinne Eddine et mimou.

A mes cousins doudou, youba, mazigh et halim.

A vous mes chères cousines Kahina, Maissa et Marina.

A toi ma copine : Hanane.

A vous mes chéries de l'étranger loin de mes yeux près de mon cœur : Hanane, Mira, Samia.

A toi ma binôme Kenza.

A vous Manel, Djouhaina, Noussayba et Yasmine et toutes les autres merveilleuses rencontres durant notre période de stage à la résidence SAID HAMDIN à ALGER.

Je remercierai toute les autres membres de ma famille (Jeddi, cety mes tantes et mes autres cousins et cousines ,,,,))

Et je terminerai avec vous Yasmine saoudi et tous mes collègues étudiants de notre groupe master2 PIE je vous souhaite que de la réussite dans votre vie.

"Que ce mémoire marque le début d'une longue et fructueuse carrière, et que chaque pas que je franchise me rapproche d'un peu plus de la réalisation de mes rêves".

AKLIL.AMEL

Table des matières :

Tableau des abréviations :.....	7
Liste des tableaux :	8
Liste des figures :.....	9
Introduction.....	12
<i>Cadre méthodologique</i>	3
Chapitre 1 : Analyse conceptuelle.....	4
1. Problématique :.....	6
2. Les hypothèses :	9
3. Définition des concepts :	9
4. Les indicateurs :.....	15
5. Les raisons du choix du thème :	15
6. Les objectifs de l'étude :.....	16
7. Les études antérieures	16
Chapitre 2 : démarche méthodologique	23
1. Approche théorique et méthodologique :	24
1.1 Approche théorique :	24
1.2 Echantillon de l'étude :.....	24
2.1 Définition de la méthode :	25
2.2 Méthode de l'étude :.....	25
2.3 Outil de l'étude :.....	26
3. Etapes de réalisation de l'enquête :	28
<i>Le cadre théorique de la recherche</i>	29
Chapitre 3 : Specificité du Web 2.0	29
3.1.1. Histoire du web 2.0 :	30
3.1.2. L'arrivée du web en Algérie :	31
3.1.3 Les objectifs d'Alegria 2.0 :	31
3.1.4 Les caractéristiques du web 2.0 :.....	32

3.1.5	Les applications du web 2.0 :	33
3.1.6	Les médias du Web 2.0 :	33
3.1.8	Les avantages du Web 2.0 :	36
3.1.7.	Les défis du Web 2.0	36
3.1.8.	L'avenir du Web 2.0 :	36
3.1.9.	Les grandes familles d'usages	37
3.1.10	Conclusion :	38
Chapitre 4 : L'information des médias		41
4.1.2.	L'information à l'ère numérique :	42
4.1.3.	Évolution des fonctions d'information des médias à l'ère de Web 2.0	43
4.1.4.	Impact de Web 2.0 sur les fonctions d'information des médias	43
4.1.5 :	les caractéristiques de l'information des médias :	44
4.1.6.	Les avantages et les inconvénients de l'information des médias :	45
4.1.7.	La conclusion :	45
<i>Le cadre pratique de la recherche</i>		46
<i>Chapitre 5</i>		47
<i>Présentation des données</i>		47
5.1.	Présentation de lieu de recherche :	49
5.2	. Présentation des données de recherche :	54
<i>Chapitre 6</i> :		55
<i>Analyse et interprétation des données</i>		55
<i>Chapitre 7</i>		64
<i>Vérification des hypothèses</i>		64
<i>Conclusion</i>		69
<i>La liste bibliographique</i>		1
<i>Les annexes</i>		1

Tableau des abréviations :

Web	World wide web
5 W	who, what, where, when, why
Tic	Technologies de information et de la communication
RSS	Really simple syndication
Http	HyperText Transfer Protocol
Html	HyperText Markup Language
IPTV	Internet Protocol télévision
MPTIC	Ministère de la poste et des technologies de l'information et de la communication
ANPDPT	l'agence Nationale de promotion et développement des parcs technologiques

Liste des tableaux :

Tableaux	Titre	Page
N°01	Les indicateurs de recherche	15
N° 02	Répartition des enquêtés	53

Liste des figures :

Figure 1 passage du web 1.0 vers le web 2.0 (loukem Mohamed El Hadi1. ALIOUALI Nadia. Mémoire sur le Web 2.0 et bibliothèques. Université Ben-Aknoun, Alger, Algérie 2015, pg 01).....	30
Figure 2 logo de la chaine EL BILAD tv (Google image)	49

Résumé :

Ce mémoire porte sur le thème du web 2.0 et développement de la fonction information des médias

Le premier objectif de notre recherche c'est de découvrir comment le web 2.0 a développé la fonction d'information dans le domaine médiatique et comment ce dernier a pu influencer le monde journalistique à développer leur travail à l'ère numérique à la raison de bien diffuser l'information d'une manière pertinente et efficace :

Notre problématique se focalise sur la question suivante : comment le web 2.0 à développer la façon dont les médias fournissent leurs informations ?

Pour pouvoir répondre à notre problématique, nous avons optées pour une recherche qualitative au sein de la chaîne EL BILAD TV.

Par rapport à nos résultats obtenus :

L'arrivée du Web a entraîné une transformation significative de la production d'information. Les lecteurs ont adopté de nouveaux usages, ce qui a conduit à une évolution des pratiques journalistiques pour répondre aux nouveaux besoins du public. La rédaction web nécessite des connaissances en référencement naturel pour produire un contenu optimisé, ce qui a poussé les journalistes à découvrir le monde de web et connaître tout sort de ces technologies. De plus, le journalisme en ligne a été particulièrement touché par les mutations numériques, affectant les conditions de diffusion et de consommation des actualités. Les sites d'information ont dû rationaliser leurs principes d'écriture pour s'adapter à cette nouvelle ère numérique.

Les mots clés : web, web 2.0, l'information, médias.

Abstract:

The first object of our research is to discover how the web 2.0 is developing the function of the information of the media field and how this last is having the power to influence the journalism world to develop the business in the digital age for the reason for properly disseminating information in a relevant and effective manner:

Problem statement: how the web 2.0 is developing the way how the media provide their information?

Methodology: to be able to respond to our problem we opted for qualitative approach in the EL BILAD TV channel.

Results: the arrival of the web has led to a significant transformation of information, production. Readers have adopted a new uses, wish has led to an evolution of journalistic practices to meet the new needs of the public. Web writing requires knowledge of natural referencing to produce optimized content, which has pushed journalists to discover the world of the web and know all about these technologies. In addition, online journalism has been particularly affected by digital changes, affecting the conditions for disseminating and consuming news. News sites have had to rationalize their writing principles to adapt this digital summer news.

Keywords: web, web 2.0, information, media.

ملخص:

تتناول الدراسة موضوع موسوم بالويب 2.0 و وظيفة الإعلام في وسائل الإعلام حيث هدفت هذه الدراسة على التعرف على تطبيقات ويب 2.0 في تطوير العمل الصحفي في العصر الرقمي من أجل نشر المعلومات بطريقة فعّالة وملائمة. دراستنا تركز على السؤال التالي: كيف قام الويب 2.0 بتطوير طريقة تقديم الإعلام من قبل وسائل الإعلام؟ للإجابة على دراستنا، اخترنا البحث النوعي داخل قناة البلاد تيفي و خلصت الدراسة بالنتائج التالية: أدى وصول الويب إلى تحول كبير في إنتاج المعلومات. اعتمد القراء سلوكيات جديدة، مما أدى إلى تطور الممارسات الصحفية لتلبية احتياجات الجمهور الجديدة. يتطلب الكتابة على الويب معرفة بتحسين محركات البحث لإنتاج محتوى محسّن، مما دفع الصحفيين لاكتشاف عالم الويب ومعرفة كل أنواع هذه التقنيات. بالإضافة إلى ذلك، تأثرت الصحافة عبر الإنترنت بشكل خاص بالتحويلات الرقمية، مما أثر على شروط نشر واستهلاك الأخبار. كان على مواقع الأخبار ترشيد مبادئ كتابتها للتكيف مع هذا العصر الرقمي الجديد.

الكلمات المفتاحية: الويب، الويب 2.0، المعلومات، وسائل الإعلام

Introduction

Introduction

Au début des années 2000, le Web 2.0 a révolutionné la manière dont les médias d'information fonctionnaient. Avec l'avènement des plateformes interactives telles que les blogs, les réseaux sociaux et les sites participatifs, le public est devenu acteur de la diffusion de l'information. Cette transition a eu un impact significatif sur la manière dont les médias traditionnels produisent et diffusent leurs contenus, remettant en question leur rôle d'intermédiaire principal dans la transmission de l'information. De plus, le Web 2.0 a favorisé l'émergence de nouveaux acteurs médiatiques, permettant à chacun de s'exprimer librement et de partager des informations instantanément. Cette évolution rapide du paysage médiatique a posé de nouveaux défis en termes de vérification et de validation des informations, ouvrant la voie à de nouvelles formes de manipulation de l'opinion publique.

Cette démocratisation a eu un impact profond sur les médias traditionnels, qui ont dû s'adapter pour rester pertinents dans un paysage médiatique en constante évolution. Les journalistes et les organisations médiatiques ont dû repenser leurs pratiques pour intégrer les contributions du public tout en maintenant des normes élevées en matière de vérification et de précision de l'information.

Dans le contexte des entreprises médiatiques, le Web 2.0 a apporté plusieurs changements significatifs. Tout d'abord, il a permis aux entreprises de s'engager dans des interactions plus directes avec leur public. Les réseaux sociaux, par exemple, ont offert aux entreprises médiatiques un moyen de communiquer et d'interagir avec leur public en temps réel. Cela a permis aux entreprises de recueillir des commentaires, de répondre aux questions et de créer une relation plus étroite avec leur public. De plus, le Web 2.0 facilite la diffusion de l'information produite par les entreprises médiatiques. Les plateformes de partage de contenu ont permis aux entreprises de diffuser leurs informations à un public plus large et de toucher de nouveaux segments d'audience. Par exemple, les vidéos produites par les entreprises médiatiques peuvent être partagées sur des plateformes telles que YouTube, ce qui permet à ces vidéos d'atteindre un public mondial. En outre, le Web 2.0 a également favorisé la collaboration et le partage d'informations au sein des entreprises médiatiques elles-mêmes. Les outils de collaboration en ligne, tels que les wikis et les plateformes de gestion de projet, ont permis aux employés de travailler ensemble de manière plus efficace et de partager des informations plus facilement. Cela a favorisé l'innovation et la créativité au sein des entreprises médiatiques.

Introduction

En résumé, le Web 2.0 a profondément transformé la fonction information dans les entreprises médiatiques. Il a ouvert de nouvelles possibilités de collaboration, de partage et de diffusion de l'information, permettant aux entreprises de s'engager avec leur public de manière plus directe et de toucher un public plus large. Les entreprises médiatiques ont également bénéficié de la facilité de collaboration et de partage d'informations au sein de leurs propres équipes.

D'abord, la première partie qui est consacrée pour le cadre méthodologique qui englobe : la problématique, les questions secondaires, les hypothèses, définitions des concepts clés, les études antérieures, les raisons du choix de thème, les objectifs de recherche et l'approche adoptée.

Ensuite, dans la deuxième partie nous avons le cadre théorique qui s'intitule « web 2.0 » comme premier concept, puis « l'information des médias » comme deuxième concept.

La dernière partie pratique, elle réunit notre étude sur le terrain dans la chaîne EL BILAD TV, nous avons la présentation des données de recherche, présentation de lieu de recherche, présentation des résultats, analyse et interprétation des données, discussion et vérification des hypothèses, elle se termine par une conclusion suivie par une liste bibliographique et les annexes.

Cadre méthodologique

Chapitre 1 : Analyse conceptuelle

1. Problématique :

L'apparition du web remonte aux années 1990. C'est à cette époque que TIM BERNERS-LEE, un scientifique britannique a inventé le World Wide Web. Il a développé un système qui permettait de partager des informations à travers des pages web reliées entre elles par des liens hypertextes.

L'expression du web 2.0 demeure vague, elle est parfois peu aisée à définir. Elle marque l'avènement et le développement de fonctionnalités dites sociales, car elles permettent à l'utilisateur de personnaliser son environnement informationnel et lui offrent la possibilité de mieux interagir sur les dispositifs web. Ce que Pierre Lévy résume :

« Tout cela manifeste une exploration sociale des diverses formes d'intelligence collective rendues possibles par le web et représente donc une évolution très positive. Mais en fin de compte, il s'agit d'une exploitation par et pour le plus grand nombre de potentialités qui étaient techniquement et philosophiquement déjà présentés dès l'apparition du web en 93-94. Je vois là une maturation culturelle et sociale du web (qui a été conçu dès l'origine par Tim Berners- LEE pour favoriser les processus collaboratifs) plutôt qu'un saut épistémologique majeur. »¹

Au début, le web était principalement utilisé par des chercheurs et des scientifiques pour partager des documents et des recherches. Mais au fur et à mesure que la technologie s'est développée, le web est devenu accessible au grand public. Les gens pouvaient désormais accéder à une multitude d'informations, communiquer avec d'autres personnes à travers le monde et même faire des achats en ligne.

Le web 2.0 qui mettait l'accent sur l'interactivité et la participation des utilisateurs, cependant ce web va encore plus loin en donnant aux utilisateurs un rôle actif dans la création, la diffusion et la consommation de l'information. Il s'agit d'une étape importante dans l'évolution d'internet, où les médias traditionnels et les utilisateurs se mêlent pour former un écosystème d'information plus dynamique et participatif.

Nous rejoignons sur ce point les propos d'Yves Jeanneret :

« Il faut bien faire un sort à la formule [...] L'annonce du passage d'un web 1.0 à un web 2.0. Cette formule instantane présente une parenté assez fascinante avec une annonce qui l'a précédée, celle de la société de l'information [...] dans un cas comme dans l'autre, on a

¹Interview de Pierre Lévy par Denis Faily du 17 juillet 2006 :

<http://nextmodernitylibrary.blogspot.com/archive/2006/07/13/ieml.html>. Consulté le 06/03/2024 à 22h18.

l'impression que tout d'un coup tout bouge en même temps, les outils techniques, les productions culturelles, et les logiques sociales, la définition politique. »²

L'émergence du Web 2.0 dit web social apparait comme un nouveau bouleversement majeur. Symbolise par quelques applications phares, comme You tube, Wikipédia, Myspace ou encore les blogs, le web 2.0 regroupe en réalité un ensemble de pratiques considérées comme nouvelles. Toutes sur le retour de l'utilisateur au cœur des dynamiques de production et d'échange de contenu. Celui-ci peut désormais publier lui-même du contenu, mais aussi l'enrichir, le modifier et surtout le partager avec d'autres, au sein de réseaux ou de communautés. L'évolution des activités de la bibliothèque, leur passage de services centralisés vers des outils collaboratifs en ligne, leurs usages dans le but de promouvoir et valoriser les activités de la bibliothèques sont devenus cependant possibles grâce à l'émergence d'un internet plus participatif dit web social ou web 2.0, changeant les attentes des usagers, devant les changements profonds influant sur la mise à niveau des activités et services des bibliothèques en général et sur tous les pratiques des outils du web 2.0 par les bibliothèques en particulier l'étude des usages.

Cette évolution a été rendue possible grâce aux avancées technologiques et aux plateformes en ligne qui permettent aux utilisateurs de partager, commenter et créer du contenu. Cela a également entraîné de nouveaux défis en termes de vérification des faits et de la qualité de l'information, mais cela a aussi ouvert de nouvelles opportunités pour une diversité des sources et des perspectives. Le web 2.0 continue de se développer et de façonner notre façon de consommer et de comprendre l'information.

Les médias traditionnels ont diversifié leurs contenus sur le web 2.0 de différentes manières. Ils ont commencé à proposer des formats plus interactifs tels que des vidéos, des podcasts, des infographies et des informations plus engageantes et accessibles pour captiver l'attention des utilisateurs, de plus ils ont optimisé leurs sites web pour une meilleure expérience utilisateur sur les appareils mobiles car la majorité préfère consommer l'information sur leurs Smartphones. Comme certains ont également créé des espaces de discussion et de participation pour qu'ils puissent réagir aux articles et partager leurs opinions. De plus, les médias ont élargi leur couverture en incluant des sujets plus variés et en donnant la parole à des voix et des perspectives différentes. Cela permet de toucher un public plus large et de répondre aux attentes des utilisateurs du web 2.0, en somme, les médias traditionnels ont su

² Yves Jeanneret, « Comment faire, que faire, pourquoi faire ? Non-synthèse », *Journée d'études Musettes Sites Internet : quelles ressources pour les visiteurs ?* OCIM, novembre 2007, p. 2.

s'adapter en proposant ces contenus intéressent pour rester pertinents dans cette ère numérique.

Les médias traditionnels ont dû faire face à plusieurs défis spécifiques avec l'émergence du web 2.0. L'un des principaux défis était de maintenir leur modèle économique face à la concurrence des médias en ligne. Ils ont dû trouver des moyens de monétiser leur contenu tout en offre une expérience gratuite aux utilisateurs, de plus la vérification des faits et la lutte contre les informations sont devenus des enjeux majeurs dans cet environnement où la diffusion de l'information est plus rapide et plus accessible. Les médias traditionnels ont également dû s'adapter à la culture de l'instantanéité et de la virilité sur le web 2.0, en produisant du contenu rapidement et en réagissant aux tendances en temps réel. Comme ils peuvent s'adapter au web 2.0 en utilisant de nouvelles stratégies pour atteindre leur public sur les plateformes en ligne, cela a créé des sites interactifs, des applications mobiles et de s'engagés sur les réseaux sociaux pour diffuser leur contenu et donner la chance à leurs publics d'interagir, de plus ils développent des modèles d'abonnement en ligne et des partenariats avec des plateformes de streaming pour atteindre un public plus large. Les médias traditionnels ont également dû repenser leurs modèles économiques en intégrant la publicité en ligne et en offrant des contenus exclusifs pour fidéliser leur audience.

A l'utilisation de ce web 2.0 Les médias vérifient la véracité des informations sur en pratiquent de diverses méthodes. Ils affectent des recherches approfondies, croisent les sources, et consultent des experts pour vérifier les faits. Certains médias ont des équipes dédiées à la vérification des informations, qui examinent les sources, les témoignages et les preuves disponibles. De plus, ils s'appuient sur des outils technologiques tels que les logiciels de détection de fausses informations et les analyses de données pour évaluer la crédibilité des sources, cependant il est important de noter que la vérification de l'information est un processus continu et qu'il est toujours recommandé de consulter plusieurs sources fiables pour obtenir une image complète et précises d'un sujet donné.

Comment le web 2.0 a développé la façon dont les médias diffusent leurs informations ?

Après avoir défini la problématique centrale, il est essentiel d'identifier plusieurs questions secondaires qui permettront d'explorer en profondeur les différents aspects de cette problématique.

1 : Es-que le web 2.0 a influencé la manière dont la chaine EL BILAD TV diffuse ces informations ?

2 : quels sont les principaux changements apportés par le web 2.0 par rapport aux versions précédentes ?

3 : quel sont les défis auxquels la chaîne El BILAD Tv est confrontée dans le développement de sa fonction information à l'ère du Web 2.0 ?

2. Les hypothèses :

Dans le but de guider notre recherche ultérieure, nous avons formulé des hypothèses préliminaires qui représentent nos premières interprétations des données disponibles. Ces hypothèses servent de point de départ pour notre enquête plus détaillée et seront soumises à une rigoureuse évaluation tout au long du processus.

1 : le web 2.0a influencé la manière dont la chaine EL BILAD TV diffuse ces informations aujourd'hui.

2 : Le web 2.0 a apporté beaucoup de changements pour la chaîne El BILAD Tv par rapport aux versions précédentes.

3 : la chaîne El BILAD Tv a fait face à plusieurs défis dans le développement de sa fonction information à l'ère de Web 2.0.

3. Définition des concepts :

1.3.1 : web :

- **Le web** : selon le dictionnaire Larousse le web est un système d'information mondial permettant d'accéder à des ressources et de communiquer via internet. C'est comme une toile géante qui relie les sites web et les utilisateurs à travers le monde.³

³Larousse. Dictionnaire Larousse en ligne. Repéré sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/Web/82747> consulté le 02/03/2024 à 20h07.

- Première orientation :

Selon l'ouvrage « Qu'est-ce que l'internet ? » de Paul Mathias,

Le Web est défini comme une expérience sémantique qui se révèle à travers les réseaux, distinct de la toile caractérisée par une organisation non hiérarchique de l'information.⁴

- Deuxième orientation :

Selon l'ouvrage « les savoir du web » :

Le Web est défini comme un réseau complexe en constante évolution, créé par Tim Berners-Lee, un informaticien du CERN, en 1990. Ce réseau hypertexte, connu sous le nom de World Wide Web (WWW), est constitué de multiples connexions en évolution.

L'ouvrage explore également le concept de Web sémantique, qui vise à rendre la recherche d'information plus intelligente et intuitive en organisant les données de manière plus significative. Le Web sémantique est présenté comme une évolution majeure du Web.⁵

Définition opérationnelle :

- **Définition du web :** est un réseau mondial de sites web et des pages qui permettent aux utilisateurs de partager des informations, de communiquer et d'accéder à une multitude de ressources en ligne. C'est un outil qui a révolutionné la façon dont nous interagissons et accédons à l'information. On peut dire aussi que le web c'est un système d'information distribué qui utilise des protocoles de communication pour permettre l'accès pour partager des ressources sur internet il repose sur une architecture client-serveur où les utilisateurs se connectent à des serveurs Web pour accéder aux contenus où les informations sont échangées via les protocoles HTTP et les pages Web sont écrites en langage HTML. Le web est comme un immense terrain de jeu rempli des choses intéressantes c'est le meilleur endroit où on trouve beaucoup de nouveautés.

1.3.2. Web 2.0 :

- **Le web 2.0 :** selon le dictionnaire Larousse « le web 2.0 est un ensemble des techniques, des pratiques et des dispositifs qui permettent la création et l'échange

⁴Paul MATHIAS. *Qu'est-ce que l'internet ?* Paris : Vrin. coll. Chemins philosophiques, 2009, 128 p.

⁵Benghazi, Pierre-Jean-Michelle & Bergadaà. *Les savoir du web* Pg23-24.

d'informations, de contenus et de service entre les internautes, en particulier sur les réseaux sociaux et les plateformes collaboratives. »⁶

- Première orientation :

- Selon Thibaut Delacroix (2014),

« Le **web 2.0** ou web participatif ou web collaboratif, est un système d'information dans lequel n'importe quel internaute peut être actif. Encore appelé web social, il privilégie la dimension de partage et d'échange de contenus (textes, vidéos, images ou autres). Il voit l'émergence des réseaux sociaux, des Smartphones, des blogs ou d'autres médias d'où la dimension de web humain, démocrate et

Dynamique. L'utilisateur devient non seulement consommateur mais aussi acteur puisqu'il est sollicité en permanence à cette socialisation virtuelle, les contenus (texte, image, vidéo, son) sont produits et réalisés par les internautes. Ces derniers n'ont plus besoin de connaissance en informatique pour déposer le contenu sur le site hébergeur grâce à des solutions technologiques simplifiées. »⁷

- Deuxième orientation :

- Selon la traduction de Bertrand Duperrin (2008) Tim O'Reilly définit le web 2.0 comme étant « la conception de systèmes qui mettent à profit les effets des réseaux sociaux pour tirer le meilleur de ceux qui les utilisent, ou pour parler plus simplement, mettre à profit l'intelligence collective. »⁸

Définition opérationnelle :

- **Définition du web 2.0 :** est une évolution du web où les utilisateurs peuvent non seulement consulter du contenu, mais aussi le créer et le partager. C'est une ère où les réseaux sociaux, les blogs et les plateformes de partage de vidéos sont devenus populaires. Le web 2.0 met l'accent sur la participation active des utilisateurs et favorise la collaboration en ligne. Contrairement au Web traditionnel où les utilisateurs étaient principalement des consommateurs de contenu.

⁶ Larousse. Dictionnaire Larousse en ligne. Repéré sur :<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/Web/82747>. Consulté le 02/03/2024 à 21h20.

⁷ Thibaut Delacroix. <https://cv.hal.science/thibaut-delcroix> 2014 consulté le 02/03/2024 à 22h15.

⁸ Bertrand, Duperrin, Tim O'Reilly. 2008, Consulté le 02/03/2024 à 23h 04.

1.3.3. L'information :

L'information : selon le dictionnaire Larousse « l'information est l'ensemble des connaissances, des renseignements qui sont portés à la connaissance de quelqu'un. C'est une réponse à une question ou une curiosité que l'on a, permettant d'élargir nos connaissances et de mieux comprendre le monde qui nous entoure. »⁹

Une autre définition selon le dictionnaire Oxford :

- « **L'information** est un ensemble de faits, de données ou de connaissances qui sont communiqués ou reçus par le biais de diverses sources telles que les médias, les publications, les conversations, etc. »¹⁰
- Selon l'ouvrage « recherche de l'information » de l'Enssib « Nicole Boubée et André Tricot ».

L'information est définie comme une action, des méthodes et des procédures visant à extraire des informations d'un ensemble de documents en réponse à une question spécifique sur un sujet donné. Cela implique la recherche, la collecte et l'exploitation d'information pour répondre à une demande précise.¹¹

Définition opérationnelle :

L'information est un ensemble de faits des données et d'événements rapportés de manière impartiale et vérifié pour informer le public. Les journalistes ont pour mission de collecter, vérifier et présenter ces informations de manière claire et précise afin de permettre aux individus de se tenir informés et de se forger leur propre opinion sur les événements.

1.3.4. Médias :

Médias : selon dictionnaire Larousse « les médias sont l'ensemble des moyens de communication de masse, tels que la presse, la radio, la télévision, l'internet, qui permettent de diffuser des informations, des messages, des divertissements a un large public.

Les médias jouent un rôle essentiel dans la transmission de l'information et la création de contenu que nous consommons au quotidien.¹²

⁹ Larousse. Dictionnaire Larousse en ligne repéré sur :

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/information/42993> consulté le 02/03/2024.

¹⁰ Dictionnaire oxford <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/information> consulté le 02/03/2024 à 23h32

¹¹ Nicole Boubée & André Tricot. Recherche de l'information » de l'Enssib.

¹² Larousse. Dictionnaire Larousse en ligne repéré sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9dia/50085> consulté le 02/03/2024 à 00h16.

- Selon l'ouvrage de Rémy Rieffel, les médias doivent être compris comme un ensemble de techniques de production et de transmission de messages, englobant à la fois un aspect technique et institutionnel. Il les définit comme des supports de diffusion de l'information, tels que la presse, la radio, la télévision, l'internet, les livres, les ordinateurs, les satellites de communication, les vidéogrammes, etc. ces supports servent à transmettre des messages à des groupes spécifiques, tout en étant des moyens d'expression et des intermédiaires de communication.¹³

Définition opérationnelle :

Définition des médias : désignent les différents moyens de communication utilisés pour diffuser des informations et divertir les gens. Cela peut inclure la télévision, la radio, les journaux, les magazines, les sites web et les réseaux sociaux. Les médias jouent un rôle important dans la transmission des nouvelles, des histoires et des idées à un large public. Les médias sont vraiment fascinants car ils nous permettent de rester informés et connectés au monde qui nous entoure.

1.3.5. Informations des médias :

- Selon le dictionnaire Oxford « l'information des médias fait référence aux nouvelles, aux reportages, aux articles et aux contenus diffusés par les médias de masse tels que la presse, la radio, la télévision et l'internet. Elle vise à informer le public sur des événements, des faits et des sujets d'intérêt. »¹⁴

Les médias jouent un rôle crucial dans la diffusion de l'information et nous permettent de rester informés sur ce qui se passe dans le monde.

- Selon l'ouvrage « pour comprendre les médias » de Marshall McLuhan, les médias sont des procédés de distribution, diffusion ou communication d'œuvre sonore ou audiovisuelle, incluant la presse, le cinéma, la radiodiffusion. Lorsque l'on parle de média, on pense généralement aux journaux, à la radio, à la télévision et aux autres médias de communication. Mais grâce à une connaissance très approfondie des médias, McLuhan soutient que les médias sont une extension de notre corps et de notre cerveau [...] Nous

¹³ Rémy, Rieffel. *Sociologie des médias*. Paris : Ellipses. coll. Infocom, 2001, 167 p.

¹⁴ Oxford. Dictionnaire Oxford en ligne repéré sur :

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/spellcheck/english/?q=information+des+m%C3%A9dias> consulté le 09/03/2024 à 13h19.

considérons habituellement les médias comme des véhicules d'information, de connaissance et de contenu, et comme des structures creuses, négatives et statiques. Du point de vue de McLuhan, cependant, les médias ont également une forte influence sur l'information, la connaissance et les contenus, et cette influence est positive, active et percutante. En général, on néglige et sous-estime les connotations et l'impact des médias. ¹⁵

Définition opérationnelle :

L'information des médias fait référence aux nouvelles, aux faits et aux événements qui sont rapportés et diffusés à travers les différents médias tels que la télévision, la radio, les journaux, et les sites web d'actualités. C'est une source importante de connaissances et de mises à jour sur ce qui se passe dans le monde.

¹⁵**Marshall, McLuhan.** Pour comprendre les médias, de **Terrence Gordon** disponible sur : <https://www.bookey.app/fr/book/pour-comprendre-les-medias> consulté le 09/03/2024 à 23 :35.

4. Les indicateurs :

Dans le tableau qui suit nous allons définir les dimensions en relation avec les concepts clés de notre thème de recherche et les indicateurs qui en découlent.

Concepts	Dimension	Indicateur
Web 2.0	Participation des utilisateurs Collaboration Interactivité	Réseaux sociaux Les blogs Les podcasts
L'information	La pertinence La fiabilité La crédibilité La clarté et la validité	Crédibilité de sources. Date de publication. Fiabilité des données. La meilleure compréhension. L'objectif derrière la diffusion de l'information
Médias	Chaine EL BILAD TV	L'audience. La qualité de contenu. L'accès à l'information

Source : réalisé par nous-même

5. Les raisons du choix du thème :

Le choix de notre thème qui est le web 2.0 et développement de la fonction information des médias pour les raisons suivantes :

- Un sujet très intéressant et riche de nouveauté qui a évaluée beaucoup l'actualité de nos jours.
- Découvrir les nouvelles options, méthodes et les stratégies que le web 2.0 a apportées à l'information dans les médias.
- L'importance du concept Web par rapport à notre spécialité qui est Presse Imprime et Presse Ecrite.
- La volante de plus connaître le Web et son évolution dans les entreprises médiatiques.
- Faire une enquête sur le terrain sur ce que le Web a développé de la fonction information dans les médias.

- Dans notre génération presque tout le monde préfère le web pour faire plusieurs activités donc nous avons choisi ce thème pour le découvrir profondément et savoir comment l'utiliser d'une manière plus absolu.
- Enrichir nos connaissances aussi bien théoriques que pratique.
- L'importance du web pour l'augmentation d'audience pour les entreprises médiatiques.
- Apprendre les nouvelles résolutions du web (podcasts, blog, spot, réseaux sociaux ...)

6. Les objectifs de l'étude :

Toutes recherches scientifiques conduisent à des objectifs fixes. Les objectifs de notre recherche se résument comme suivent :

- Découvrir les applications du web 2.0 et son évolution.
- Traiter les nouvelles techniques du web 2.0 dans le domaine médiatique.
- Savoir comment le web 2.0 a développé la fonction information aujourd'hui.
- Découvrir l'usage médiatique du web 2.0 et son importance dans la diffusion de leurs informations.
- Comprendre et apprendre les principaux services du web 2.0.

7. Les études antérieures

La 1^{ère} étude antérieure :

Analyse des pratiques de consommation de l'information d'actualité chez les jeunes

Cas pratique : étudiants de M1, M2 PIE Département sic, université de Bejaia

Cette étude est un mémoire de Master en science de l'information et la communication option : Presse Imprimé et Electronique. Réalisé par Houchat Yasmine, Ghanem Rania, université de Bejaia, en 22/23.

La problématique de recherche est : quelle place occupe l'information d'actualité en termes de recherche et de consommation ? Peut-on mesurer l'intérêt porté par les jeunes pour l'actualité ? Peut-on parler d'un nouveau mode de consommation ?

Pour répondre à l'interrogation de cette recherche. Les chercheuses en proposé les hypothèses suivantes :

1. Serait d'affirmer que les étudiants changent que très peu leurs habitudes face aux possibilités offertes par le numérique.
2. C'est dire que la gratuité de l'information numérique et sa facilité d'accès aussi le style de rédaction favorisent l'émergence de nouveaux lecteurs qui deviennent presque exclusivement des consommateurs numériques.
3. Serait que l'usage d'Internet ou du numérique modifié ou profondément transforme la pratique informationnelle chez les jeunes étudiants.

La population d'étude : pour bien mener leurs recherches elles sont déterminé la population de leurs études qui est présenté comme le suit : elles sont focalisées sur les étudiants et les jeunes générations en général en raison de la faisabilité de l'enquête et aussi la possibilité d'obtenir plus de participants.

L'échantillon : pour mieux mener leurs recherches elles ont décidé de se concentrer sur les étudiants en Master 1 et Master 2 spécialisés en Presse Imprimée et Électronique. Ce choix a été motivé par plusieurs facteurs, notamment la faisabilité de leurs enquêtes.

La méthode de recherche : dans cette recherche, elles sont adoptée une méthode de recherche quantitative, cette étude sert à collecter des données de manière ordonnées et de les quantifier¹⁶.

La technique de recherche utilisée : dans cette recherche elles sont opté sur un outil de recherche qui est le questionnaire, en utilisant cette méthode elles sont pu atteindre une diversité d'étudiants et obtenir des réponses variées, ce qui enrichit leurs recherches et leurs permet d'obtenir des résultats plus robustes.

Résultat obtenu :

L'objectif de l'étude est d'analyser en profondeur les supports utilisés par les jeunes étudiants pour accéder à l'information d'actualité et de comprendre comment ces supports s'adaptent aux évolutions des pratiques de consommation. En examinant les canaux d'information utilisés, tels que les réseaux sociaux, les sites en ligne, la télévision, la radio, et en tenant compte des changements dans les habitudes de consommation, on peut mieux

¹⁶Houchat, Yasmine, & Ghanem, Rania. **Analyse des pratiques de consommation de l'information d'actualité chez les jeunes**, en vue de l'obtention de diplôme master 2 en information et communication, université de Bejaia.2023.

comprendre comment les médias s'ajustent pour répondre aux besoins des jeunes et aux nouvelles tendances.

L'apport de cette étude par rapport à notre thématique :

Cette étude nous a aidé d'enrichir notre thématique sur le web 2.0 et le développement de la fonction information des médias en mettant en lumière comment les jeunes étudiants utilisent les supports numériques et les réseaux sociaux pour accéder à l'information d'actualité. Et comment ces plateformes s'adaptent aux nouvelles pratiques.

La 2^{ème} étude antérieure :

L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne. Cas pratique : Alfaditex- Remila

Cette étude est un mémoire de fin de cycle master en sociologie option : sociologie du travail et des ressources humaines. Réalisé par les deux chercheurs : Mr Louanas Bouchakal et Mr Ekhlef Aloui, université de Bejaia en 2014/2015.

La problématique : de leurs recherches est : Quel est l'impact des TIC sur la performance de l'entreprise algérienne ?

Ils ont ajouté comme questions secondaires :

1. Est-ce-que les salariés de l'entreprise utilisent les TIC ?
2. Quelle est la fréquence et l'objectif de cet usage ?
3. Est-ce que l'adoption des TIC par les salariés favorise le changement des mentalités en milieu professionnel ?

Pour répondre à leurs interrogation les deux chercheurs on proposer des hypothèses suivantes :

1. La diffusion des TIC au sein de l'entreprise algérienne ne s'est pas traduire par une égalité des chances d'accès entre les différentes catégories professionnelles.
2. Les TIC sont utilisés massivement au sein de l'entreprise dans le but de faire promouvoir sa performance.

La population de recherche :

Les deux chercheurs ont mentionné qu'ils ont trouvés 483 salaries, qui ont été réparti comme suit : cadres, agents de maitrise, agents d'exécution

Leur enquête a été faite sur un nombre de 19 salariés travaillent dans l'entreprise étatique ALFADITEX-REMILA, SIDI-AICH.

La méthode de leur choix d'échantillon : était aléatoire simple au hasard cela ils l'ont justifié par la difficulté de connaître les catégories socioprofessionnelles que contient l'organisme d'accueil au niveau des différents services ainsi départements de l'entreprise ALFADITEX –REMILA.

Ils ont donc choisi un échantillon de 19 personnes dont la totalité de l'effectif de l'entreprise est de 483 salariés.

La méthode de recherche :

Pour la méthode de recherche les deux chercheurs par rapport à la nature de leur objet de recherche qui nécessite d'employer une méthode d'analyse démonstrative dite aussi quantitative qui permet de déterminer l'existence du phénomène qui est les TIC et leur impact sur le rendement et la productivité de l'entreprise.

La technique de recherche utilisée :

Dans cette étape Mr Bouchakal et Mr Aloui ont optés pour 3 techniques de collecte de données : ils ont commencé d'abord par la Pré-enquête qui est considéré comme la plus importante étape dans leur recherche et qui leur permet de mieux connaître le terrain de leur étude.

Ensuite ils ont passé à l'observation qui a est indispensable à toute recherche, ils terminent par un questionnaire comme un outil pour collecter des informations, ou ils l'ont présenté sous 3 principaux axes :

1. **Le premier axe :** concerne les données personnelles telles que : le genre, l'âge le niveau d'instruction, l'expérience et la catégorie professionnelle.
2. **Le deuxième axe :** lié aux usages des technologies au sein de l'entreprise ALFADITEX.
3. **Le dernier axe :** traite l'impact des TIC sur la performance d'ALFADITEX.¹⁷

Résultats obtenus :

¹⁷Mr Louanas, Bouchakal. & Mr Ekhlef, Aloui. L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne, un mémoire de fin de cycle master en sociologie, université de Bejaia, 2014/2015.

D'après leurs recherches et l'enquête sur le terrain, ils constatent que 52% des interrogés pensent que l'usage des TIC permettra à leur entreprise d'orienter ses activités vers des nouveaux produits ou services et 31% ne partagent pas cette opinion tandis que 16% d'entre eux n'ont aucune idée sur la relation entre les TIC et la création des nouveaux produits et services.

Après avoir confirmé leur première hypothèse ils concluent que malgré avoir orienté les usages des TIC vers l'amélioration de la performance de l'entreprise, les usages de ses moyens technologies restent très limités et ne couvre pas toutes les catégories professionnelles au sein de ALFADITEX.

L'apport de cette étude par rapport à ma thématique :

Nous avons choisi ce mémoire comme une étude antérieure car nous avons trouvé que leur thème sur les nouvelles TIC se ressemble à notre qui parle sur le Web 2.0. Malgré que nous n'avons pas le même terrain de recherche ni la méthode de recherche mais eux ils ont parlé sur l'impact des nouvelles technologies de l'information et de communication sur l'entreprise algérienne leurs cas d'étude c'était l'entreprise : ALFADITEX et pour nous comment le web a développé la fonction information des médias mais nous avons trouvé qu'il est riche en informations par rapport à notre enquête.

La 3^{ème} étude antérieure :

L'impact du web 2.0 sur le développement de l'information médiatique.

D'après une étude scientifique une recherche a été faite sur le web 2.0 et le développement de la fonction information des médias réalisée par Johnson et Al. (2018) ils ont examiné comment le web2.0, comme les réseaux sociaux et les blogs, a changé la façon dont les médias transmettent l'information et comment les individus accèdent à cette information. L'étude a révélé que le web 2.0 a permis une plus grande participation des utilisateurs et a facilité la diffusion d'informations à grande échelle.

Cette étude a visé à approfondir notre compréhension de l'impact du web 2.0 sur le développement de l'information médiatique. Les chercheurs ont examiné comment les médias

et les informations se sont développés avec l'événement d'internet et des réseaux sociaux. Ils ont également étudié l'impact de ces changements sur la société et les médias traditionnels.

L'étude permet de mettre en évidence plusieurs choses. Elle met en lumière comment l'évolution du web 2.0 a transformé la façon dont les informations sont produites, partagées et consommées. Elle souligne également l'importance croissante des réseaux sociaux dans la diffusion de l'information et comment cela affecté le paysage médiatique traditionnel. De plus, l'étude explore les implications sociales, culturelles et politiques de ces changements¹⁸.

La 4^{ème} étude antérieure :

LES NOUVELLES FORMES DE JOURNALISME SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : LE CAS DES MÉDIAS TWITTER.

Cette étude est un mémoire de Master 1 information-communication spécialité Distic réalisé par **Tiziano Taillibert**, encadré par **M. Nicolas Pelissier**, Université **Côte d'Azur**, **Année scolaire 2020-2021**.

La problématique de recherche est : Comment les responsables de « médias Twitter » travaillent-ils la légitimité de leur travail journalistique ?

Afin d'approfondir cette problématique, plusieurs questions ont été soulevées comme suit :

1. Quelles innovations apportent les médias Twitter au métier de journalisme ?
2. Quel est l'impact de l'utilisation de Twitter sur la production journalistique ?
3. Quels rapports avec les médias traditionnels ?
4. Quelle place pour le journaliste dans le partage de l'information sur Twitter ?

Pour structurer son sujet il a appuyé sur plusieurs hypothèses suivantes :

- La première hypothèse est que le succès des « médias Twitter » s'explique par la perte de confiance dans les médias traditionnels.
- La deuxième hypothèse de travail est que Twitter gagne de plus en plus de crédibilité grâce à la lutte contre les fakes news entreprise par ses gestionnaires.

¹⁸ **Johnson et Al**, L'impact du web 2.0 sur le développement de l'information médiatique. Mémoire de fin de cycle. Université de Genève– Unité des Technologies de Formation et d'Apprentissage, 2018.

- La troisième hypothèse de travail est que l'émergence des « médias Twitter » engendre un abandon des logiques verticales du journalisme pour une logique plus horizontale de l'information.

Pour approfondir ses recherches, il a utilisé trois méthodes : **l'entretien semi-directif** comme méthode principale, car il permet d'obtenir des informations et des avis sur des thèmes préalablement établis, de comprendre l'opinion de l'intervenant, mais aussi d'approfondir des points importants et de mettre en place une démarche participative.

Et pour cette méthode les échantillons choisis étaient des médias traitant de l'actualité généraliste et des médias spécialisés dans l'information.

L'analyse de corpus comme deuxième méthode, Cette méthode permet d'extraire les principaux sujets de discussion et d'en mesurer leur importance.

Il a décidé de reprendre la moitié des échantillons des entretiens semi-directifs pour l'analyse de corpus. Cela permet de mettre en parallèle le discours des responsables de ces pages pour voir si leur discours se retrouve dans leurs actes.

Et le questionnaire comme troisième méthode. Et à la fin il a utilisé un questionnaire pour vérifier les informations obtenues lors des deux méthodes précédentes qui analysaient le comportement des responsables des médias Twitter. Cela lui permettra d'observer la réception du public et si la réalité des médias Twitter correspond à celle du public.

Le résultat obtenu dans cette étude :

Les nouvelles formes de journalisme sur les réseaux sociaux, notamment sur twitter, impliquent une utilisation intensive des tweets pour diffuser rapidement l'information.

L'apport de cette étude par rapport à ma thématique :

Cette thématique peut apporter une perspective sur la manière dont le journalisme s'adapte au web 2.0 en utilisant les réseaux sociaux comme twitter pour diffuser l'information de manière instantanée et interactive. Cela montre comment le développement des médias sur les plateformes numériques influe sur la fonction d'information des médias en les rendant plus accessibles, interactifs et réactif aux besoins du public.¹⁹

¹⁹Taillibert, Tiziano. Étude d'un mémoire de Master 2 information-communication spécialité DISTIC, encadré par M. Nicolas Pélissier, Université Côte d'Azur. Année scolaire 2020-2021.

Chapitre 2 : démarche méthodologique

1.Approche théorique et méthodologique :

1.1 Approche théorique :

L'approche théorique, fait référence à un cadre conceptuel ou à une perspective utilisée pour étudier et analyser un phénomène donné. C'est une manière de comprendre et d'interpréter les informations à travers un ensemble de concepts, de principes et de méthode théoriques. Cela permet de donner une structure et une compréhension plus approfondie à la recherche et à l'analyse.

A)Le fonctionnalisme :

Est un ensemble de courants de pensées, des domaines de la psychologie, de la politique, etc. qui privilégient et mettent en avant les différentes fonctions d'un système pour leur analyse et leur compréhension. Selon les disciplines le terme fonctionnalisme désigne des théories différentes. Le fonctionnalisme considère que la société constitue une totalité organique dont les divers éléments peuvent s'expliquer par les fonctions qu'ils remplissent les uns par rapport aux autres.

Le fonctionnalisme nous aide à étudier comment les différentes institutions, organisations et individus interagissent pour maintenir l'ordre et la stabilité dans une société. Il nous permet de comprendre comment chaque élément remplit une fonction spécifique et contribue à l'équilibre global de la société.

Nous avons opté sur le fonctionnalisme pour voir comment le nouveau Web 2.0 a développé la fonction information dans les médias et comment les internautes réagissent à ce genre d'évolution.

1.2 Echantillon de l'étude :

Selon Ibid. « L'échantillon est un sous-ensemble d'éléments d'une population donné ». Echantillon est une étape fondamentale dans la recherche, il désigne un petit groupe ou une partie représentative d'une population plus large. Selon De Landsheere, « échantillonner, c'est choisir un nombre limité d'individus, d'objets ou d'événements dont l'observation permet de tirer des conclusions (inférences) applicables à la population entière à l'intérieur de laquelle le choix a été fait ».

Dans notre recherche tant que nous avons le Web 2.0 et son rôle à développer la fonction information dans les médias, nous devons juste chercher le groupe de personnes qui sont responsables de la version électronique de la chaîne El BILAD TV, donc notre échantillon est Non probabiliste Non aléatoire car il est maîtrisable qui veut dire les personnes responsables de cette version sont limitées dans la chaîne donc nous pouvons tous les interroger.²⁰

Dans toute recherche scientifique, il est nécessaire d'employer une méthode qui permet de guider le chercheur dans son enquête pour la réalisation de ces objectifs.

2.1 Définition de la méthode :

La méthode est définie par Maurice Angers comme « l'ensemble des méthodes et des techniques qui orientent l'élaboration d'une recherche et qui guident la démarche scientifique. »²¹

La méthode est notamment connue comme étant la manière que le chercheur utilise pour arriver à la résolution de la problématique. Dans son sens plus large la méthode est « **un ensemble de règles et de procédures pour atteindre, dans les meilleures conditions, un objectif** »²².

2.2 Méthode de l'étude :

La nature de notre objet de recherche nécessite une étude qualitative dans le but de bien collecter les informations et déterminer le rôle du Web 2.0 dans le développement de la fonction information dans notre terrain de recherche. Pour nous cette méthode est la bonne et l'efficace qui va nous permettre de traiter nos questions et nos hypothèses et réussir à avoir la réponse d'une façon directe et juste. L'approche qualitative qui est définie comme : « une analyse qui nous aide à comprendre en profondeur les opinions, les expériences et les motivations des personnes », cela nous permet d'obtenir des informations détaillées par les intéressés eux-mêmes.

²⁰Yakoubi, Houla. Sellah, Salima. Etude d'un mémoire de fin de cycle, sur la communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité citoyennes en Algérie exemple feux de forêts. Année 2021 2022.

²¹ MAURICE, Angers. Initiation pratique à la méthodologie de recherche des sciences humaines. Alger : édition casbah, 1997 P. 336.

²²Louanas Bouchakal, Ekhlef Aloui,). Etude d'un mémoire de fin de cycle, l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne. Année 2014/2015

2.3 Outil de l'étude :

Chaque recherche exige une technique qui doit être bien choisie dans le recueil des informations sur le terrain. Selon Maurice Angers : « **la technique de recherche est l'ensemble de procédés et d'instrument d'investigation utilisé méthodiquement sont les moyens qui permettent d'aller recueillir des données dans la réalité** ».

Toute recherche scientifique doit être opératoire qui est susceptible de la traiter dans la réalité, Dans notre recherche nous avons choisi d'utiliser l'observation et l'entretien car nous avons trouvé que c'est les bons à notre population d'étude.

A) L'observation :

L'observation est l'étape indispensable à toute recherche, c'est quand nous regardons attentivement quelque chose pour en apprendre davantage. Nous observons les détails, les comportements ou les caractéristiques pour mieux comprendre le sujet étudié et c'est la façon de recueillir des informations en utilisant nos sens et notre attention. Elle implique de scruter et d'enregistrer attentivement tout sort d'information qu'on veut dans notre terrain de recherche d'une façon directe et instantanée.

Donc cette technique nous avons opté à son efficacité de collecte des données et pour qu'on puisse remarquer tout ce qui se passe à la version électronique de la chaîne EL BILAD TV, et sur tout le rôle du web 2.0 dans le développement de diffusion d'information et l'usage de cette nouvelle stratégie.

B) L'entretien semi directif :

L'entretien consiste à poser des questions pour obtenir des réponses qui informent et éclairent détaillées en approfondies sur les expériences et les perspectives des participants. Il est fortement utilisé en science sociale et constitue une méthodologie de recherche pertinente pour qui s'intéresse à des populations particulières, dans un contexte donné. L'entretien ou L'interview en langage journalistique, est une discussion entre deux personnes sur un sujet spécifique qui permet d'avoir les informations précieuses directement de la source, l'intervieweur pose les questions, tandis que l'interviewé y répond.

L'entretien semi-directif est l'une des techniques qualitatives les plus fréquemment utilisées. Il permet de centrer le discours des personnes interrogées autour de différents thèmes définis au préalable par les enquêteurs et consignés dans un guide d'entretien. Nous pouvons rajouter aussi que le semi-directif demande de la part de l'enquêteur une attitude plus ou moins directive : cette dernière pose des questions à partir de différents thèmes précis et

déterminés au préalable. Il utilise ici un guide d'entretien dans lequel sera formulée une série de thèmes et de sous-thèmes soumis à l'interrogé. A la différence de l'entretien non directif qui vise à rechercher des informations, l'entretien semi-directif oriente davantage le discours vers l'enquête.

Nous avons choisi l'entretien semi-directif comme un outil de recherche car nous l'avons trouvé l'idéal pour recueillir rapidement les réponses à ce qu'on cherche à son grand métier est ce rapport communicatif humain direct avec l'informateur ce qui augmente la spontanéité et la crédibilité des actions et les raisons, ou nous avons eu l'opportunité de poser des questions directement aux journalistes qui sont responsables du site électronique de la chaîne et leurs pages réseaux sociaux.²³

C) Guide d'entretien :

Selon Alain Blanchet et al, le guide d'entretien est considéré comme : « un ensemble organisé de fonctions, d'opérateurs et d'indicateurs qui structurent l'activité d'écoute et d'intervention de l'interviewé ».

L'accomplissement de l'entretien passe impérativement par l'élaboration d'un guide d'entretien. Dans cette phase qualitative les chercheurs se préoccupent de mécanismes ou de phénomènes encore peu étudiés. Le but n'est pas de tester des hypothèses, mais de construire des théories. Le défi consiste alors à se rapprocher d'un phénomène avec des questions de recherche et des concepts ouverts et adaptables tout en préservant d'un intuitivisme naïf (« ce qui n'est pas d'ailleurs pas difficile puisque le chercheur, faisant souvent partie du phénomène qu'il soit théorique ou de « sens commun »). L'objectif est d'aborder le phénomène de manière consciente et contrôlée, de trouver un équilibre entre une trop grande prédétermination du phénomène par le bagage théorique du chercheur et une trop grande ouverture face au terrain. C'est à partir de cette posture que les chercheurs de la méthode qualitative ont forgé le terme de « sensibilité théorique ».

Un guide d'entretien n'est pas une liste de questions pré formatées, car cette procédure ressemblerait à une sorte de questionnaire d'enquête. Le guide d'entretien doit présenter des thèmes et sous-thèmes directeurs qui seront abordés au cours de l'entretien. Il doit être précis, formalisé et organisé. En ce sens, le guide d'entretien d'enquête se distingue du guide d'un entretien exploratoire qui est plus ouvert et moins formalisés. Notre guide d'entretien sera

²³Herbi, Nabila. Hamas, Karima. Etude d'un mémoire de fin de cycle, le rôle des relations publiques sur le web 2.0 dans la construction de l'image de l'entreprise. Année 2017/2018.

alors élaboré à la base de la problématique et les hypothèses de recherche formulées en vue des buts recherchés. Il contiendra des thèmes généraux et sous thèmes.

3. Etapes de réalisation de l'enquête :

Avant de commencer notre recherche nous avons d'abord défini le but de recherche, nous avons choisi ce que nous allons faire et nous avons rédigé une liste de tout pour être bien organisé. Nous avons d'abord commencé à collecter les données un peu partout sur le web 2.0 et le développement de la fonction information des médias, comme nous avons aussi cherché des ouvrages sur le même concept et sur notre thématique d'une façon générale.

Tout d'abord, nous avons choisi notre terrain de recherche dès le début qui est la chaîne d'EL BILAD TV pour que nous puissions se renseigner notre thème par rapport à cette chaîne et avoir le maximum d'informations avant de commencer.

Ensuite, nous avons choisi la période du 16 avril 2024 au 16 mai 2024 pour se mettre dans le terrain et étudier toute notre thématique d'une façon neutre et direct. Donc nous avons eu tout le temps du novembre à avril de collecter les données et terminer la partie théorique de notre mémoire, nous avons consulté quelques études antérieures dont les mémoires de master 2 qui ont une relation avec notre thème ainsi, quelques articles sur le web et son développement avec l'information.

Le cadre théorique de la recherche

Chapitre 3 : Specificité du Web

2.0

- **Spécificité sur web 2.0 :**

Le web 2.0 est une évolution d'internet que met l'accent sur la participation des utilisateurs, la collaboration et partage de contenu en ligne. Les internautes ne sont plus de simples spectateurs, mais deviennent des contributeurs actifs, créant ainsi une communauté virtuelle interactive. Cette transformation a donné naissance à des plateformes sociales, blogs et wikis, modifiant profondément notre façon d'utiliser l'internet.

3.1.1. Histoire du web 2.0 :

A. Sa naissance dans le monde :

Le concept « web 2.0 » est apparu en octobre 2004 lors d'une conférence brainstorming entre la société O'Reilly Média et la société Media Live international au cours de laquelle Delle Dougherty, membre d'O'Reilly, suggéra que loin de s'être effondré suite à l'explosion de la bulle internet en 2001, le web n'avait jamais semblé aussi important et novateur. Les nouveaux sites et applications semblaient avoir quelque chose de commun : ils utilisent des améliorations technologiques, ergonomiques, sémantiques, un business model innovant et reposent surtout sur un renversement de la logique top-down du web initial : alors que ce dernier descendrait vers l'utilisateur pour lui proposer des contenus et services, le web 2.0 mettrait l'accent sur une nouvelle forme d'interactivité qui place l'utilisateur au centre de l'internet et se veut plus social et collaboratif. Une première conférence web 2.0 a été alors organisée en 2004, puis une seconde un an plus tard en octobre 2005, et l'autre en novembre 2006.

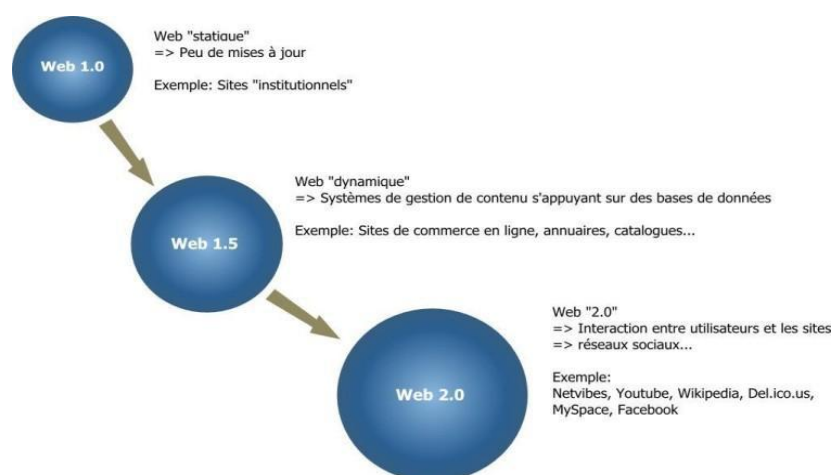


Figure 1 passage du web 1.0 vers le web 2.0 (loukem Mohamed El Hadi1. ALIOUALI Nadia. Mémoire sur le Web 2.0 et bibliothèques. Université Ben-Aknoun, Alger, Algérie 2015, pg 01).

3.1.2. L'arrivée du web en Algérie :

Alegria 2.0 est un événement placé sous le haut patronage du Ministère de la poste et des technologies de l'information et de la communication (MPTIC) et en partenariat officiel avec l'agence Nationale de promotion et développement des parcs technologiques (ANPDPT) qui s'est détendu du 12 au 17 mai 2014 au cyber parc de Sidi Abella d'Alger. Cet événement est considéré comme le « carrefour internationale des « TIC » et s'inscrit dans la stratégie e-Algérie d'dont l'objectif majeur est d'assure une mutation de notre société vers un avenir numérique. En effet, les technologies de l'information et de la communication représentent un puissant levier de développement économique et social et créent des opportunités nouvelles de développement.²⁴

Le recours et le renforcement de leur usage engendrent une transformation importante des modes d'organisation et de travail, augmentent la performance et la compétitivité des entreprises en leur offrant des opportunités par un marché plus vaste et dynamique et favorisent l'amélioration des relations avec les clients et partenaires.

Après le succès des deux précédentes éditions 2012 et 2013 d'ALGERIA 2.0, les organisateurs remettent ce challenge à l'ordre du jour avec un contenu plus riche à travers des conférences, des formations, des concours et des espaces d'échange et d'expositions. Cette édition, a été une opportunité de mise en relation entre les professionnels du domaine et les opérateurs économiques. Des invités de prestige, des experts nationaux et internationaux, ainsi que les participants passionnés et ambitieux et réuniront une fois encore autour de sujets d'actualité, relevant des nouvelles technologies de l'information et de la communication afin de mettre en avant maitrise et savoir-faire, de bâtir des partenariats durables et créer des opportunités d'investissement et de Networking.²⁵

3.1.3 Les objectifs d'Alegria 2.0 :

- Vulgariser l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication et les intégrer aux notions d'entreprenariat et d'innovation.
- Développer, exploiter et gérer les réseaux publics et privés de télécommunications.
- Etablir, exploiter et gérer les interactions avec tous les opérateurs des réseaux.

²⁴ Herbu, Nabila. Hamas, Karima. Mémoire de fin de cycle. Le rôle des relations publiques sur le web 2.0 dans la construction de l'image de l'entreprise. Année 2017/2018.

²⁵<https://algeria20.com/2019/10/10/algerie-telecom/> consulté le 06/04/2024 à 20h45.

- Assurer la continuité et l'échange des bonnes pratiques et d'expérience en matière de technologie de l'information et de la communication.
- Permettre aux talents locaux et porteurs de projets de profiter des expériences internationales afin de concrétiser leurs projets.
- Consolider une plateforme d'échange entre les acteurs du Web en Algérie et créer une ouverture sur l'international.
- Mettre en avant les possibilités d'investissement dans le domaine des TIC avec les facilités mises en place par les ministères concernés.
- Mettre en avant les possibilités d'exportation de savoir-faire national en matière des TIC (offshoring).
- Associer les compétences universitaires et expériences pratiques autour de partenariats constructifs.
- Attiser l'intérêt du grand public pour les NTIC en rassemblant le plus grand nombre autour de thématiques communes
- Accroître l'offre de services téléphoniques et faciliter l'accès aux services de télécommunications.
- Développer un réseau national de télécommunication fiable et connecté aux autoroutes de l'information.

3.1.4 Les caractéristiques du web 2.0 :

Le web 2.0 repose sur plusieurs caractéristiques clés. Tout d'abord, il permet l'utilisation des ressources du web, comme le Cloud computing, pour créer des applications interconnectées. Cela signifie que les applications peuvent communiquer entre elles et partager des informations de manière fluide²⁶.

De plus, le web 2.0 favorise l'interactivité et la collaboration entre les utilisateurs. Les plateformes web permettent aux utilisateurs d'interagir les uns avec les autres, de former des communautés et de collaborer sur des projets. Cela crée un environnement dynamique où les utilisateurs peuvent partager leurs idées, leurs connaissances et leurs expériences.

²⁶ <https://www.asjp.cerist.dz/en/rechercheGeneral> consulté le 09/04/2024 à 21h23.

Une autre caractéristique importante du web 2.0 est son côté bidirectionnel et ascendant. Cela signifie que les utilisateurs peuvent non seulement consommer du contenu, mais aussi le créer et le partager, ils ont un rôle actif dans la création et la diffusion de contenu sur le web.

En fin, le web 2.0 est une évolution du web qui met l'accent sur l'interaction, la collaboration et la participation active des utilisateurs. Cela permet de créer des expériences en ligne plus riches et de favoriser l'émergence de communautés virtuelles.

3.1.5 Les applications du web 2.0 :

Le web 2.0 offre de nombreuses applications intéressantes qui ont révolutionné notre façon d'utiliser internet. Il permet aux utilisateurs de participer activement en créant et partageant du contenu, de collaborer en ligne, de resauter avec d'autres personnes, et bien plus encore.

3.1.6 Les médias du Web 2.0 :

Les médias utilisent aussi le web 2.0 de différentes manières pour interagir avec leur public. Ils utilisent les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter et Instagram pour partager des informations, des actualités et des contenus multimédias. Ils créent également des blogs, des podcasts et des vidéos en ligne pour atteindre un public plus large et diversifié. Le web 2.0 permet aux médias de créer une relation plus interactive avec leur audience, en encourageant les commentaires, les partages et les discussions. Cela favorise également la participation active des utilisateurs dans la création et la diffusion de l'information. En somme, le web 2.0 offre aux médias de nouvelles opportunités pour s'engager et interagir avec leur public d'une manière plus dynamique et participative.²⁷

Les chaînes de télévision peuvent utiliser ces applications du web 2.0 comme suit.

1. **Réseaux sociaux :** les chaînes de télévision peuvent créer des pages et des profils sur des plateformes comme Facebook, Instagram et twitter pour partager des extraits d'émissions, des actualités en direct, des sondages et interagir avec les téléspectateurs.
2. **Plateforme de partage de vidéos :** les chaînes de télévision peuvent télécharger des extraits d'émissions, des bandes annonces et des contenus exclusifs sur des plateformes comme YouTube pour atteindre un public plus large et permettre aux téléspectateurs de revoir ou de partager ces contenus.

²⁷Guide des droits sur Internet Disponible sur : <https://www.droitsurinternet.ca/applications-du-web-2-0/> consulté le 15/04/2024 à 22h03.

3. **Blogs** : les chaînes de télévision créent des blogs ou elles partagent des articles, des interviews, des coulisses d'émissions et des informations supplémentaires sur leurs programmes. Cela permet aux téléspectateurs de plonger plus profondément dans l'univers de leurs émissions préférées.
4. **Wikis** : bien que moins courant pour les chaînes de télévision, les wikis peuvent être utilisés pour créer des bases de connaissances autour des émissions, des personnages et des intrigues.
5. **Plateforme de partage de photos** : les chaînes de télévision utilisent Instagram et Snapchat pour partager des photos en coulisses, des moments amusants sur les plateaux, des teasers d'épisodes à venir et interagissent avec les fans en utilisant des filtres et des hashtags pertinents.

En utilisant ces applications du web 2.0, les chaînes de télévision peuvent créer une expérience plus immersive pour leur public, renforcer leur présence en ligne et stimuler l'engagement des téléspectateurs. C'est une façon de rester connecté avec les fans et de créer une communauté autour de leurs émissions préférées.

Cependant, de nombreuses chaînes de télévision exploitent les réseaux sociaux tels qu'Instagram, Twitter, et d'autres encore, pour diffuser des informations tout en offrant des fonctionnalités avancées comme le chargement de fichiers et d'images, ainsi que bien d'autres services.

Parmi les services qui peuvent offrir les réseaux sociaux aux chaînes de télévision pour la diffusion d'informations, on trouve :

- **Diffusion en Direct** : Les chaînes peuvent diffuser en direct des événements, des actualités et des programmes spéciaux via des fonctionnalités comme Facebook Live, Instagram Live, et YouTube Live.
- **Partage de Contenu Visuel** : Les réseaux sociaux permettent le partage instantané d'images, de vidéos et d'infographies, renforçant ainsi l'impact visuel des informations diffusées.
- **Interactivité avec le Public** : Les plateformes sociales offrent des outils pour interagir directement avec l'audience via des commentaires, des likes, des partages et des sondages en temps réel.
- **Monétisation et Promotion** : Les chaînes peuvent promouvoir leurs contenus et leurs programmes à travers des campagnes publicitaires ciblées et des partenariats sponsorisés sur les réseaux sociaux.

- **Analyse des Données et Audience** : Les outils d'analyse des réseaux sociaux fournissent des statistiques détaillées sur l'engagement des utilisateurs, les vues de vidéos, et d'autres métriques essentielles pour ajuster les stratégies de diffusion et améliorer l'interaction avec le public.
- **Chargement de Fichiers** : Certaines plateformes permettent le téléchargement de fichiers comme des documents PDF, des présentations, et d'autres types de contenus multimédias pour enrichir les publications et les articles partagés.

3.1.7 La relation entre les réseaux sociaux et les médias :

Les réseaux sociaux jouent un rôle crucial pour les chaînes de télévision, notamment en les aidant à atteindre un public plus jeune. Ces plateformes permettent aux chaînes de partager non seulement des photos et des vidéos, mais aussi d'interagir directement avec leur audience et de promouvoir leur contenu. Selon une étude de l'Ofcom, Instagram est devenue la principale source d'information pour les adolescents au Royaume-Uni, surpassant TikTok et YouTube. Cette tendance montre que les chaînes de télévision peuvent utiliser efficacement ces réseaux sociaux pour diffuser des informations et toucher un large public.

En outre, les réseaux sociaux offrent diverses fonctionnalités telles que les Stories et les filtres pour améliorer visuellement le contenu publié, ce qui permet aux chaînes de télévision de captiver davantage leur audience. Par exemple, l'utilisation de formats comme les Stories permet de partager des actualités de manière plus immersive et éphémère, adaptée aux comportements de consommation rapide sur ces plateformes.

Enfin, les chaînes de télévision peuvent utiliser les réseaux sociaux pour renforcer l'engagement avec leur audience en utilisant des hashtags pertinents et en répondant aux commentaires. Cela crée une interaction directe et enrichit l'expérience des spectateurs, tout en favorisant une fidélisation accrue à travers des contenus adaptés aux préférences et aux habitudes des utilisateurs des réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux permettent aux chaînes de télévision de non seulement élargir leur audience, mais aussi de renforcer leur présence et leur pertinence dans un paysage médiatique de plus en plus numérique et interactif.

3.1.8 Les avantages du Web 2.0 :

Le web 2.0 offre de nombreux avantages passionnants pour les utilisateurs et les développeurs d'applications web. Tout d'abord, il améliore l'expérience utilisateur en proposant des fonctionnalités plus attrayantes, réactives et personnalisées. Cela rend la navigation sur le web plus agréable et intuitive.

Ensuite, le web 2.0 favorise l'innovation en offrant une plateforme plus ouverte, flexible et évolutive pour le développement d'applications. Les développeurs peuvent créer des applications web plus avancées et expérimentales, ce qui encourage la créativité et la diversité des services en ligne.

De plus, le web 2.0 encourage une plus grande participation en étant plus inclusive et démocratique. Les utilisateurs peuvent partager leurs connaissances, leurs opinions et leurs expériences, ce qui favorise un échange d'idées enrichissant et une communauté en ligne plus engagée.

En résumé, le web 2.0 apporte des avantages significatifs en améliorant l'expérience utilisateur, en favorisant l'innovation et en encourageant la participation active des utilisateurs.

3.1.7. Les défis du Web 2.0

Le Web 2.0 présente certains défis et risques qui doivent être gérés, tels que les préoccupations en matière de confidentialité et de sécurité en raison de la collecte et du stockage de données personnelles et sensibles. De plus, la qualité et la fiabilité du contenu généré par les utilisateurs peuvent ne pas être fiables, ainsi que l'utilisation éthique et responsable des applications Web 2.0 qui peut avoir des conséquences positives ou négatives.

3.1.8. L'avenir du Web 2.0 :

Le Web 2.0 est un processus d'innovation et de transformation en constante évolution. Les tendances telles que le Web 3.0, le Web mobile et le Web social sont le moteur de l'avenir du Web. Le Web 3.0, ou le Web sémantique, vise à rendre le Web plus intelligent, contextuel et personnalisé avec des technologies telles que l'intelligence artificielle, le traitement du langage naturel et la blockchain. Le Web mobile devient de plus en plus populaire avec l'utilisation des Smartphones et des tablettes comme principaux appareils pour accéder au Web. Les plateformes et les réseaux de médias sociaux deviennent également de

plus en plus importants en tant que sources et canaux d'information, de communication et de collaboration sur le Web.²⁸

3.1.9. Les grandes familles d'usages

Les différents types de services du web 2.0 se croisent et se combinent à l'infini. Or, l'innovation est dans la disposition de ces services pour des usages permettant la concrétisation d'une intelligence collective au sein des communautés. Selon Frédéric Creplet²⁹.

les catégories d'usages web 2.0 se regroupent en cinq grandes familles d'usages³⁰:

a) Partager et collaborer

Ce service du web 2.0 s'appuie sur le principe du web social. Il incite le partage du contenu d'une personne à une autre ou d'une personne à un groupe de personnes. La mise en valeur de l'information se détermine par l'apport de chacun à un même média au même moment (*tâche synchrone*) ou en différé (*tâche asynchrone*). Ce fondement favorise l'intérêt majeur des données, ce qui ne permet pas seulement de faire valoir les contenus mais aussi de créer davantage de données lors des opérations liées au partage du savoir, de documents ou bien à la création d'un lien social, l'apport d'un commentaire ou carrément l'enrichissement du contenu et l'ajout de la valeur à l'information. Nous citons à titre d'exemple : le partage des ressources électroniques, de livres et périodiques, de films, musique et photos, etc.

b) Converser

Le principe de ce service est de concevoir une liaison bidirectionnelle entre deux ou plusieurs individus, qu'ils soient usagers, clients, collègues de travail, ou membres de communauté ; ce qui engendre un lien sérieux entre les individus mis en contact et permet à d'autres usagers de devenir actifs. La conversation contribue donc, à entretenir un lien fort et un effet de loyauté comme elle avantage la relation de travail.

c) Rechercher et collecter

Cette famille d'usage s'appuie sur l'indexation humaine, plus intuitive, facilitant la recherche et la collecte des informations requises de manière effective. Elle collecte les informations de la connaissance collective d'un groupe puisque c'est ce dernier qui crée le

²⁸<https://fr.linkedin.com/advice/0/what-key-features-benefits-web-20-platforms-tools-skills-web-2-0?lang=fr>
consulté le 19/04/2024 à 23h08.

²⁹Creplet Frédéric : Directeur Général de VOIRIN Consultants Atelya et membre de l'Institut Montaigne. Il Collabore avec le CEFRIO au Québec et avec HEC Montréal.

³⁰Creplet Frédéric in Livre blanc : les usages du web 2.0 dans les organisations. -CEFRIO, 2010,2011.

lien entre contenu et mot clé (*étiquette*). Le principe est de faire recours à la *folksonomie*³¹, ou indexation pour rechercher du contenu. En effet, au lieu d'utiliser les techniques informatiques pour indexer le contenu, les étiquettes sont des mots clés créés par les utilisateurs.

d) Diffuser

Il s'agit de mettre à la disposition d'un groupe d'individus, de l'information émanant d'un ou plusieurs individus. Les informations sont destinées à des usagers ciblés.³²

e) Veiller

Ce service permet d'assurer une mise à jour en matière d'informations par rapport à l'évolution d'une organisation et ce, selon un ou plusieurs profils de recherche déterminés. À titre d'exemple, l'entreprise peut chercher à examiner en permanence l'état d'engagement et de motivation de ses employés comme elle peut suivre l'évolution des tendances de ses clients ou des dispositions sur le marché de l'emploi dans son profil, etc.³³

3.1.10 Conclusion :

Le web 2.0 est une évolution du web traditionnel où les utilisateurs ne sont plus seulement des consommateurs de contenu, mais aussi des contributeurs actifs. Cela signifie que nous pouvons créer et partager du contenu, interagir avec d'autres utilisateurs, participer à des communautés en ligne, et même collaborer sur des projets. Les réseaux sociaux, les blogs, le forum et les plateformes de partage de contenu sont tous des exemples de services du web 2.0.

³¹Folksonomie : est un système de classification collaborative décentralisée spontanée, basé sur une indexation effectuée par des non-spécialistes. Le terme désigne le phénomène d'indexation des documents numériques par l'utilisateur. [En ligne] <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-04-0066-002>.

³²Creplet Frédéric in Livre blanc : les usages du web 2.0 dans les organisations. -CEFRIO, 2010,2011Pg (16-

³³Creplet Frédéric in Livre blanc : les usages du web 2.0 dans les organisations. -CEFRIO, 2010,2011Pg (16-

Chapitre 4 : L'information des médias

L'information médiatique est un événement, un fait ou un jugement porté à la connaissance du public, sélectionné et diffusé par les journalistes et rédacteurs en chef. Pour être considérée comme été vérifiée, recontextualisée et transmise de façon fiable.

4.1.1 Le rôle des médias d'information :

Les médias d'information ont pour rôle de collecter, produire et diffuser ces informations. Cela sert à informer les citoyens, à révéler des pratiques douteuses, à permettre aux individus d'augmenter leur capital humain et à favoriser les échanges sociaux.

Un média d'information peut prendre plusieurs formes : journal, magazine, chaîne de télévision, station de radio ou site Web. Les médias d'information ont un but commun (et bien simple !) : informer le public en diffusant le travail des journalistes. Les nouvelles et les faits qu'ils publient doivent être vérifiés et accessibles pour tout leur public, sans exception. D'ailleurs, plusieurs médias sérieux se dotent de règles strictes qui assurent leur crédibilité et le maintien de leur indépendance journalistique. C'est entre autres ce qui les distingue des autres médias comme : NOTE : S'il respecte ces critères, votre balado, (podcast) ou la chaîne YouTube que vous suivez régulièrement pourrait bien être un média d'information.³⁴

Cependant, l'information des médiatique doit respecter certains critères pour être sélectionnée et diffusée :

- La véracité et la fiabilité sont impératives.
- La nouveauté et le caractère innovant sont importants.
- La proximité géographique et l'impact sur le public local sont pris en compte.

Les médias d'information se distinguent des autres médias par le respect de règles déontologiques strictes assurant leur crédibilité et leur indépendance. Ils tirent traditionnellement leurs revenus des abonnements et de la publicité.

4.1.2. L'information à l'ère numérique :

Depuis l'ère numérique, l'offre d'information s'est multipliée et diversifiée, modifiant le rapport des citoyens à l'information. Cela a aussi permis la propagation plus importante d'idées marginales comme les théories du complot.

³⁴https://www.sciencepresse.qc.ca/sites/default/files/inline-files/Media%20information_0.pdf consulté le 02/06/2024 à 14H40.

4.1.3. Évolution des fonctions d'information des médias à l'ère de Web 2.0

La montée en puissance du Web 2.0 a profondément transformé les fonctions d'information des médias, lesquelles ont évolué pour s'adapter à un environnement numérique en constante évolution. En effet, les médias traditionnels se voient contraints de rivaliser avec les plateformes en ligne pour attirer et fidéliser leur audience. Cette concurrence a notamment conduit à une diversification des contenus proposés, qui doivent désormais être adaptés aux spécificités du Web 2.0, favorisant ainsi la virilité et l'interactivité. De plus, les utilisateurs ont désormais la possibilité de devenir des acteurs à part entière de l'information, en contribuant à sa production et sa diffusion à travers les réseaux sociaux. Cela a indéniablement modifié le paysage médiatique, redéfinissant les rôles traditionnels des médias et des individus dans la société contemporaine. Les médias doivent donc repenser en profondeur leurs stratégies d'information pour s'adapter aux exigences de cette ère numérique en perpétuelle mutation³⁵.

4.1.4. Impact de Web 2.0 sur les fonctions d'information des médias

Les médias traditionnels ont été profondément influencés par l'avènement du Web 2.0, modifiant ainsi leurs fonctions d'information de manière significative. En effet, avec la prolifération des plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Twitter et YouTube, les médias sont désormais confrontés à un défi de taille : la rapidité de l'information. Grâce à la viralité des contenus sur ces plateformes, les médias traditionnels doivent désormais rivaliser avec la vitesse de diffusion de l'information en ligne. De plus, le Web 2.0 a également permis l'émergence de nouveaux acteurs de l'information, tels que les blogueurs et les influenceurs, remettant en question la légitimité et la crédibilité des médias traditionnels. Ainsi, l'impact du Web 2.0 sur les fonctions d'information des médias est indéniable, obligeant ces derniers à repenser leurs stratégies de diffusion et de vérification des informations.³⁶ Par ailleurs, la diversification des sources d'information sur le Web 2.0 a également eu un impact majeur sur les fonctions d'information des médias. Alors qu'auparavant, les médias traditionnels étaient considérés comme les seules sources fiables d'information, le Web 2.0 a ouvert la voie à une multitude de sources d'information, parfois plus subjectives et partiales. Cette profusion de contenus a conduit à une fragmentation de l'audience des médias traditionnels, qui doivent désormais faire face à une concurrence accrue pour capter l'attention des spectateurs. De ce

³⁵<https://www.mediasystems.info/qu-est-que-l-information> consulté le 02/06/2024. consulté le 02/06/2024 à 20h35.

³⁶ Mémoire en ligne, étudiante en journalisme-master 2, école de journalisme <https://www.ecoledujournalisme.com> consulté le 02/06/2024 à 21h12

fait, les médias traditionnels ont dû s'adapter en diversifiant leurs contenus et en adoptant de nouvelles stratégies de filtrage et de hiérarchisation de l'information (Christopher G. Reddick et al). Enfin, l'interactivité offerte par le Web 2.0 a profondément modifié les fonctions d'information des médias en permettant une plus grande participation du public. En effet, les réseaux sociaux offrent aux utilisateurs la possibilité de réagir, de commenter et de partager instantanément les informations diffusées par les médias traditionnels. Cette interaction constante entre les médias et leur public a entraîné une redéfinition du rôle des médias en tant qu'intermédiaires de l'information, ces derniers étant désormais soumis à un feedback instantané et à une pression accrue pour répondre aux attentes et aux demandes du public. Ainsi, le Web 2.0 a considérablement remodelé les fonctions d'information des médias en favorisant une plus grande interaction et participation de l'audience dans le processus médiatique.³⁷

4.1.5 : les caractéristiques de l'information des médias :

- **Pratique et code de déontologie** : l'information est une pratique qui implique une sélection, une hiérarchisation et une diffusion de l'information. Elle est souvent organisée autour des 5 W (who, what, when, where, why). Et est soumise à un code de déontologie pour garantir son objectivité et sa véracité.
- **Rapidité de diffusion** : les médias sont capables de diffuser des informations presque en temps réel, permettant au public d'être informé rapidement des événements en cours.
- **Diversité des sources** : les médias offrent une variété de source d'information provenant de différentes perspectives et points de vue. Ce qui permet au public permet au public d'avoir une vision plus complète d'un sujet.
- **Large public** : les médias d'information ont la capacité d'atteindre un large public, ce qui en fait un moyen efficace de diffuser des informations à grande échelle.
- **Modes de traitement journalistiques** : les modes de traitement de l'information varient en fonction des médias et des sources. Les médias en ligne, par exemple : peuvent présenter des disparités dans leur traitement de l'actualité et dans leurs énonciations éditoriales.³⁸

³⁷<https://www.mediasystems.info> consulté le 02/06/2024 à 22h05.

³⁸<https://talmil.org/fr/fiche-n3-linformation-et-les-medias> consulté le 02/06/2024 à 22h20.

Ces caractéristiques montrent que l'information des médias est complexe et multi facette, impliquant des aspects pratiques, éthiques, et sociaux.

4.1.6. Les avantages et les inconvénients de l'information des médias :

Avantage :

- **Accessibilité :** les médias permettent un accès facile et rapide a une grande quantité d'informations provenant de diverses sources.
- **Sensibilisation :** ils contribuent à sensibiliser le public sur des questions importantes à l'échelle locale, nationale et internationale.
- **Diversité des perspectives :** les médias offrent une diversité de points de vue et d'opinions, ce qui peut aider à élargir notre compréhension d'un sujet.
- **Transmission rapide :** les médias permettent une diffusion rapide des nouvelles et des événements en temps réel.

Inconvénients :

- **Propagation de fausses informations :** les médias peuvent parfois diffuser des informations inexactes ou sensationnalistes, ce qui peut induire en erreur le public.
- **Biais et partialité :** certains médias peuvent être partiaux ou influencés par des intérêts particuliers, ce qui peut altérer la présentation objective de l'information.
- **Surcharge d'informations :** la quantité écrasante d'informations disponible peut rendre difficile la distinction entre ce qui est important et ce qui est accessoire.
- **Impacte sur la santé mentale :** la surconsommation de médias peut avoir un impact négatif sur la santé mentale en provoquant du stress, de l'anxiété ou une dépendance.

4.1.7. La conclusion :

Il est important de reconnaître que les médias jouent un rôle crucial dans la diffusion de l'information à la société. Et avec l'évolution des technologies et l'émergence de l'intelligence artificielle, les médias sont en constante transformation. Il est essentiel de rester critique face aux informations reçues et de diversifier ses sources pour obtenir une vision plus complète et équilibrée de l'actualité.

Le cadre pratique de la recherche

Chapitre 5

Présentation des données

La partie pratique est une partie importante de la recherche scientifique car elle reflète le fruit des efforts déployés par le chercheur tout au long de sa recherche et du développement de ses capacités, et à travers notre thème d'étude intitulé « web 2.0 et développement de la fonction information des médias », nous avons choisi la chaîne EL BILAD TV pour faire notre stage et pouvoir renseigner notre thème de recherche au sein de cette entreprise médiatique, car on voit que cette chaîne est très développée dans sa version électronique et elle a une interactivité forte avec leurs abonnés.

Notre enquête s'est déroulée au sein de la chaîne EL BILAD TV du 16 avril 2024 au 16 mai 2024, nous avons effectué des entretiens avec les journalistes du service version électronique de la chaîne, au raison de répondre à nos interrogations et hypothèses de recherche nous avons réalisé nos entretiens avec 3 membre de cette entreprise Rédacteur en chef qui est HADJI SOFIANE spécialisée des réseaux sociaux, YUCEF ZAGHBA rédacteur en chef du service information et enfin la journaliste NIHAD MERNIZ du service réseaux sociaux.

Préambule :

À l'ère du web 2.0 caractérisée par l'émergence de plateformes interactives et collaboratives, le paysage médiatique a connu une profonde transformation. Ce document vise à explorer les implications de cette révolution numérique sur le développement de la fonction information des médias. En analysant les nouveaux modes de production, de diffusion et de consommation de l'information à l'ère du web 2.0, nous cherchons à comprendre comment cette évolution influence la façon dont les médias remplissent leur mission essentielle de fournir une information fiable et pertinente à un public de plus en plus connecté. En examinant les défis et les opportunités qui découlent de cette évolution, nous nous engageons à explorer les pistes d'actions et les perspectives d'avenir pour une fonction information médias adaptée aux exigences d'un environnement numérique en constante évolution.

Ce chapitre sera consacré à la présentation de l'organisme d'étude, « web 2.0 et développement de la fonction information des médias », où nous allons présenter l'historique, la situation géographique, ainsi que les activités et les actions de chacun et enfin leurs structures organisationnelles.

5.1. Présentation de lieu de recherche :

Cette partie pratique de ce mémoire se consacre à l'analyse et à la présentation approfondie de la chaîne de télévision EL BILAD TV. En tant que média important dans le paysage audiovisuel contemporain, EL BILAD TV suscite un intérêt particulier en raison de son impact sur la société et son rôle dans la diffusion de l'information. Cette étude vise à explorer les différents aspects de cette chaîne, y compris son histoire, sa programmation, son audience et son influence dans le contexte médiatique algérien. En examinant de près EL BILAD TV, nous chercherons à mieux comprendre son positionnement, ses objectifs et son rôle dans la construction de l'opinion publique.

5.1.1. Histoire de la chaîne EL BILAD TV :

EL BILAD TV est une chaîne de télévision algérienne privée lancée le 19 mars 2014, son lancement a été marqué par une promesse de pluralisme médiatique et d'indépendance éditoriale, cherchant à offrir une alternative aux autres médias nationaux.

Le nom "El BILAD" signifie "Le Pays" en arabe, ce qui suggère une volonté de couvrir les événements nationaux et de servir l'intérêt public. La chaîne diffuse une variété de programmes incluant des informations, des débats politiques, des émissions culturelles, des programmes religieux et des divertissements.

El BILAD TV s'est rapidement positionnée comme un acteur majeur dans le paysage médiatique algérien, notamment en offrant une plateforme pour des voix et des opinions diverses. Cependant, comme toute chaîne de télévision, elle a été sujette à des controverses et à des critiques, notamment concernant son impartialité et son traitement de certains sujets sensibles.

Malgré ces défis, El BILAD TV continue de jouer un rôle important dans le paysage médiatique algérien, contribuant au débat public et à la diffusion d'informations à travers le pays.

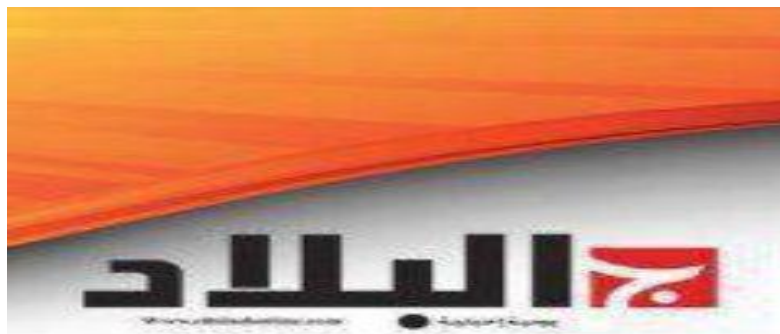


Figure 2 logo de la chaîne EL BILAD tv (Google image)

5.1.2. Les programmes de la chaîne EL BILAD TV :

EL BILAD TV propose une variété de programme couvrant différents sujets. Parmi les programmes populaires de la chaîne, on trouve des émissions de l'actualité telle que « BILAD NEWS » qui couvre les événements nationaux et internationaux. Il y a aussi des talk-shows politique comme « EL Yed Fel Yed » qui abordent des questions politiques importantes en Algérie.

En plus la chaîne propose des émissions culturelles comme « EL BILAD EL YOUM » mettent en avant la richesse culturelle du pays.

Pour les séries, des productions locales et étrangères sont diffusées pour divertir le public.

Ces programmes contribuent à la diversité de l'offre télévisuelle D'EL BILAD TV. ³⁹

5.1.3. La relation du web 2.0 et la chaîne EL BILAD TV :

La relation entre le Web 2.0 et la chaîne EL BILAD TV pourrait être que cette dernière utilise les plateformes et les outils du Web 2.0 pour interagir avec son public comme ceci :

- **Présence en ligne** : EL BILAD TV peut avoir une présence significative sur les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc. Ces plateformes permettent à la chaîne de partager du contenu, des extraits d'émissions, des actualités en temps réel, des reportages exclusifs, et d'interagir directement avec son public.
- **Interaction avec les téléspectateurs** : Les réseaux sociaux offrent à EL BILAD TV la possibilité d'interagir avec les téléspectateurs en temps réel. La chaîne peut répondre aux commentaires, aux questions et aux préoccupations des téléspectateurs, ce qui renforce l'engagement et crée un lien plus étroit avec son public.
- **Partage de contenu utilisateur** : Le Web 2.0 encourage le partage de contenu généré par les utilisateurs. EL BILAD TV peut encourager les téléspectateurs à partager leurs propres expériences, opinions, et même leurs propres vidéos ou photos liées aux émissions de la chaîne. Cela peut créer un sentiment de communauté parmi les fans de la chaîne.

³⁹<https://artic.n17za.com/frequencies2023/%D8%AA%D8%B1%D8%AF%D8%AF-%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%84%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-2024-%D8%B9%D9%84/> consulté le 05/06/2024 à 22h22.

- **Diffusion en ligne** : En plus de la diffusion traditionnelle, EL BILAD TV peut également utiliser le Web 2.0 pour diffuser ses émissions en direct sur Internet, soit via son propre site Web, soit via des plateformes de streaming en direct. Cela élargit l'audience potentielle au-delà des frontières géographiques et permet à un public plus large d'accéder à ses contenus.

5.1.4. Les objectifs de la chaîne EL BILAD TV :

Les objectifs de la chaîne algérienne EL BILAD TV semblent se concentrer sur la fourniture de nouvelles fiables et transparentes aux citoyens algériens. Voici une reformulation des objectifs énoncés :

1. Fournir des informations de première main aux citoyens algériens, avec un accent sur l'actualité nationale et internationale.
2. Garantir la clarté et l'exactitude des informations diffusées, en évitant toute forme de manipulation ou de tromperie.
3. Couvrir un large éventail de sujets et de développements dans le monde, permettant aux téléspectateurs d'être bien informés sur diverses questions.
4. Offrir des analyses et des commentaires pour aider à améliorer la compréhension et la perception des citoyens algériens sur les événements et les enjeux actuels.

Ces objectifs visent à fournir aux téléspectateurs une source d'information fiable et exhaustive, contribuant ainsi à une meilleure compréhension des événements locaux et mondiaux.

5.1.5. Les avantages de la chaîne algérienne EL BILAD TV :

Les avantages de la chaîne algérienne EL BILAD TV sont multiples et se distinguent par plusieurs aspects :

Accessibilité à tous les publics : EL BILAD TV s'adresse à un large éventail de téléspectateurs en proposant une programmation variée qui ne se limite pas à un seul groupe démographique. En plus de couvrir les informations politiques, la chaîne offre également une diversité de contenus, y compris des informations artistiques et culturelles, ainsi que d'autres sujets d'intérêt général. Cela permet à un large spectre de la population de trouver des programmes pertinents et intéressants à regarder.

Gratuité et facilité d'accès : L'un des principaux avantages d'EL BILAD TV est sa gratuité, ce qui signifie que les téléspectateurs n'ont pas besoin de souscrire à un abonnement payant pour accéder à ses contenus. De plus, la possibilité d'ajuster la fréquence de la chaîne via NileSat facilite encore plus son accessibilité, offrant ainsi une expérience de visionnage pratique et sans tracas.

Transparence et clarté de l'information : EL BILAD TV s'engage à présenter toutes les informations de manière transparente et claire, ce qui permet aux téléspectateurs de comprendre facilement les événements et les développements présentés à l'écran. Cette transparence renforce la crédibilité de la chaîne et favorise la confiance des téléspectateurs dans son contenu.

La chaîne EL BILAD TV L'un des chaînes de télévision qui utilise également les réseaux sociaux tels qu'Instagram, Twitter et d'autres plateformes pour diffuser ses informations, à leur public. Ils partagent des actualités, des vidéos et des photos sur leur compte, afin de tenir leur audience informée et engagée. C'est un moyen efficace pour la chaîne de toucher un large public et de partager des contenus pertinents de manière visuelle. Les réseaux sociaux leur permettent de rester connectés avec leur audience et de diffuser l'information d'une manière interactive.

A /Instagram : Instagram est une application et un réseau social de partage de photos et de vidéos, fondé en 2010 par Kevin Systrom et Michel Krieger, puis racheté par Facebook en 2012. Avec plus de 1,3 milliard d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde, Instagram permet de publier du contenu visuel, d'interagir avec d'autres utilisateurs, et offre des fonctionnalités telles que les Stories et les filtres pour retoucher les images. C'est un outil majeur en marketing digital, offrant un fort engagement et des opportunités pour les entreprises.

La chaîne EL BILAD TV utilise activement la plateforme Instagram comme un canal important pour diffuser ses informations et interagir avec son public. Avec plus de 817 000 abonnés, elle bénéficie d'une audience significative sur cette plateforme sociale. EL BILAD TV publie régulièrement du contenu visuel tel que des images et des vidéos, couvrant une variété de sujets incluant les actualités, les émissions spéciales, et d'autres contenus pertinents pour son audience. Cette présence sur Instagram permet à la chaîne de renforcer son engagement avec les téléspectateurs et de toucher un public plus large à travers des fonctionnalités telles que les Stories, les publications en direct, et l'utilisation de filtres pour enrichir l'expérience visuelle des utilisateurs. En utilisant Instagram, EL BILAD TV tire parti

de l'influence et de la portée de cette plateforme pour accroître sa visibilité, promouvoir ses contenus et renforcer sa marque dans le paysage médiatique numérique.

B/ twitter :

Twitter est un site de micro-blogging gratuit, fondé en 2006 au sein de la société Odéo par Jack Dorsey. Les trois grandes caractéristiques du site sont :

- (1) De courts messages texte (limités d'abord à 140 caractères, puis 280).
- (2) Des messages instantanés.
- (3) Des souscriptions afin de recevoir des mises à jour.

Outre ces fonctionnalités, la plateforme en propose de nombreuses autres, plus ou moins sophistiquées, comme la retransmission des messages d'autres utilisateurs (retweet), la création, le suivi et le partage des listes de comptes ou la recherche avancée, etc.

Twitter est le site de microblogging le plus utilisé et un des réseaux socio-numériques les plus populaires. Ainsi, en 2019, Twitter comptait plus de 290 millions d'utilisateurs à travers le monde.⁴⁰

Et la chaîne de télévision EL BILAD TV est la principale chaîne d'information en Algérie sur Twitter, avec une communauté impressionnante de 2 millions d'abonnés. Elle est largement considérée comme la source officielle des nouvelles, offrant un accès rapide et fiable à l'actualité nationale et internationale.

El BILAD TV est particulièrement active sur Instagram et Twitter en raison de leur large audience et de leur capacité à favoriser l'interaction directe avec les utilisateurs. Ces plateformes permettent à la chaîne de partager rapidement des vidéos, des photos et des mises à jour en temps réel, renforçant ainsi sa capacité à diffuser les nouvelles et à promouvoir ses contenus. En utilisant des fonctionnalités comme les stories et les hashtags, El BILAD TV peut non seulement engager efficacement son public mais aussi accroître sa visibilité et son influence dans le paysage médiatique algérien, affirmant sa présence dans un environnement médiatique numérique dynamique.

⁴⁰ **Taillibert, Tiziano.** Étude d'un mémoire de Master 2 information-communication spécialité DISTIC, encadré par **M. Nicolas Pélissier**, Université Côte d'Azur. Année scolaire 2020-2021.

5.2 . Présentation des données de recherche :

Dans cette partie de notre cadre pratique, nous avons analysé les résultats concernant les enquêtes de la chaîne EL BILAD TV. Nous avons identifié et déterminé les caractéristiques socioprofessionnelles de nos collaborateurs au sein de la chaîne.

Pour ce faire, nous avons organisé ces données dans un tableau structuré comprenant les informations suivantes : la répartition des enquêtes par sexe, les différentes tranches d'âge, le niveau d'instruction, les postes occupés par chacun ainsi que leur ancienneté.

Cette approche nous permet de mieux comprendre le profil et la composition de notre équipe au sein de la chaîne EL BILAD TV.

Par la suite nous sommes passé à l'analyse de contenu des entretiens effectués et traiter l'ensemble des données collectées après notre enquête.

Nous avons structuré ces caractéristiques dans un tableau simple :

Tableau N°02 : Répartition des enquêtes

Les enquêtes	Sexe	Age	Niveau d'instruction	Le poste occupé	L'expérience
Enquête n°1	Masculin	38ans	Universitaire	Rédacteur en chef (RS)	15ans
Enquête n°2	Masculin	34ans	Universitaire	Rédacteur en chef (info)	10ans
Enquête n°3	Féminin	42ans	Universitaire	Journaliste	12 ans
Enquête n°4	Féminin	39 ans	Universitaire	Journaliste	10 ans

Source : réalisé par nous-même

D'après les observations faites à partir de ce tableau, on constate que la répartition par sexe est équilibrée, ce qui reflète l'engagement de l'entreprise en faveur de l'égalité des genres.

En outre, la préférence pour la catégorie jeune est mise en évidence par la concentration des enquêtes dans la tranche d'âge de 30 à 40 ans. Tous les enquêtes ayant des diplômes universitaires, cela indiquant une exigence élevée en terme d'instruction pour les postes.

De plus, la diversité des durées d'expérience, souligne l'importance accordée à l'expérience au sein de la chaîne EL BILAD TV.

Chapitre 6 :

Analyse et interprétation des données

Dans ce chapitre, nous allons examiner de près les données collectées et les interpréter en lien avec nos objectifs de recherche sur le terrain. Nous avons utilisé notre pré-enquête, basée sur un entretien composé de 9 questions adressées à notre échantillon.

Donc nous allons répondre aux questions de l'entretien en basant sur les réponses de nos enquêtés. Cela nous permettra d'approfondir notre compréhension sur notre thème intitulé web 2.0 et développement de la fonction information des médias :

✓ **Fonctions du web 2.0, et différents moyens et technologies :**

Q°5 : Comment la chaîne EL BILAD TV s'adapte-elle à la montée en puissance des plateformes numériques pour diffuser ces informations ?

À travers nos entretiens avec les spécialistes dans le service électronique de la chaîne EL BILAD TV, les rédacteurs en chef nous constatons que :

La montée en puissance des plateformes numériques a eu un impact significatif, y compris les chaînes de télévision comme EL BILAD TV. Pour rester pertinente dans un paysage médiatique en constante évolution, EL BILAD TV a dû s'adapter à cette nouvelle réalité. Voici quelques façons dont la chaîne s'est adaptée :

Les plateformes numériques attirent des audiences massives, dépassant largement les attentes des médias traditionnels. Leur capacité à générer de l'engagement et à créer des communautés en ligne en fait des partenaires de choix pour diffuser du contenu. EL BILAD TV a reconnu cette tendance et a cherché à s'associer avec ces plateformes pour diffuser son contenu et atteindre un public plus large.

Les plateformes numériques offrent aux médias traditionnels la possibilité de monétiser leurs contenus via la publicité ciblée et les abonnements. Cette diversification des sources de revenus est cruciale pour assurer la pérennité des médias. EL BILAD TV a probablement exploré ces options pour générer des revenus supplémentaires et assurer sa viabilité économique.

EL BILAD TV a probablement adapté ses modes de diffusion pour s'aligner sur les nouvelles habitudes de consommation des médias. Cela peut inclure la diffusion en direct sur les plateformes numériques, la mise à disposition de contenus à la demande et l'utilisation de technologies telles que l'IPTV pour diffuser ses programmes.

Il convient de noter que les informations spécifiques sur les mesures prises par EL BILAD TV pour s'adapter à la montée en puissance des plateformes numériques ne sont pas disponibles dans les extraits de recherche fournis. Cependant, ces stratégies générales sont utilisées par cette chaîne pour rester performantes dans le paysage médiatique numérique en évolution rapide.

D'après les deux autres journalistes de la chaîne EL BILAD TV pour ce qui concerne cette question :

L'arrivée d'Internet et du numérique a bouleversé le paysage audiovisuel en général, La chaîne EL BILAD TV a dû faire face à une évolution induite par ces nouvelles technologies. La fragmentation des contenus est devenue un enjeu important pour cette chaîne, qui cherche à préserver son identité tout en s'adaptant aux différentes plateformes. Les potentialités offertes par le numérique permettent une plus grande flexibilité et une adaptation aux nouvelles pratiques de consommation audiovisuelle. Tout ça en produisant des contenus adaptés aux différents formats en ligne tels que les articles, les vidéos et les podcasts. Cette adaptation numérique leur permet de toucher un public plus large et de rester pertinents dans un environnement médiatique.

Q°6 : De quelle manière la chaîne d'EL BILAD TV intègre-elle les technologies émergentes, telles que l'intelligence artificielle, pour améliorer la diffusion et la personnalisation de son contenu ?

D'après les réponses de nos deux rédacteurs en chef et de nos deux journalistes nous constatons que :

La chaîne EL BILAD TV intègre des technologies émergentes, notamment l'intelligence artificielle, pour améliorer la diffusion et la personnalisation de son contenu. Selon les informations disponibles, EL BILAD TV utilise des technologies telles que la synthèse vocale et la génération d'images pour créer des présentateurs virtuels basés sur l'intelligence artificielle. Cela permet d'offrir une expérience visuelle et informative innovante aux téléspectateurs. De plus, cette technologies émergentes et l'intelligence artificielle est utilisée pour automatiser certaines tâches telles que la rédaction de brèves ou la génération de titres accrocheurs tout cela permet aux médias de mieux cibler leur audience et d'optimiser l'expérience utilisateur en proposant des contenus plus intéressants et pertinents.

Tous ces résultats nous ont fait penser à notre deuxième étude antérieure qui a été sous le thème de « l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne », réalisé par Louanas Bouchehal et Ekhlef Aloui, où ils ont constatés d'après leur recherche que ces nouvelles technologies ont permis à l'entreprise où ils ont fait leur étude d'améliorer leurs activités vers de nouveaux services et activités. Donc nous remarquons que vraiment ces nouvelles technologies améliorent beaucoup l'entreprise dans leurs activités et dans le bon terme de leur établissement.

Q°7 : Quels sont les défis auxquels la chaîne EL BILAD TV a été confrontée dans un paysage médiatique de plus en plus fragmenté et concurrentiel ?

Les réponses des deux rédacteurs en chef et des deux journalistes sur les défis rencontrés par la chaîne EL BILAD TV nous permettent de résumer leurs déclarations comme ceci :

La concurrence sur le marché médiatique en Algérie s'est intensifiée avec l'émergence de nouvelles chaînes de télévision et l'arrivée de nouveaux acteurs tels que les opérateurs de télécommunications et les fournisseurs d'accès internet. Cette intensification de la concurrence a également été alimentée par la fragmentation croissante de l'audience, qui a rendu plus difficile l'atteinte du seuil de rentabilité pour les chaînes de télévision. De plus, les avancées technologiques ont eu un impact significatif sur le paysage médiatique, modifiant les habitudes de consommation des médias. EL BILAD TV a dû s'adapter à ces évolutions technologiques pour rester compétitif. En outre, dans un paysage médiatique concurrentiel, il est essentiel pour une chaîne de télévision de se faire connaître et de fidéliser son public. EL BILAD TV a utilisé les médias numériques, tels que sa chaîne YouTube et sa page Facebook et Instagram, pour accroître sa notoriété et atteindre un large public. Enfin, pour se démarquer dans ce paysage concurrentiel, EL BILAD TV a dû proposer un contenu attractif et diversifié, développant des programmes d'information, des émissions politiques, économiques, religieuses et scientifiques pour répondre aux attentes de son public. Ces évolutions soulignent les défis auxquels les acteurs du marché médiatique en Algérie sont confrontés, tout en mettant en lumière les stratégies mises en œuvre par EL BILAD TV pour rester compétitif et attirer un large public.

✓Web 2.0 et développement de la fonction information des médias :

Q°8 : Comment le web va-t-il transformé la participation des utilisateurs en ligne par rapport aux modèles précédents du web au sein d'EL BILAD TV ?

D'après les deux rédacteurs en chef et les deux journalistes spécialisées du service réseaux sociaux de la chaîne EL BILAD TV par rapport à la question nous constatons que :

Le web offre aux utilisateurs la possibilité de participer activement en interagissant avec le contenu et en contribuant à sa création. Les utilisateurs peuvent commenter, partager, aimer et même créer leur propre contenu en ligne, ce qui permet une diversité de perspectives et une participation plus active

. Les plateformes de médias sociaux jouent un rôle majeur dans cette transformation, en permettant aux utilisateurs de se connecter, de partager des informations, de participer à des discussions et de contribuer à des communautés en ligne. De plus, le web facilite la collaboration entre utilisateurs, leur permettant de travailler ensemble sur des projets, de partager des idées et des connaissances, et de contribuer à des initiatives communes.

Le web offre aux utilisateurs un accès facile à l'information et leur permet de participer activement aux discussions politiques et sociales. Les utilisateurs peuvent s'informer, partager leurs opinions et participer à des mouvements en ligne, renforçant ainsi leur engagement dans les questions politiques et sociales. En somme, le web a profondément transformé la manière dont les utilisateurs interagissent avec le contenu en ligne, favorisant une participation plus active, une diversité de perspectives, et renforçant le sentiment de communauté et de collaboration en ligne.

Q°9 : Quels sont les nouveaux outils et technologies introduits par le web 2.0 qui ont permis un partage et une collaboration plus efficaces sur internet pour EL BILAD TV ?

D'après les réponses de nos deux rédacteurs en chef et de nos deux journalistes nous résumons que

Le Web 2.0 a introduit toute une panoplie d'outils et de technologies qui ont révolutionné la façon dont les internautes interagissent et collaborent en ligne. Parmi les plus marquants, on peut citer la syndication de contenu via des flux RSS et Atom. Ce système

permet aux utilisateurs de s'abonner à des contenus de nos sites web et de les recevoir automatiquement, favorisant ainsi un partage instantané et fluide de l'information.

Y compris les applications, les blogs, les wikis et les réseaux sociaux sont des outils clés du web 2.0 qui ont révolutionné la manière dont les gens collaborent et partagent sur internet.

Les enquêtés s'appuient dans leurs réponses sur ces technologies ont permis une interactivité accrue, une personnalisation du contenu, une facilité de partage et de collaboration en ligne.

Le rédacteur en chef spécialisée des réseaux sociaux nous a donné des exemples que la chaîne EL BILAD TV utilise des plateformes, ces outils ont favorisé l'engagement des utilisateurs, la diffusion d'informations et création de communautés en ligne dynamiques.

Q°10 : En quoi le passage du web statique au web dynamique va-t-il influencé la façon dont les informations sont créées, partagées et consommées en ligne dans EL BILAD TV ?

Après avoir posé cette question sur le passage du web statique au web dynamique, la réponse des enquêtés était claire comme ceci :

En transition du web statique au web dynamique, les plateformes telles qu'EL BILAD TV verront un impact significatif sur la manière dont les informations sont traitées en ligne.

Le web dynamique permet une interactivité avancée, offrant aux utilisateurs la possibilité d'interagir avec le contenu, de le personnaliser selon leurs préférences et des partages plus facilement.

Cette évolution va stimuler l'engagement des spectateurs de la chaîne, et favoriser une diffusion plus ciblée et efficace des informations, et ainsi enrichir l'expérience en ligne sur la chaîne EL BILAD TV.

Là où nous avons eu le même résultat que notre 3^{ème} étude antérieure intitulée de « l'impact du web 2.0 sur le développement de l'information médiatique », réalisé par Johnson et All, où les chercheurs ont confirmés que le web a mis en lumière comment cette évolution a transformé la manière dont les informations sont produites, partagées et consommées, là où il s'agit de souligner aussi l'importance croissante des réseaux sociaux dans la diffusion de

l'information et comment cela affecté le paysage médiatique traditionnel, de plus l'étude explore les implications sociales, culturelles et politiques de ces changements.

la journaliste de service électronique rajoute que Le passage d'El BILAD TV rajoute qu'avec cette transition, la création de contenu devient plus réactive, permettant une publication rapide d'actualités en temps réel et de vidéos mises à jour. Le partage est facilité par des fonctionnalités sociales intégrées, permettant à un public plus large d'accéder au contenu via les réseaux sociaux.

✓ **Les défis de la chaîne EL BILAD TV sur le web 2.0 :**

Q°11 : Comment EL BILAD TV adapte-t-elle ses stratégies de contenu pour répondre aux attentes et aux comportements des utilisateurs dans un environnement où l'information est largement accessible et partagée via les réseaux sociaux et les plateformes en ligne ?

D'après les réponses des deux rédacteurs en chef et des deux journalistes, nous observons une approche complémentaire pour répondre à la question qui est :

EL BILAD TV s'adapte aux attentes et aux comportements des utilisateurs dans un contexte où l'information est largement accessible et partagée sur les réseaux sociaux et les plateformes en ligne de plusieurs manières.

Tout d'abord, la chaîne adopte une approche réactive en fournissant un contenu constamment mis à jour pour refléter les événements en cours et répondre aux intérêts du public. Cette réactivité nécessite une surveillance continue des actualités et une capacité à publier rapidement des articles, des vidéos et des reportages pertinents.

En outre, EL BILAD TV investit dans une présence active sur les réseaux sociaux, utilisant ces plateformes pour partager du contenu, interagir avec les utilisateurs, répondre à leurs questions et commentaires, et encourager le partage viral. Pour mieux répondre aux besoins individuels des utilisateurs, la chaîne utilise des outils d'analyse et de suivi pour comprendre leurs préférences et comportements.

Cette compréhension permet à EL BILAD TV de personnaliser le contenu recommandé, proposant des actualités et des vidéos similaires à celles déjà consultées, augmentant ainsi l'engagement et la fidélisation des spectateurs. De plus, EL BILAD TV

explore une diversité de formats de contenu adaptés aux plateformes en ligne et aux préférences des utilisateurs, allant des vidéos courtes pour les réseaux sociaux aux articles interactifs avec des éléments visuels attrayants, en passant par les podcasts pour une écoute en déplacement.

Enfin, dans un paysage médiatique où la désinformation est répandue, EL BILAD TV met l'accent sur la vérification des faits, la transparence et la crédibilité de son contenu, renforçant ainsi la confiance des utilisateurs et les incitant à revenir pour obtenir des informations précises et fiables. En combinant ces stratégies, EL BILAD TV cherche à maintenir sa pertinence et à répondre de manière proactive aux attentes changeantes de son public.

Q°12 : Quels sont les défis spécifiques auxquels EL BILAD TV est confrontée pour maintenir la crédibilité et la confiance du public dans un paysage médiatique où la désinformation et les fausses nouvelles peuvent se propager rapidement ?

La réponse des enquêtés à cette question était la suivante :

EL BILAD TV est confrontée à des défis importants pour maintenir la crédibilité et la confiance du public dans un contexte où la désinformation et les fausses nouvelles peuvent se propager rapidement. Tout d'abord, l'un des défis majeurs est celui de la vérification des faits. Avec la vitesse à laquelle les informations circulent en ligne, il est essentiel que la chaîne vérifie soigneusement chaque information avant de la publier. Cela implique de confirmer les sources, de croiser les informations avec d'autres médias réputés et de consulter des experts lorsque cela est nécessaire. De plus, EL BILAD TV doit être transparente quant à ses processus éditoriaux, afin de gagner la confiance du public. Cela peut inclure la divulgation des sources utilisées, des méthodes de recherche et des éventuels biais potentiels.

Un autre défi important que le rédacteur en chef a souligné est celui de la formation du personnel. Les journalistes et le personnel éditorial doivent être formés pour reconnaître et éviter la désinformation. Ils doivent être en mesure d'évaluer de manière critique les sources et de vérifier l'exactitude des informations avant de les publier. En outre, EL BILAD TV doit gérer de manière proactive ses comptes sur les réseaux sociaux, qui sont souvent des vecteurs de désinformation. La chaîne doit surveiller de près ses plateformes sociales pour s'assurer

que seules des informations vérifiées et fiables sont partagées, tout en étant prête à réagir rapidement aux fausses nouvelles qui pourraient s'y propager.

Enfin, EL BILAD TV peut jouer un rôle important dans l'éducation du public sur la désinformation. En plus de fournir des informations précises, la chaîne peut aider le public à reconnaître et à éviter la désinformation à travers des segments éducatifs, des articles de blog et d'autres initiatives éducatives.

En surmontant ces défis, EL BILAD TV peut renforcer sa crédibilité et sa confiance auprès du public, ce qui est essentiel pour maintenir son statut de source d'information fiable et impartiale dans un environnement médiatique souvent tumultueux.

Q°13 : Comment EL BILAD TV intègre-t-elle les technologies du web 2.0 telles que les applications mobiles, les plateformes de streaming en direct et les outils de journalisme en direct et les outils de journalisme participatif pour enrichir et diversifier son offre d'informations, tout en restant fidèle à son identité éditoriale et à ses valeurs journalistiques ?

Suite à la dernière question posée lors de notre entretien, les rédacteurs en chef ainsi que les journalistes, ont fourni la réponse suivante :

EL BILAD TV intègre habilement les technologies du web 2.0 pour élargir son offre d'informations tout en préservant son identité éditoriale et ses valeurs journalistiques. En adoptant des applications mobiles conviviales, la chaîne offre un accès rapide et pratique à ses contenus, permettant aux utilisateurs de visionner des vidéos à la demande et de rester informés en temps réel, tout en restant fidèle à sa mission journalistique. Par le biais de plateformes de streaming en direct telles que YouTube Live et Facebook Live, EL BILAD TV couvre les événements majeurs en temps réel, assurant une couverture instantanée et authentique. De plus, la chaîne encourage l'interaction avec son public en utilisant des outils de journalisme participatif, permettant aux téléspectateurs de contribuer avec des reportages citoyens et des témoignages vidéo, enrichissant ainsi la diversité des perspectives présentées. Cette approche réfléchie et adaptée permet à EL BILAD TV de rester à la pointe de l'innovation médiatique tout en maintenant sa crédibilité journalistique et son engagement envers la transparence et la diversité.

Chapitre 7

Vérification des hypothèses

Avant de plonger dans les détails de la vérification des hypothèses, il est essentiel de comprendre l'importance de cette étape dans le processus de recherche. Les hypothèses servent de fondation à nos idées et théories, mais elles doivent être rigoureusement examinées pour garantir leur validité. La vérification des hypothèses nous permet de tester ces suppositions, de les remettre en question et de déterminer si elles sont étayées par des données empiriques. Dans cette démarche, nous adoptons une approche méthodique pour évaluer les affirmations proposées et pour parvenir à des conclusions éclairées. À présent nous allons procéder à la vérification des hypothèses formules dans notre étude portant sur « web 2.0 et développement de la fonction information des médias » suite à l'analyse et l'interprétation des données recueillies de notre terrain d'étude.

Hypothèse 01 :

Par rapport à notre première hypothèse qui est web 2.0 a influencé la manière dont la chaîne EL BILAD TV diffuse ces informations aujourd'hui.

Nous pourrions affirmer que notre hypothèse est correcte par rapport à l'avènement du web 2.0 qui a profondément modifié la manière dont les médias traditionnels diffusent leurs informations. Les plateformes de médias sociaux ont rendu la diffusion d'informations plus interactive, et participative, incitant les médias traditionnels à adopter les stratégies de contenu plus dynamiques et à s'engager d'avantage avec leur public. De plus, la vitesse de diffusion de l'information a considérablement augmenté, ce qui a entraîné une pression accrue sur les médias traditionnels pour fournir des nouvelles en temps réel et pour rester pertinentes dans un paysage médiatique en constante évolution. Le passage au web 2.0 a beaucoup développé la chaîne EL BILAD TV, où elle a probablement intégré les réseaux sociaux dans sa stratégie de diffusion d'informations, utilisant des plateformes comme Instagram beaucoup plus, Facebook, et twitter pour partager des nouvelles, des vidéos et interagir avec les téléspectateurs. De plus, le web 2.0 a encouragé EL BILAD TV là où elle peut également avoir mis en place des forums de discussion en ligne, des sondages et des espaces pour les commentaires plus directe et dynamique avec son public et être avec eux dans les nouvelles techniques du web pour garder toujours leur niveau de professionnalisme. La diffusion de contenu d'EL BILAD TV sur le web présente plusieurs avantages significatifs. Tout d'abord, l'accessibilité accrue offerte par le web a permis à EL BILAD TV d'atteindre un public mondial, sans les limitations géographiques des canaux de diffusion traditionnels. Les téléspectateurs peuvent accéder au contenu de la chaîne via leurs ordinateurs, Smartphones et tablettes, à tout moment et de n'importe où

. De plus, le streaming en direct sur le web permet à EL BILAD TV de couvrir les événements en temps réel et de transmettre des informations urgentes à un large public, renforçant ainsi la crédibilité de la chaîne en tant que source d'actualité fiable et rapide

. L'interaction avec le public est également un avantage majeur, car les réseaux sociaux et les plateformes de streaming permettent à EL BILAD TV d'interagir directement avec son public. Les téléspectateurs peuvent commenter, poser des questions et partager leur opinion en temps réel, créant ainsi un engagement plus profond et une relation plus étroite entre la chaîne et son audience. De plus, EL BILAD TV peut proposer du contenu à la demande sur son site web et d'autres plateformes en ligne, en plus des diffusions en direct. Cela permet aux téléspectateurs de regarder les émissions et les reportages à leur convenance, augmentant ainsi la portée et l'accessibilité du contenu de la chaîne

. Enfin, l'innovation dans la présentation de l'information est un autre avantage offert par le web. Il offre à la chaîne EL BILAD TV de nouvelles possibilités pour présenter l'information de manière interactive et visuellement attrayante, ce qui rend les actualités plus engageantes et faciles à comprendre pour le public

Hypothèse 02 :

Notre deuxième hypothèse élaborée ainsi, le web 2.0 a apporté beaucoup de changement pour la chaîne EL BILAD TV par rapport aux versions précédentes.

Nous soulignons que Le Web 2.0 apporte plusieurs changements à la chaîne EL BILAD TV. D'après notre stage pratique au sein de cette entreprise médiatique notre deuxième hypothèse est confirmée. Le Web 2.0 est une évolution du World Wide Web qui a vu l'émergence de sites interactifs et participatifs, permettant aux utilisateurs de générer du contenu et de partager des informations. Ces ont eu un impact sur la façon dont EL BILAD TV communique avec son public et diffuse ses programmes. Grâce au Web 2.0, EL BILAD TV a pu établir une présence en ligne plus forte. La chaîne a utilisé les réseaux sociaux, notamment Facebook, et Instagram pour atteindre un large public et gagner en notoriété. Elle a également développé des applications mobiles qui permettent aux utilisateurs de regarder la chaîne en direct sur leur smartphone ou leur tablette. De plus, le site web officiel d'EL BILAD TV propose un service de streaming en direct, accessible gratuitement et sans inscription.

Le Web 2.0 a également permis à EL BILAD TV d'interagir davantage avec son public. Les téléspectateurs peuvent désormais commenter et partager les programmes de la chaîne sur les réseaux sociaux, ce qui favorise l'engagement et la participation. De plus, le

Web 2.0 a ouvert de nouvelles possibilités de collaboration et de Co-crédation. Par exemple, les utilisateurs peuvent contribuer à des wikis en ligne pour partager des informations et des connaissances. En résumé, le Web 2.0 a apporté des changements importants à la chaîne EL BILAD TV en lui permettant d'établir une présence en ligne plus forte, d'interagir avec son public et de favoriser la participation des utilisateurs. Ces changements ont contribué à accroître la notoriété de la chaîne et à améliorer l'expérience des téléspectateurs.

Hypothèse 03 :

Pour la troisième et la dernière hypothèse, intitulée que la chaîne EL BILAD TV a fait face à plusieurs défis dans le développement de sa fonction d'information à l'ère de web 2.0.

La chaîne EL BILAD TV a certainement été confrontée à de nombreux défis dans le développement de sa fonction d'information à l'ère du Web 2.0. Selon notre analyse on constate que cette dernière hypothèse est confirmée. Avec l'avènement des médias sociaux et des plateformes en ligne, le paysage médiatique a connu une évolution majeure, obligeant les entreprises de presse traditionnelles à s'adapter rapidement pour rester pertinentes dans ce nouvel environnement numérique. L'un des défis majeurs auxquels EL BILAD TV a dû faire face était la concurrence croissante des médias en ligne. Avec le Web 2.0, il est devenu plus facile pour les individus de partager et de consommer l'information en ligne. Les réseaux sociaux ont permis aux utilisateurs de devenir des producteurs de contenu, créant ainsi une abondance d'informations disponibles instantanément. Cette concurrence s'accumulait signifiait que la chaîne EL BILAD TV devait trouver des moyens de se démarquer et de maintenir son audience. Un autre défi majeur était la nécessité de s'adapter aux nouvelles attentes des téléspectateurs. Avec le Web 2.0, les gens attendaient des informations instantanées, personnalisées et interactives. Ils pouvaient pouvoir commenter, partager et interagir avec le contenu diffusé. EL BILAD TV a dû investir dans des technologies et des infrastructures appropriées pour répondre à ces attentes, en offrant une expérience d'information en temps réel et en favorisant l'interaction avec son public. De plus, EL BILAD TV a également dû faire face à la question de la crédibilité et de la véracité de l'information à l'ère du Web 2.0. Avec la prolifération des fausses nouvelles et des informations trompeuses en ligne, il était essentiel pour la chaîne de maintenir des normes élevées de journalisme et de vérification des faits. Cela a nécessité des investissements dans la formation du personnel et la mise en place de processus rigoureux pour garantir l'exactitude et l'intégrité de l'information diffusée. En conclusion, la chaîne EL BILAD TV a dû relever plusieurs défis dans le développement de sa fonction d'information à l'ère du Web 2.0. La concurrence s'accumule

des médias en ligne, les attentes changeantes des téléspectateurs et la question de la crédibilité de l'information sur tous les besoins d'ajustements et d'investissements importants. Cependant, en relevant ces défis, EL BILAD TV a pu se positionner comme une source d'information fiable et pertinente dans le paysage médiatique moderne.

Conclusion

Conclusion

Conclusion :

Le web 2.0 a ouvert de nouvelles opportunités pour la diffusion de l'information, redéfinissant le rôle des médias et permettant une plus grande participation du public. Grâce à des outils tels que les réseaux sociaux, les blogs, les plateformes de partage de contenu et les forums en ligne, les individus ont maintenant la possibilité de devenir des créateurs de contenu et de partager leurs opinions, leurs connaissances et leurs expériences avec le monde entier. Cette évolution a permis une diversité sans précédent des sources d'information disponibles, donnant aux utilisateurs un accès instantané à une multitude de perspectives et d'opinions. Les médias traditionnels ont également dû s'adapter à cette nouvelle réalité, en intégrant les technologies du web 2.0 dans leurs stratégies de diffusion. Les journaux, les chaînes de télévision et les stations de radio ont créé des sites web interactifs, des applications mobiles et des plateformes de médias sociaux pour rester compétitifs et atteindre un public plus large.

Le web 2.0 a également favorisé une plus grande transparence et responsabilité dans les médias. Les utilisateurs ont la possibilité de commenter, partager et critiquer les informations diffusées par les médias, ce qui a incité ces derniers à être plus attentifs à la véracité et à l'objectivité de leurs contenus. Les journalistes et les médias sont désormais soumis à une surveillance accrue de la part du public, ce qui a contribué à renforcer l'intégrité et la qualité de l'information disponible. Cependant.

Le web 2.0 a également posé de nouveaux défis pour les médias. La prolifération de fausses informations, ou "fake news", a été un problème majeur, avec des conséquences potentiellement dangereuses pour la société. Les médias doivent désormais faire face à la tâche difficile de filtrer et de vérifier les informations, afin de préserver la confiance du public.

En conclusion, il est évident que le web 2.0 a profondément transformé les fonctions de l'information médiatique. En permettant une participation plus active des utilisateurs grâce aux réseaux sociaux et aux plateformes de partage de contenu, le web 2.0 a favorisé l'émergence d'une nouvelle forme de journalisme participatif. Les médias traditionnels ont dû s'adapter à ces changements en intégrant ces nouvelles pratiques et en repensant leur modèle économique, cependant, cette évolution vers une information plus interactive et collaborative n'est pas sans poser de nouveaux défis, tels que la véracité et la fiabilité des sources d'informations en ligne. Il est donc crucial que les professionnels des médias et les utilisateurs

Conclusion

restent vigilants et continuent à promouvoir des pratiques éthiques et responsables dans le domaine de l'information en ligne.

La liste bibliographique

Les livres et Les ouvrages :

- Bertrand, Duperrin Tim O'Reilly. 2008.
- Benghazi, Pierre-Jean-Michelle & Bergadaà. (S. d). Les savoirs du web.
- Collabore avec le CEFRIO au Québec et avec HEC Montréal.
- Creplet Frédéric : Directeur Général de VOIRIN Consultants Atelya et membre de l'Institut Montaigne.
- Creplet Frédéric in Livre blanc : les usages du web 2.0 dans les organisations. -CEFRIIO, 2010, 2011.
- Dictionnaire Larousse en ligne
- Folksonomie : est un système de classification collaborative décentralisée spontanée, basé sur une indexation effectuée par des non-spécialistes. Le terme désigne le phénomène d'indexation des documents numériques par l'utilisateur.
- Guide des droits sur Internet.
- Interview de Pierre Lévy par Denis Failly du 17 juillet
- MAURICE, Angers. Initiation pratique à la méthodologie de recherche des sciences humaines. Alger : édition casbah. 1997.
- Marshal, McLuhan. (S. d). Pour comprendre les médias, de Terrence Gordon.
- Nicole Boubée & André Tricot. (S. d). Recherche de l'information » de l'Enssib.
- Paul MATHIAS. Qu'est-ce que l'internet ? Paris : Vrin. coll. Chemins philosophiques, 2009.
- Rémy, Rieffel. Sociologie des médias. Paris : Ellipses. coll. Infocom. 2001.
- Thibaut Delacroix
- Yves Jeanneret, « Comment faire, que faire, pourquoi faire ? Non-synthèse », Journée d'études Musettes Sites Internet : quelles ressources pour les visiteurs ? OCIM, novembre 2007.

Les thèses et les mémoires :

- Ekhlef Aloui, Louanas Bouchakal. Étude d'un mémoire de fin de cycle, l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne. Année 2014/2015.

La liste bibliographique

- Houchat, Yasmine, & Ghanem, Rania. (2023). Analyse des pratiques de consommation de l'information d'actualité chez les jeunes, en vue de l'obtention de diplôme master 2 en information et communication, université de Bejaia.
- Herbi, Nabila. & Hamas, Karima. (Année 2017/2018). Étude d'un mémoire de fin de cycle, le rôle des relations publiques sur le web 2.0 dans la construction de l'image de l'entreprise.
- Johnson et Al, 2018 L'impact du web 2.0 sur le développement de l'information médiatique. Mémoire de fin de cycle. Université de Genève– Unité des Technologies de Formation et d'Apprentissage.
- Mr Louanas, Bouchakal. & Mr Ekhlef, Aloui. (2014/2015). L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne, un mémoire de fin de cycle master en sociologie, université de Bejaia.
- Mémoire en ligne, étudiante en journalisme-master 2, école de journalisme.
- Taillibert, Tiziano. (Année scolaire 2020-2021). Étude d'un mémoire de Master 2 information-communication spécialité DISTIC, encadré par M. Nicolas Pélissier, Université Côte d'Azur.
- Yakoubi, Houda. Sellah, Salima. (Année 2021 2022). Étude d'un mémoire de fin de cycle, sur la communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité citoyennes en Algérie exemple feux de forêts.

Webographie :

- Algeria20.com - <https://algeria20.com/2019/10/10/algerie-telecom/>
- Artic.nl7za.com - <https://artic.nl7za.com/frequencies2023/%D8%AA%D8%B1%D8%AF%D8%A9-%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%84%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-2024-%D8%B9%D9%84/>
- Bookey.app - <https://www.bookey.app/fr/book/pour-comprendre-les-m%C3%A9dias>

La liste bibliographique

- Droitsurinternet.ca - <https://www.droitsurinternet.ca/applications-du-web-2-0/>
- Ecoledujournalisme.com - <https://www.ecoledujournalisme.com>
- Hal.science - <https://cv.hal.science/thibaut-delcroix>
- Larousse.fr (Dictionnaire Français - Web) -
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/Web/82747>
- Larousse.fr (Dictionnaire Français - Information) -
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/information/42993>
- Larousse.fr (Dictionnaire Français - Média) -
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9dia/50085>
- LinkedIn.com - <https://fr.linkedin.com/advice/0/what-key-features-benefits-web-20-platforms-tools-skills-web-2.0?lang=fr>
- Mediasystems.info - <https://www.mediasystems.info>
- Nextmodernitylibrary.blogspot.com -
<http://nextmodernitylibrary.blogspot.com/archive/2006/07/13/ieml.html>
- Oxfordlearnersdictionaries.com (Définition Anglais - Information) -
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/information>
- Oxfordlearnersdictionaries.com (Correction Anglais - Information des Médias) -
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/spellcheck/english/?q=information+des+m%C3%A9dias>
- Sciencepresse.qc.ca -
https://www.sciencepresse.qc.ca/sites/default/files/inline-files/Media%20information_0.pdf
- Talmil.org - <https://talmil.org/fr/fiche-n3-linformation-et-les-medias>

Les annexes

Annexe 01 : Guide d'entretien destiné au journaliste de la chaîne EL BILAD TV

Le guide d'entretien :

Ce guide d'entretien sera exploité dans le cadre de notre mémoire de master en Presse imprimée et électronique, qui intitule « web 2.0 et développement de la fonction information des médias », nous vous assurons que vos réponses et vos informations ne seront utilisées que pour des fins scientifiques.

➤ Axe n°1 : Informations personnels : (indicateurs généraux)

- 1) Nom et prénom :
- 2) Age :
- 3) Genre :
- 4) Poste occupé au sein de la société :

➤ Axe n° 2 : le web 2.0 :

- ✓ Le service chargé de la version électronique de la chaîne et qui se base sur les technologies de web2.0 et les réseaux sociaux.
- ✓ Différents moyens, technologies, fonctions du web 2.0.
- 5) Comment la chaîne EL BILAD TV s'adapte-elle à la montée en puissance des plateformes numériques pour diffuser ces informations ?
- 6) De quelle manière la chaîne d'EL BILAD TV intègre-elle les technologies émergentes, telles que l'intelligence artificielle, pour améliorer la diffusion et la personnalisation de son contenu ?
- 7) Quels sont les défis auxquels la chaîne EL BILAD TV a confrontée dans un paysage médiatique de plus en plus fragmenté et concurrentiel ?

➤ Axe n°3 : web 2.0 et développement de la fonction information des médias :

- ✓ L'utilisation du web 2.0 au sein de la chaîne EL BILAD TV.
- ✓ La crédibilité d'information de la chaîne.
- ✓ Les sources et les nouvelles stratégies et objectifs de l'entreprise médiatique.

- ✓ Évolution de l'information avec le web2.0.

8) Comment le web va-t-il transformé la participation des utilisateurs en ligne par rapport aux modèles précédents du web au sein d'EL BILAD TV ?

9) Quels sont les nouveaux outils et technologies introduits par le web 2.0 qui ont permis un partage et une collaboration plus efficaces sur internet pour EL BILAD TV ?

10) En quoi le passage du web statique au web dynamique va-t-il influencé la façon dont les informations sont créées, partagées et consommées en ligne dans EL BILAD TV ?

➤ **Axe n°4 : les défis de la chaîne EL BILAD TV sur le web 2.0 :**

- ✓ La chaîne EL BILAD TV fait face à plusieurs défis avec l'avènement du web 2.0. Le passage à cette nouvelle technologie nécessite une adaptation rapide de la chaîne pour rester compétitif sur le marché médiatique.
- ✓ La chaîne EL BILAD TV doit relever plusieurs défis avec l'émergence du web 2.0. Le passage au web 2.0 représente un véritable défi pour la chaîne EL BILAD TV.

11) Comment EL BILAD TV adapte-t-elle ses stratégies de contenu pour répondre aux attentes et aux comportements des utilisateurs dans un environnement où l'information est largement accessible et partagée via les réseaux sociaux et les plateformes en ligne ?

12) Quels sont les défis spécifiques auxquels EL BILAD TV est confrontée pour maintenir la crédibilité et la confiance du public dans un paysage médiatique où la désinformation et les fausses nouvelles peuvent se propager rapidement ?

13) Comment EL BILAD TV intègre-t-elle les technologies du web 2.0 telles que les applications mobiles, les plateformes de streaming en direct et les outils de journalisme en direct et les outils de journalisme participatif pour enrichir et diversifier son offre d'informations, tout en restant fidèle à son identité éditoriale et à ses valeurs journalistiques ?

Annexe 02 : Affiche N°01 le web 2.0 :



Annexe 03 : Affiche N°02 le logo de la chaine EL BILAD TV :



Annexe 04 : Affiche N°03 SITE WEB de la chaine EL BILAD TV

EL BILAD

الرئيسية

الوطني

الأخبار

الاقتصادي

الرياضي

الرائد

الدولي

الوطني

مجلة الجيش: بلادنا تسير على النهج السليم نحو تحقيق الاكتفاء الذاتي وتعزيز أمننا الغذائي









11-06-2024 | 08:20 **الوطني**
موجة حر وزوايع رملية على هذه الولايات اليوم

11-06-2024 | 08:20 **الدولي**
في اليوم الـ 249 من الحرب.. الاحتلال يعترف بخسائر جديدة برفح

11-06-2024 | 12:52 **الدولي**
منذ بدء العدوان.. إرتفاع حصيلة شهداء غزة إلى 37164 شهيد

الرياضي

رونالدو يقود البرتغال لاكتساح أيرلندا بثلاثية.. ويصل للهدف 130 مع المنتخب



11-06-2024 | 22:05 **الرياضي**
رونالدو يقود البرتغال لاكتساح أيرلندا بثلاثية.. ويصل للهدف 130 مع المنتخب

الاقتصادي

شركة "طاقة" الإماراتية تفشل في الاستحواذ على "ناتورجي" الإسبانية



11-06-2024 | 21:03 **الاقتصادي**
شركة "طاقة" الإماراتية تفشل في الاستحواذ على "ناتورجي" الإسبانية

الوطني

موجة حر وزوايع رملية على هذه الولايات اليوم



11-06-2024 | 08:20 **الوطني**
موجة حر وزوايع رملية على هذه الولايات اليوم

الاقتصادي

شركة "طاقة" الإماراتية تفشل في الاستحواذ على "ناتورجي" الإسبانية



11-06-2024 | 21:03 **الاقتصادي**
شركة "طاقة" الإماراتية تفشل في الاستحواذ على "ناتورجي" الإسبانية

الدولي

في اليوم الـ 249 من الحرب.. الاحتلال يعترف بخسائر جديدة برفح



11-06-2024 | 08:20 **الدولي**
في اليوم الـ 249 من الحرب.. الاحتلال يعترف بخسائر جديدة برفح

الوطني

تدشين مركز تطوير المقاومات للمدرسة المتعددة العلوم للهندسة المعمارية والعمران



11-06-2024 | 15:05 **الوطني**
تدشين مركز تطوير المقاومات للمدرسة المتعددة العلوم للهندسة المعمارية والعمران

الدولي

غزة تعاني من شح المياه



11-06-2024 | 15:23 **الدولي**
غزة تعاني من شح المياه

الدولي

وفاة 50 شخصا و إصابة 2066 آخرين في غضون أسبوع



11-06-2024 | 15:51 **الوطني**
وفاة 50 شخصا و إصابة 2066 آخرين في غضون أسبوع

الدولي

غزة تعاني من شح المياه



11-06-2024 | 15:23 **الدولي**
غزة تعاني من شح المياه

الدولي

غزة تعاني من شح المياه



11-06-2024 | 14:46 **الدولي**
غزة تعاني من شح المياه

Annexe 05 : Affiche N°04 page TWITTER de la chaine EL BILAD TV



Annexe 06 : Affiche N°05 page INSTAGRAM de la chaine EL BILAD TV

←

elbilad_officiel

📍

⋮



29,2 K

publications

816 K

followers

40

suivi(e)s

El Bilad officiel

🔗 elbilad_officiel

Journaliste

الصفحة الرسمية لقناة البلاد الإخبارية

مؤسسة إعلامية جزائرية

البلاد_نافذتك_على_الحقيقة_#

Voir la traduction

🔗 elbilad.net/



Suivi(e) par **morenachiica**, **imene_sahraoui_officiel** et 71 autres personnes

Suivi(e) ▾

Écrire

+👤



أقوال وأحكام



برامج البلاد



فيديوهات



رياضة



ص

📱

🎬

📷



تمارين يومية لحجاج إندونيسيون
الاستعداد للعودة عرفة والحج



لحظة ضبط حجاج مخالفين
في منطقة صحراوية حول مكة



ما حققته السلطة
عبر المسارات
الانتخابية عزز من
نزاهة وشفافية
العملية الانتخابية

Annexe 07 : Affiche N°06page FACEBOOK de la chaine EL BILAD TV



El Bilad TV >

Page · Société de médias/d'actualités

2,6 M J'aime · 5,7 M followers



Aimé(e) par Mi Mø Āk, Arezki Seddaoui et 5 autres personnes

الصفحة الرسمية لقناة "البلاد TV"



elbilad.net

... Voir les information...



Abonnée



Message



Publications

À propos

Plus ▼

Publications de El Bilad TV

À la une



El Bilad TV était en direct.

30 mars · 🌐

مباشر/.. اللقاء الإعلامي الدوري لرئيس الجمهورية
عبد المجيد تبون



بعد افتتاحه

Annexe 08 : Affiche N°07 page TIKTOK de la chaine EL BILAD TV



El Bilad TV





@elbilad_officiel

1
Suivis

882,3 K
Followers

9,1 M
J'aime

Message





الصفحة الرسمية لقناة البلاد
youtube.com/elbiladaily
Instagram: elbilad_officiel
elbilad.net



new_playlist

new_playlist

new_playlist

Épinglé



ناشطة تنفجر غضبا
بسبب مجزرة رفح
5,1 M

Épinglé



آخر فيديو للرئيس الإيراني
قبل الحادثة
2,1 M

Épinglé



حز عقارات وأموال ومعادن ثمينة
تفوق 543 مليا 4,8 M

شروط الأضحية
الشيخ حمزة درويش



البلاد

أخبر حجة جزائرية



البلاد

كنت عايش



