

**Université Abderrahmane mira de Bejaia**  
**Faculté des sciences humaines et sociales**  
**Département des sciences humaines**

**Mémoire de fin de cycle**

**En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de l'information et  
De la communication**

**Option : communication et relations publiques**

# Thème

**Le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture  
berbère**

**Cas pratique : la radio Algérienne chaine 2.**

**Réalisé par :**

**M<sup>elle</sup> LAHLAH Nawel**

**M<sup>elle</sup> MESSAOUDEN Lydia**

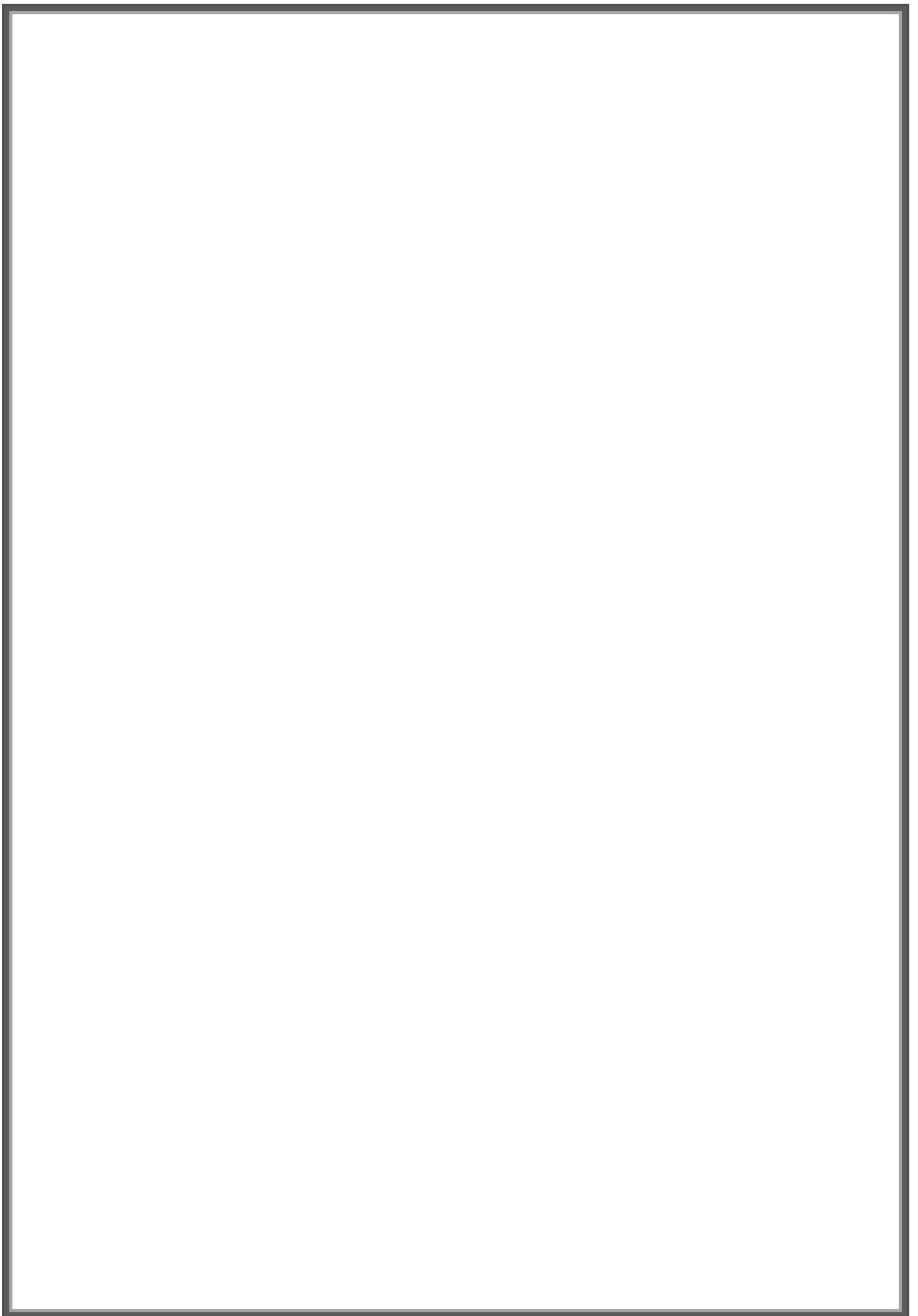
**Sous la direction de :**

**M<sup>me</sup> IFOURAH-DIB**

**Rabiaa**

**Année universitaire**

**2018/2019**



# remerciements

*Au terme de ce modeste travail, nous tenons à remercier tout d'abord Dieu tout Puissant qui nous a donné la force et le courage, la santé et la patience ainsi que la volonté Pour mener à bien notre recherche.*

*À cet effet, nous tenons à exprimer nos vifs remerciements à notre promotrice M<sup>me</sup> Ifourah Rabiaa pour avoir accepté de diriger ce travail de recherche et pour sa disponibilité, son aide, et ses orientations, pour sa coopération dans l'achèvement de ce travail.*

*Par ailleurs, Nous témoignons notre reconnaissance à tous les enseignants Du département des sciences humaines de l'université de Bejaia qui ont contribués à notre formation durant tout notre cursus universitaire.*

*Un immense remerciement à tout l'ensemble de la radio Algérienne chaine 2, qui nous ont apportés leur aide durant la période de notre stage.*

*Nos sincères et profonds remerciements à nos familles pour leur encouragement et leurs aides financières et morales.*

*Enfin, Il nous est particulièrement agréable d'exprimer notre reconnaissance envers tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.*

Merci

## II. La liste des tableaux

		<b>Numéro</b>	<b>Titre des tableaux</b>	<b>Page</b>
<b>Liste des tableaux de la partie méthodologique</b>		<b>01</b>	Présentation des indicateurs de recherche	<b>13</b>
<b>Liste des tableaux de la partie théorique</b>		<b>01</b>	Fonction de la communication de Jakobson	<b>47</b>
		<b>02</b>	Différence entre communication médiatique et médiatisée	<b>51</b>
		<b>03</b>	les variantes de la langue berbère	<b>71</b>
<b>Liste des tableaux de la partie pratique</b>	<b>Les programmes de la radio chaine 2</b>	<b>01</b>	les programmes de dimanche	<b>83</b>
		<b>02</b>	Les programmes de lundi	<b>86</b>
		<b>03</b>	Les programmes de mardi	<b>88</b>
		<b>04</b>	Les programmes de mercredi	<b>89</b>
		<b>05</b>	Les programmes de jeudi	<b>91</b>
		<b>06</b>	Les programmes de vendredi	<b>93</b>
		<b>07</b>	Les programmes de samedi	<b>95</b>
		<b>08</b>	Statistique D'antenne Hebdomadaires des programmes	<b>96</b>
	<b>L'analyse du questionnaire</b>	<b>01</b>	La répartition de l'échantillon selon le sexe	<b>97</b>
		<b>02</b>	la répartition des enquêtés selon l'âge	<b>98</b>
		<b>03</b>	la répartition de l'échantillon selon la situation familiale	<b>99</b>
		<b>04</b>	la répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction	<b>100</b>
		<b>05</b>	la répartition de l'échantillon selon l'activité socioprofessionnelle	<b>101</b>
		<b>06</b>	la répartition de l'échantillon selon le lieu de résidence	<b>102</b>
		<b>07</b>	Indique l'écoute de la radio selon la catégorie de sexe	<b>103</b>
		<b>08</b>	Indique l'année d'écoute des enquêtés à la radio chaine 2	<b>104</b>

		<b>09</b>	Indique la fréquence d'écoute de la radio chaine 2 selon le sexe	<b>105</b>
		<b>10</b>	Indique le lieu d'écoute de la radio chaine 2 selon le sexe	<b>106</b>
		<b>11</b>	Indique le moment d'écoute de la radio chaine 2 selon le sexe	<b>107</b>
		<b>12</b>	Indique la personne avec qui les enquêtés partagent l'écoute de la radio chaine 2 selon le sexe	<b>108</b>
		<b>13</b>	Indique le type d'émission préféré par les enquêtés selon le sexe	<b>109</b>
		<b>14</b>	la répartition des enquêtés selon les émissions les plus écoutés	<b>111</b>
		<b>15</b>	la répartition des enquêtés selon l'efficacité de la radio comme moyen pour la transmission de la culture Amazigh	<b>112</b>
		<b>16</b>	Indique les domaines sur les quels des changements sont effectués auprès des auditeurs grâce à l'usage de la radio par les enquêtés	<b>113</b>
		<b>17</b>	la répartition des enquêtés selon leurs satisfaction de la radio chaine 2 comme source d'information	<b>114</b>
		<b>18</b>	Indique la satisfaction des besoins des enquêtés en matière de culture par la radio chaine 2	<b>114</b>
		<b>19</b>	Indique ce que pense-les enquêtés des programmes à caractère culturel diffusé selon le sexe	<b>115</b>
		<b>20</b>	Indique le rôle de la radio chaine 2 dans l'enrichissement des connaissances des auditeurs selon le sexe	<b>116</b>
		<b>21</b>	Indique la représentation des émissions culturelles diffusées par la radio chaine 2 sur des régions des enquêtés selon le sexe	<b>117</b>
		<b>22</b>	la répartition des enquêtés selon leurs définitions données à la diffusion de la culture	<b>118</b>

		<b>23</b>	la répartition des enquêtés selon l'influence du printemps noir de 2001 sur les objectifs de la radio chaine 2 et la nationalisation de la langue Amazigh en Algérie	<b>119</b>
		<b>24</b>	la répartition des enquêtés selon leurs points de vue sur l'évolution de la radio chaine 2 sur le plan culturel au cours de ces dernières années	<b>120</b>
		<b>25</b>	Indique le rôle de la langue utilisée dans la transmission de la culture Amazigh par la chaine 2 selon le sexe	<b>121</b>
		<b>26</b>	La répartition des enquêtés selon le niveau de compréhension de la langue de transmission des programmes de la radio chaine 2	<b>122</b>
		<b>27</b>	La répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la langue Amazigh qui fait partie de la culture	<b>123</b>
		<b>28</b>	La répartition des enquêtés selon l'assimilation du contenu des messages émis par les émissions de la chaine 2 en langue Amazigh	<b>123</b>
		<b>29</b>	La répartition des enquêtés selon le but des émissions diffusées par la chaine 2 en langue amazigh	<b>124</b>
		<b>30</b>	La répartition des enquêtés selon la compréhension des différents dialectes de la langue Amazigh utilisés par la chaine 2	<b>125</b>
		<b>31</b>	La répartition des enquêtés selon les dialectes qui sont compris	<b>126</b>
		<b>32</b>	La répartition des enquêtés selon le dialecte écouté régulièrement	<b>127</b>
		<b>33</b>	La répartition des enquêtés selon l'usage de la langue Amazigh par la chaine 2 qui incite à suivre ses programmes	<b>127</b>

		<b>34</b>	La répartition des enquêtés selon leur point de vue sur le rôle de la diversité des dialectes de la langue Amazigh qui les aident à leurs faciliter la compréhension du contenu des émissions diffusées	<b>128</b>
		<b>35</b>	La répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la contribution de la radio chaîne 2 à la promotion de la langue Amazigh	<b>129</b>
		<b>36</b>	La répartition des enquêtés selon les propositions pour l'amélioration de des programmes de la chaîne 2	<b>130</b>

## I. La liste des abréviations

<b>Abréviation</b>	<b>Signification</b>
L'ARPA	Advanced Research projet Agency
PPA	Le parti du peuple Algérien
MTLD	Le mouvement pour le triomphe des libertés démocratiques
l'ONU	L'organisation des nations unies
FFS	Front des forces socialistes
L'INALCO	L'institut national des langues et civilisations orientales
M. C. B	Mouvement culturel berbère
HCA	Haut-commissariat à l'Amazighité
NTIC	Les nouvelles technologies de l'information et de la communication



## **Sommaire**

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

### **Partie méthodologique :**

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

1. Problématique.....	04
2. les hypothèses de la recherche.....	08
3. Les définitions des concepts clés.....	08
4. Les indicateurs de la recherche.....	12
5. Les raisons de choix du thème.....	14
6. Les objectifs de la recherche.....	15

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

1. Approche théorique de l'étude.....	16
2. Les études antérieures.....	18
3. Les méthodes et les techniques utilisées.....	24
4. L'échantillon et le type d'échantillonnage.....	28
5. Les difficultés rencontrées.....	29

### **Partie théorique :**

#### **Chapitre 3 : les médias et la communication médiatisée**

<b>Introduction.....</b>	<b>30</b>
--------------------------	-----------

#### **Section 01 : un aperçu général sur les médias de masse**

1. Les médias.....	31
2. Les types des médias de masse.....	32
3. Les fonctions des médias de masse.....	37
4. Le développement technique et historique de la radio.....	39
5. L'histoire de la radio dans le monde.....	40

## **Section 02 : la communication et la communication médiatisée**

1. Les composantes de la communication.....	42
2. Les moyens de la communication .....	43
3. Les modèles de la communication.....	44
4. La communication médiatisée : Qu'est-ce que c'est ?.....	47
5. Distinction entre médiatisation et médiation.....	48
6. Différence entre communication médiatisée et médiatique.....	50
<b>Conclusion.....</b>	<b>51</b>

## **Chapitre 4 : la culture berbère et la langue Amazigh**

<b>Introduction.....</b>	<b>52</b>
--------------------------	-----------

### **Section 01 : l'historique de la culture berbère**

1. La culture.....	53
2. Culture et identité.....	54
3. L'histoire de la culture berbère.....	55
4. Les aspects de la culture berbère.....	56
5. L'identité berbère en Algérie.....	61

### **Section 02 : l'historique de la langue Amazigh (berbère)**

1. Langue et langage.....	64
2. Les langues en présence en Algérie.....	66
3. La langue Amazigh.....	68
4. Le statut et la langue Amazigh (berbère).....	72
<b>Conclusion.....</b>	<b>75</b>

## **Partie pratique :**

### **Chapitre 5 : présentation de la radio chaine 2 et sa programmation**

#### **Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil (la radio chaine 2)**

1. Présentation de la radio chaine 2..... 76
2. Les missions de la radio chaine 2..... 77
3. Les objectifs de la radio chaine 2..... 78
4. L'effectif de la radio chaine 2..... 78
5. La grille des programmes de la radio chaine 2..... 78

#### **Section 02 : les étapes de la réalisation de l'enquête**

1. La pré-enquête..... 81
2. Le déroulement de l'enquête..... 82
3. Lecture récapitulative des programmes de la radio chaine 2..... 83

### **Chapitre 6 : interprétation et analyse des résultats**

#### **Section 1 : Interprétation et analyse des données personnelles et les données liées aux habitudes de la fréquentation de la radio chaine 2**

1. Interprétation et analyse des données personnelles..... 98
2. Interprétation des résultats relatifs aux habitudes de l'audimat de la radio chaine 2..... 104

#### **Section 2 : Le rôle de la radio chaine 2 dans la vulgarisation de la culture Amazigh en Algérie**

1. La radio chaine 2 utilise des programmes riches tels que les émissions informatives, culturelles pour la vulgarisation de la culture Amazigh en Algérie..... 112

#### **Section 3 : Le rôle de la radio chaine 2 dans la promotion de la langue Amazigh**

1. L'usage de la langue Amazigh par la radio chaine 2 avec ses différentes variantes et variétés linguistique joue un rôle actif dans la promotion de la langue Amazigh..... 123

#### **Section 4 : Discussion et vérification des hypothèses**

1. Discussion des hypothèses..... 133
2. Vérification des hypothèses..... 134

**Conclusion..... 137**

**Liste bibliographique..... 139**

**Annexes**

**INTRODUCTION**

**GÉNÉRALE**

## Introduction générale

La communication est devenue de plus en plus importante dans la vie quotidienne, elle a pris divers formes et divers moyens de diffusion au large public.

La communication s'est développée donc, selon le changement des besoins de l'individu tout en créant de nouvelles structures et de nombreux moyens de communication. Au sommet de ces moyens on trouve : la presse écrite, la radio, la télévision le cinéma et l'internet. Ces éléments forment l'ensemble des grands instruments de communication de masse où les supports techniques sont utilisés pour la transmission de l'information au large public.

Les médias sont aujourd'hui un domaine étudié et analysé par plusieurs chercheurs. Ils interviennent dans différents aspects de notre vie quotidienne, ils prennent de plus en plus de l'espace et ils deviennent indispensables dans la vie. Ils accompagnent, informent et orientent les grands mouvements de l'opinion. Ils répondent à la fonction de détente mais aussi celle d'information et de compréhension de la société.

En fait, les médias étant, dans leur conception la plus élémentaire : « les moyens de communication de masse par lesquels sont diffusés, au public, les messages et les contenus de toutes natures, indispensables à la vie sociale ».<sup>1</sup> Ainsi, Le premier rôle des médias est de transmettre l'information et de représenter un miroir d'activités et des modèles culturels en place. Avec les développements scientifiques et techniques qui occupent une place importante dans l'univers mental des hommes et des femmes où l'audiovisuel a réalisé des performances sans précédentes dans tous les domaines, on est en droit de se demander quel sera l'avenir des cultures traditionnelles et populaires ?

En effet, face aux agressions culturelles de toutes sortes, il ya un danger réel de voir les traditions orales se désagrégés, de les voir disparaître de façon définitive, et il est difficile à circonscrire la transmission de la culture traditionnelle et aussi la culture spirituelle aux jeunes générations. Alors, il nécessaire de prendre des décisions pour protéger la culture et d'assurer la transmission méthodique aux générations suivantes par la famille, la mosquée l'école et les médias de masse comme la radio puisque elle est considérée comme un moyen d'information et de la communication pour la transmission de la culture.

---

<sup>1</sup>DERIEUX Emmanuel, « **le droit des médias** », 4<sup>ème</sup> édition, Dalloz, Paris, 2010. P 4.

Ainsi, la radio se considère comme l'un des moyens de communication les plus influents et un moyen d'information primordial, pour ce qu'elle porte de nouveauté. Elle est présente dans la société et dans la vie courante, elle véhicule des informations, des idées et des valeurs, et diffuse les besoins et les réclamations portées par les individus. Elle est un média utile qui peut favoriser sans négliger les habitudes, ou les traditions. La radio est représentée comme agent de socialisation. Grâce à sa capacité de transmission immédiate, qui permet de couvrir les différents évènements : politiques, sociaux, culturelles, et économiques qui marquent l'actualité dans le monde.

En guise de présentation, le présent travail est subdivisé en trois parties : partie Méthodologique, partie théorique, et partie pratique.

La première partie consacrée au cadre méthodologique contient deux chapitres : le premier est consacré à l'analyse conceptuelle qui contient les éléments suivants : la problématique, les hypothèses, les concepts clés, les indicateurs de la recherche, les raisons de choix du thème et les objectifs de recherche. Tandis que le deuxième chapitre est consacré à la démarche méthodologique, il contient les éléments suivants : l'approche théorique de l'étude, les études antérieures, les méthodes et les techniques utilisées, l'échantillon et le type d'échantillonnage, et les difficultés rencontrées en dernier lieu.

La seconde partie consacrée à la théorie qui est subdivisée en deux chapitres, le premier chapitre porte sur les médias et la communication médiatisée, qui se constitue de deux sections, la première porte sur un aperçu général sur les médias de masse, dont la seconde comporte la communication et la communication médiatisée. Ainsi, le deuxième chapitre porte sur la culture berbère et la langue Amazigh, et comprend deux sections, la première parle sur l'historique de la culture berbère, et la deuxième sur l'historique de la langue Amazigh.

La troisième et la dernière partie consacrée à la pratique qui est constituée de deux chapitres, le premier porte sur la présentation de la radio chaîne 2 et sa programmation, qui contient deux sections, la première est consacrée à la présentation de l'organisme d'accueil ( la radio chaîne 2), qui aborde les éléments suivants : la présentation de la radio chaîne 2, ses missions et ses objectifs, son effectif, et la grille de ses programmes en dernier point. La seconde section porte sur les étapes de la réalisation de l'enquête qui contient les éléments suivants : la prè-enquête, le déroulement de l'enquête et la lecture récapitulative des programmes de la radio chaîne 2.

Pour le deuxième chapitre il porte sur l'interprétation et l'analyse des résultats, il contient quatre sections, la première est consacrée à l'interprétation et l'analyse des données personnelles et les données liées aux habitudes de la fréquentation de la radio chaine 2. La deuxième porte sur le rôle de la radio chaine 2 dans la vulgarisation de la culture Amazigh. La troisième porte sur le rôle de la radio chaine 2 dans la promotion de la langue Amazigh. Et la dernière section est consacrée à la discussion et la vérification des hypothèses.



**PARTIE**  
**MÉTHODOLOGIQUE**

# CHAPITRE 1 : ANALYSE CONCEPTUELLE

## Chapitre 1 : l'analyse conceptuelle

### 1. La problématique

La communication est au cœur de la vie de chacun, tout au long de son histoire, depuis l'existence, l'homme cherche à partager ses idées et ses émotions, d'échanger et de transmettre des informations et des messages, communiquer ses sentiments et ses opinions. Pour cela il a inventé des codes, des alphabets, des paroles et des gestes pour véhiculer son message. Cette communication qui est connue comme un ensemble de pratiques qui cherche surtout à réaliser une mise en relation des individus entre eux, elle fait circuler l'information dans différents sens on utilisant les moyens de communication que se soit par les médias ou hors média.

L'information et la communication sont des facteurs de développement d'un état de droit ; les citoyens veulent savoir et bénéficier du pluralisme des médias pour pouvoir s'exprimer, critiquer et proposer pour avoir un sentiment de pouvoir. Ces deux disciplines sont devenues importantes avec la généralisation de la presse puis la radio et la télévision, enfin l'internet. Parce que tout change avec le flux d'information.

Aussi les moyens technologiques d'information et de communication comme la téléphonie et l'internet, l'apprentissage à distance, les télévisions, les ordinateurs, les réseaux et les logiciels nécessaires pour employer ces technologies ont beaucoup évolué à travers le temps ; ils permettent l'accès facile aux sources d'information ce qui accroît le sens critique et par exemple la naissance de nouveaux concepts et des notions aussi récentes que la culture des masse et la communication médiatisée.

La notion du terme « culture de masse » a pu évoluer et se définir durant la période de l'industrialisation du siècle dernier. Sa diffusion répond à des critères de production et de rendement. Pour atteindre ces deux objectifs elle est transmise et promue par les supports médias dont elle est, de fait, dépendante, par lesquels cependant elle se développe et se diffuse

au-delà des frontières elle n'existe cependant que par cet axe possible de diffusion médiatique ». <sup>1</sup>

Donc, l'apparition de la culture de masse été grâce à l'invention d'un ensemble de techniques de diffusion de masse : presse, radio, cinéma, télévision. Elle est apparue sous la pression du l'industrie des multinationales, c'est un phénomène international de diffusion culturelle, c'est une culture en diffusion massive qui s'adresse à un maximum d'individus au sein d'une société.

*« La culture de masse est le produit d'un dialogue entre une production et une consommation. Ce dialogue entre un proluxe et un muet. La production (le journal, le film, l'émission radio) développe des récits, des histoires, s'exprime à travers un langage ».*<sup>2</sup>

*« Au cœur de l'histoire de l'humanité, la communication s'est médiatisée. Les images et l'écriture ont été les premiers instruments de cette médiatisation, beaucoup plus ancienne en fait que ne le laisserait croire notre intérêt actuel pour une société médiatique que nous croyons tributaire des technologies modernes ».*<sup>3</sup>

La communication médiatisée suggère une référence implicite à deux autres concepts qui permettent de la définir avec plus de précision. Il s'agit : des médias au sens de moyens de communication de masse dans la mesure où la formation à distance s'est appuyée très tôt sur les moyens de communication de masse tels que la radio ou la télévision.

*« La notion de la communication médiatisée réfère à la transmission de communication entre deux ou plusieurs points par le biais de média de communication et l'information d'un ensemble de relation entre deux ou plusieurs personnes sur la base de cette transmission la communication médiatisée concerne la transmission faite par un*

---

<sup>1</sup> CAMPA Véronique, « **Discussion autour de la notion de Culture de masse** », Séminaire de Communication Intellectuelle et Internet, Institut Nationale des Langues et Civilisation Orientales (INALCO), Paris 2002-2003. Disponible sur le site : [http://semioweb.msh-paris.fr/escom/ressources\\_enligne/Enseignement/02\\_03/02\\_03\\_oipp/projets/culture\\_masse.pdf](http://semioweb.msh-paris.fr/escom/ressources_enligne/Enseignement/02_03/02_03_oipp/projets/culture_masse.pdf). Consulté le 26/03/2019 à 16 h05.

<sup>2</sup> LAVOINNE Yves, « **La radio** ». Librairie Larousse, 1980. P 38.

<sup>3</sup> MEUNIER Jean-Pierre et PERAYA Daniel, « **Introduction aux théories de la communication** », 2<sup>e</sup> édition, de Boeck & Larcier s.a, 2004. P 297.

*individu à un public en ligne, la communication dans ce sens est considérée comme une proposition de dissémination et de diffusion d'information ».*<sup>4</sup>

Quand à la notion de la culture qui désigne l'ensemble des comportements acquis et transmis d'une génération à l'autre, elle prend une dimension collective, elle est inséparable de la communication. Sans la diffusion, la culture n'aurait pas traversé le temps, elle permet à l'homme de s'adapter à son milieu.

*« La culture désigne un ensemble de caractères d'une communauté et c'est l'activité qui cherche à rendre l'intelligence capable de porter des fruits. D'activité semblable à celle du paysan qui travaille sa terre. Notion encore très scolaire en rapport étroit avec celle d'éducation. Instruction et culture : il y a là une chaîne de concepts apparente aux limites mal définies. On peut dire en gros que la culture c'est l'effort par le quel on prépare l'esprit à mener une vie intellectuelle adulte. Normale, riche et féconde... ».*<sup>5</sup>

Sur le plan social, la culture est le patrimoine d'un groupe ou d'une civilisation, un ensemble de croyances et de valeurs, de savoirs et savoir faire et sur le plan individu, la culture est la formation de l'esprit, l'acquisition de capacités et de savoirs.

Ainsi, la diversité des cultures a permis à l'homme de s'adapter à de nouvelles générations et de connaître son origine. Parmi ces cultures, on cite la culture Amazigh ou berbère qui est transmise par plusieurs moyens médiatiques comme : la radio qui est l'un des médias les plus utilisés. La radio qui est un moyen de communication, d'information et de divertissement, un moyen favorable pour diffuser les connaissances, la culture, l'éducation et les traditions. Elle a un taux élevé d'auteurs à travers le monde et peut être utilisée un peu partout, en voiture, dans le taxi, à la maison ...etc.

---

<sup>4</sup> YASSAFI Moussa, « **La communication médiatisée et son rôle dans le développement des relations humaines** », Revue Economie & Kapital. Disponible sur le site : <https://revues.imist.ma/index.php?journal=REK&page=article&op=view&path%5B%5D=10017>. Consulté le 01/03/2019 à 12 :40h

<sup>5</sup> MARROU Henri-Irénée, « **Saint augustin et la fin de la culture antique** », Edition de Beccord, Paris, 1958. P 7.

En Algérie, la radio est considérée comme un moyen d'information primordial pour ce qu'elle a apporté de nouveau par sa capacité de transmission immédiate. Il existe plusieurs stations radios régionales, il ya plus de 30 stations dont la majorité diffuse ses programmes en arabe standard et arabe dialectal et en langue tamazight et ses différentes variantes, d'autre part il ya trois stations nationale : « la chaine 1 » diffuse ses programmes en arabe, « la chaine 2 » diffuse ses programmes en langue berbère, et « la chaine 3 » l'unique station radio diffusée en langue française.

La radio Algérienne bénéficie d'une station nationale sous le nom de « Alger chaine 2 » une radio généraliste d'expression berbère, ces premières diffusions en langue amazigh sont datées de 1947 durant la période de colonialisme.

Après l'indépendance et avec l'évolution de la langue amazigh jusqu'à nos jours, la chaine 2 a connue un développement remarquable à traves sa grille de programmation qui s'articule autour des différentes émissions : informatives, éducatives, de divertissement et des Emissions culturelles et sociales qui traitent des traditions, de l'histoire, de la culture de pays et de la culture Amazigh.

L'objet de notre recherche est de connaitre le rôle de la communication médiatisée par le biais de la radio nationale chaine 2 dans la diffusion de la culture berbère ou Amazigh.

Donc notre travail se base sur la question suivante :

- Quel est l'apport de la communication médiatisée par la radio nationale chaine 2 dans la diffusion de la culture et la langue Amazigh ?

Dont l'objectif est de cerner et mieux comprendre le sujet de recherche, et afin d'apporter des éclaircissements sur la problématique évoquée et pouvoir répondre à notre question générale, des questions secondaires sont posées comme suit :

- 1- Comment la communication médiatisée par la radio nationale chaine 2 contribue à la transmission de la culture amazigh en Algérie ?
- 2- Quel est l'apport de la communication médiatisée par la radio nationale chaine 2 dans la promotion de la langue Amazigh ?

## 2. Les hypothèses de la recherche

D'après François DEPLTEAU, « *une hypothèse est une réponse provisoire à la question de départ qui est issu de la théorie dans une démarche hypothético- déductive (de l'observation de la réalité dans une démarche inductive). Cette réponse provisoire sera corroborée ou falsifiée lors de la prochaine étape de la démarche scientifique (les tests empiriques)* ». <sup>6</sup>

« *L'hypothèse est une prédiction émise par le chercheur quant aux résultats de sa recherche* ». <sup>7</sup>

Cette définition nous permet de retenir que l'hypothèse, nous transpose de l'étape abstraite vers l'étape concrète de la recherche pour répondre aux questions de départ ainsi délimiter notre recherche nous avons formulé les hypothèses suivantes :

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

## 3. Définition des concepts clés

Afin de faciliter la compréhension de l'ensemble des éléments présenté dans ce travail, il est important de définir les concepts clés qui le composent.

Selon Marc-ADELARD TREMBLAY, « *un concept est une idée, plus ou moins abstraite. Un système qui désigne ou présente une réalité plus ou moins vaste* ». <sup>8</sup> Par conséquent, dans notre étude nous avons utilisé les concepts suivants :

---

<sup>6</sup> DEPELTEAU François, « **la démarche d'une recherche en sciences humaines : de la question de départ à la question de la communication des résultats** », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2010. P 162.

<sup>7</sup> GIROUX sylvain et TREMBLAY Ginette, « **méthodologies des sciences humaines** », 3<sup>ème</sup> édition, Pearson, Québec, 2009. P. 44

<sup>8</sup> TREMBLAY Marc- ADELARD, « **Initiation à la recherche dans les sciences sociales** », édition Chicoutimi, Québec, 1968. P 74.

### 3.1. La communication

Selon DORTIER Jean François, « *le mot communication fait figure de mot éponge propre à désigné des réalités aussi différentes que la transmission de message chimique entre deux cellules, un dialogue entre deux personnes d'activité des médias ou encore la circulation de l'information dans l'entreprise* ». <sup>9</sup>

Selon LAMIZET Bernard et SILEM Ahmed, « *La communication c'est l'action d'établir une relation avec quelqu'un, ou de mettre quelque chose en commun avec une personne ou un groupe de personnes* ». <sup>10</sup>

Selon MESURE Sylvie et SAVIDAN Patrick, « *la communication désigne toute interaction sociale à travers un message, cela sous entend une relation entre un émetteur (E) qui envoie un message (M) à un récepteur (R) à travers un canal* ». <sup>11</sup>

#### Définition opérationnelle

D'après les définitions précédentes on comprend que la communication est l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, et de transmettre des informations entre les personnes ou un groupe de personnes à travers un canal.

### 3.2. Communication médiatisée

Selon MEUNIE Jean-Pierre et PERAYA Daniel, « *la communication médiatisée désigne toute forme de communication utilisant un dispositif technologique- un média que qu'il soit- par exemple une émission de télévision, un film, une séance, dans une classe virtuelle, la consultation documentaire sur le net un forum de discussion, une correspondance interclasse, un journal ou un site web d'école, etc.* ». <sup>12</sup>

« *La communication médiatisée est une communication qui se fait par l'intermédiaire des médias écrits ou audiovisuels ou électronique, ou des discours, des*

---

<sup>9</sup> DORTIER Jean –François, « **Dictionnaire des sciences humaines** », édition Auxerre (France) ,2004. P 98.

<sup>10</sup> LAMIZET Bernard. SILEM Ahmed, « **Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication** », édition Ellipse, paris, 1997. P 120.

<sup>11</sup> MESURE Sylvie et SAVIDAN Patrick, « **Le dictionnaire des sciences humaines** », 1<sup>ère</sup> édition Quadrige, PUF, paris, 2006. P 168.

<sup>12</sup> MEUNIER Jean-Pierre et PERAYA Daniel, « **Introduction aux théories de la communication** », Op.cit P. 413



*communications dans les lieux publics et par voie d'affiches et annonces exposées au public que cette communication soit sous la forme d'une diffusion, d'une proximité ou de masse ».*<sup>13</sup>

### **Définition opérationnelle**

La communication médiatisée est toute forme de communication diffusée par la radio comme média de masse, par exemple la transmission des messages et des informations par une émission radiophonique. Donc, c'est une communication indirecte qui nécessite le recours aux intermédiaires pour que l'échange se réalise.

### **3.3. L'information**

Selon BALLE Francis, « *l'information est un renseignement ou ensemble de renseignements concernant quelqu'un ou quelque chose, et susceptible d'être porté à la connaissance d'une personne, rassemblés à lui-même, ou dispersés ses relations les unes avec les autres. L'information, comme contenu convoyé par un média, un journal, une station de radio, est un ensemble de nouvelles, de renseignements d'annonces de récits, auquel un sens a été donnée, à travers une mise en forme, une mise en perspective, afin d'être aisément accessible pour un public donné ».*<sup>14</sup>

« *L'information n'est plus seulement un additif au savoir de l'entreprise mais devient un élément de grande valeur et elle se définit comme « toute communication ou représentation d'une connaissance (ensemble de données, opinion, faits) transmise par n'importe quel média textuel, numérique, graphique, narratif, sonore, cartographique ou audiovisuel ».*<sup>15</sup>

### **Définition opérationnelle**

L'information est toute donnée qu'on reçoit chaque jour à des faits récents qu'on n'a pas d'idées sur ces faits. Ce concept doit être distingué des données de savoirs et connaissances.

---

<sup>13</sup> « **Projet de loi portant code de la communication médiatisée** », disponible sur le site : [http://dwizernews.com/wp-content/uploads/CODE\\_communication-version-presentee-a-lassemblee.pdf](http://dwizernews.com/wp-content/uploads/CODE_communication-version-presentee-a-lassemblee.pdf).

Consulté le 05 Avril 2019 à 13h20.

<sup>14</sup> BALLE Francis, « **Dictionnaire des médias** », édition Larousse, paris.2013. P 36.

<sup>15</sup> BAUMARD Philippe, BENVENUTI Jean-André, « **Compétitive et système d'information** », InterEditions paris, 1998. P 134.

### 3.4. Culture

Selon MOLAJANI Akbar, « *la culture est un ensemble des choses matérielles et immatérielles produites par l'homme. Cette notion polysémique est très vaste et son application précise dépend de la discipline dans laquelle on utilise ce mot. En sociologie elle suggère souvent « un ensemble de valeurs, de style de vie, des manières de penser et des particularités de production d'esprit propre à une société. La culture de chaque société la spécifie par rapport à d'autres* ». <sup>16</sup>

Selon DUPRIEZ pierre et SOLANGE Simon, « *la culture est un construit social spécifique à chaque groupe d'individus et qui lui est propre. C'est l'approche anthropologique qui permet d'explorer la diversité culturelle et de tenir compte des spécificités de chaque culture* ». <sup>17</sup>

### Définition opérationnelle

La culture est un ensemble de savoirs, des codes, de valeurs ou de représentations associés à des domaines réguliers de pratiques, elle suscite de nombreuses confusions et laisse de champs libre à toutes les interprétations et c'est des connaissances acquises qui permettent de développer le sens critique, le goût et le jugement.

### 3.5. Berbère

CHAKER Salem déclare, « *le terme berbère est dérivé de barbare cette dénomination est étrangère aux communautés qui utilisent cette langue. Il est le produit de l'ethnocentrisme gréco-romain qui qualifiait le barbare tout peuple, toute culture et toute civilisation marqué du sceau de la différence* ». <sup>18</sup>

« *Le mot berbère, qui désigne à la fois la langue et le gentilé, est la forme francisée du mot arabe el barbar qui vient, lui aussi, du mot latin « barbarus » et du grec « barbaros »*

---

<sup>16</sup> MOLAJANI Akbar, « Dictionnaire de sociologie contemporaine », édition Zagros, 2004. P 45.

<sup>17</sup> DUPRIEZ Pierre et SOLANGE Simon, « La résistance culturelle : fondements, applications et implications du management interculturel », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2002. P 15.

<sup>18</sup> CHAKER Salem, « La langue berbère en France, situation actuelle et perspectives de développement », INALCO/ CEDREA-CRB, paris, 1997. P 15.

désignant, dans la civilisation gréco-romaine, tout étranger ne parlant pas la langue de la cité ». <sup>19</sup>

### Définition opérationnelle

Les berbères sont les habitants de l'Algérie, ainsi que tous les pays de l'Afrique du nord. Cette appellation est attribuée pour la première fois par les romains pour les habitants de l'Afrique du nord. Le berbère ou le Tamazight se présente sous forme de plusieurs dialectes : Kabyle, Chaoui, chenoui, Mzab, Tergui, ces dialectes représentent la langue maternelle de la population Algérienne berbérophone.

### 3.6.Radio

D'après SACRISTE Valérie, « la radio est un média de diffusion de programmes sonores régis par des groupes publics ou privés titulaire de fréquences délivrées par une autorité publique. Historiquement, elle inaugure dans l'histoire des médias de nombreux changements. D'un point de vue technique, on passe de l'écrit au son, de la matérialité du papier à l'immatérialité des ondes. D'un point de vue communicationnel et il est le premier média qui offre la particularité de présenter simultanément à une large audience ses informations et ses divertissements gratuitement. Enfin, du point de vue de l'information, elle substitue au différé de la presse l'immédiateté des actualités ». <sup>20</sup>

Selon BALLE Francis, « la radio est un ensemble des procédures et des techniques permettant la transmission instantanée et plus au moins loin, de sons, quels, qu'ils soient après analyse, codage et transformation en ondes ». <sup>21</sup>

### Définition opérationnelle

La radio est un support technique de la communication, un moyen de diffusion d'information, d'éducation, de culture et traditions auprès d'un large public. C'est aussi un média d'alerte mobilisateur des comportements qui se prête très bien aux actions promotionnelles parce qu'il crée l'évènement.

## 4. Les indicateurs de recherche

<sup>19</sup> CHELLI Amirouche, « Manuel didactico-pédagogique d'initiation à la langue berbère de Kabylie », édition publibook , 2012. P 59.

<sup>20</sup> SACRISTE Valérie, « Communication et médias », édition Foucher, paris, 2007. P 137.

<sup>21</sup> BALLE Francis, « Dictionnaire des médias », Op.cit. P 50.

« Les indicateurs sont définis comme étant un élément d'une dimension donnée observable dans la réalité, il constitue la trace et le signe d'un phénomène ». <sup>22</sup>

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

Dans le cadre de notre étude deux hypothèses sont posées : « la radio chaine 2 utilise des programmes riches tels que les émissions informatives, culturelles pour la vulgarisation de la culture Amazigh en Algérie » et « l'usage de la langue Amazigh par la radio chaine 2 avec ces différents variantes et variétés linguistique joue un rôle actif dans la promotion de la langue Amazigh ».

➤ **Les indicateurs sous le tableau suivant**

Concept	Dimension	indicateurs
Communication médiatisée	- la radio chaine 2	- les émissions informatives - les émissions culturelles - information des citoyens - communication de proximité - la diffusion de la culture Amazigh
La culture Amazigh ou (berbère)	- la promotion de la langue et la culture Amazigh	Les variantes de la langue Amazigh : (kabyile, chaoui, chenoui, tergui, Mzab, zenati) La culture Amazigh : - valeurs - connaissance - comportements - attitude - Identité - Coutumes et traditions

<sup>22</sup> ANGERS Maurice, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », 6<sup>ème</sup> édition CEC, Québec, 2014. P 30.

## 5. Les raisons de choix du thème

Selon Maurice ANGERS, « *vouloir entreprendre une recherche en sciences humaines c'est vouloir approfondir un sujet choisi en fonction de son intérêt, le choix de sujet d'évaluation de la faisabilité d'une recherche, représente le premier moment de la formulation de problème de recherche* ». <sup>23</sup>

Parmi les raisons qui nous ont poussés à choisir ce thème « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère » cas de la radio nationale chaine 2, sont comme suite :

- Tout d'abord pour l'importance que présente ce thème vis-à-vis notre domaine « communication et relations publiques », ainsi l'acquisition des connaissances dans le domaine de la communication et plus particulièrement « la communication médiatisée », aussi pour le manque d'études antérieures sur ce sujet.
- connaître les fonctions des médias et plus précisément la radio nationale chaine 2.
- démontrer la place et le rôle de la communication médiatisée dans le champ de l'audiovisuel des auditeurs, ainsi l'influence et l'impact de cette dernière sur le Plan culturel.
- faire connaître au public le rôle de la culture, et connaître mieux ses fonctions, ses programmes diffusés par la radio nationale chaine 2.

---

<sup>23</sup> ANGERS Maurice, « **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines** », édition casbah, Alger, 1997. P 78.

## 6. Les objectifs de la recherche

Chaque recherche scientifique vise à atteindre des objectifs dans le sens positif.

Selon Madeleine GRAWITZ, « *le point de départ d'une science réside dans la volonté de l'homme de se servir de sa raison pour comprendre* ». <sup>24</sup>

Par conséquent notre étude est animée par certain nombre d'objectifs à atteindre, ces derniers sont :

- cerner l'ensemble des activités exercées par la radio et son fonctionnement.
- soulever à quel point la radio assure la transmission de la culture et l'importance de cette dernière.
- avoir une idée sur le monde du travail des médias, ses enjeux, et ses bénéfices.
- recueillir des informations sur la culture Amazigh et l'intérêt que porte la radio nationale chaine 2 pour son développement.

---

<sup>24</sup> GRAWITZ Madeleine, « **Méthode des sciences sociales** », 11<sup>ème</sup> édition Dalloz, paris, 1990. P 17.

# CHAPITRE 2 : DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

## **Chapitre 2 : démarche méthodologique**

### **1. L'approche théorique de l'étude**

Afin d'orienter notre recherche dans un cadre théorique bien précis nous avons opté pour l'approche fonctionnaliste.

#### ➤ **Le fonctionnalisme et ses origines**

Cette partie est consacrée à l'approche fonctionnaliste en présentant la notion fondamentale du fonctionnalisme :

#### ➤ **La notion fonction :**

Dans la réalité sociale, c'est la relation entre deux ou plusieurs éléments Caractérisé par le rôle ou la finalité, c'est un terme souvent associé à des considérations d'ordre organiciste ou téléologique bien distingué à la suite de Merton, fonctions manifestes (ou explicites) et latentes (parfois masquées ou difficilement reconnue par le corps social). <sup>1</sup>

Le fonctionnalisme ou analyse fonctionnelle, constitue un courant de pensée qui est à l'origine de nombreux débats tant en sociologie qu'en anthropologie comme son nom l'indique, de quelque courants qu'il soit. On définit la fonction comme « l'action, le rôle caractéristique (d'un élément, d'un organe) dans un ensemble » les fonctions sont les mécanismes, les rouages, qui permettent à un tout d'être comme rocher le précise, le concept de fonction possède plusieurs significations :

- On l'emploie d'abord dans le sens du statut, poste, profession ou emploi. C'est dans ce sens qu'on parlera d'occuper une fonction ou plusieurs fonctions dans une entreprise, une administration, une bureaucratie, on parlera également de la promotion d'une fonction.
- la fonction est aussi l'ensemble des tâches, des devoirs et des responsabilités qui incombent à la personne qui occupe un poste, qui remplit un emploi on pratique une profession. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> ETIENNE Jean, « **Dictionnaire de sociologie** », édition hâtier, paris, 1997. P 174.

<sup>2</sup> GROSJEAN Sylvie et BONNEVILLE Luc, « **La communication organisationnelle : approches, processus et enjeux** », chenelière éducation, Montréal, 2011. PP 33-34.



C'est le politologue HAROLD Dwight Lasswell qui a énoncé dans son célèbre article de 1948, une première typologie des fonctions remplies par la communication dans la société. Il a ainsi identifié trois fonctions sociales des actes de communication :

- 1- Surveillance médiatisée du territoire.
- 2- Intégration entre les diverses composantes de la société.
- 3- Transmission de l'héritage culturel.

### ➤ le fonctionnalisme

Le précurseur de l'analyse fonctionnaliste est le sociologue anglais HERBERT spencer (1820-1903) qui développa un modèle d'analyse sociale inspiré des organismes vivants et qui l'amena à concevoir notre société comme un ensemble de relations entre des éléments interdépendants.

Une critique de fonctionnalisme sera portée par Robert Merton (1910-2003) qui remet en cause le principe d'une unité fonctionnelle où chaque acteur remplirait nécessairement une fonction. Il observe que certains éléments peuvent être « dysfonctionnels » et entraver l'adaptation du système. Empruntant au langage psychanalytique. Il montra également que des fonctions peuvent être « manifestes », c'est-à-dire intentionnelles et d'autres « latentes » qui ne soit initialement ni recherchées, ni comprises par les acteurs du système.<sup>3</sup>

Dans le cas de notre recherche intitulée « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère » il est nécessaire d'adopter l'approche théorique du fonctionnalisme, ce dernier qui met en lumière les fonctions des médias dans la société, et vu que la culture berbère est une fonction assurée par les médias, et s'est développée en utilisant les moyens de la communication de masse, notamment la radio qui donne une nouvelle ère pour la culture berbère. Notre but alors est de mettre en valeur cette fonction ainsi le rôle de la communication médiatisée envers elle.

En conclusion d'étude de l'approche fonctionnaliste, on va essayer de se focaliser sur les fonctions des médias énoncées par Lasswell et Robert Merton ; les fonctions des médias dans la société sont : information, éducation et divertissement.

---

<sup>3</sup> LIBAERT Thierry, « **Introduction à la communication** », Dunod, paris, 2009. P 42.

Selon Lasswell les typologies sont : Surveillance médiatisée du territoire. Intégration entre les diverses composantes de la société ; Transmission de l'héritage culturel. Tandis que Robert Merton à étudier les fonctions manifestes et latentes des médias de masse.

## 2. Les études antérieures

Parmi les études antérieures qui sont proches à notre thème de recherche qui est : « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère » et qui contient au moins deux variables similaires avec notre sujet on cite l'étude suivante :

### 1<sup>ère</sup> étude :

L'étude de la chercheuse EGAULT Caroline, sous le thème : « médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales Québécoises en plan d'action à découvrir »<sup>4</sup>. Présenté à l'université du Québec à Trois- Rivières, en 2009.

Cette étude est une recherche de mémoire dans le cadre de la Maîtrise en loisir, culture et tourisme de l'université du Québec à Trois- Rivières. Elle s'inscrit dans une recherche fondamentale exploratoire. Dans ce travail EGAULT Caroline a essayé de répondre à la question générale de la problématique de recherche qui est : « Quel est le processus de la médiation culturelle à l'intérieur des institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec? ».

Dans le cadre de son enquête ; elle a opté pour une méthode d'analyse qualitative qui repose sur la technique de l'observation suivie d'un entretien de type semi-directif. Des observations libres ont été menées dans différents lieux muséaux et patrimoniaux québécois, afin d'observer ce que les médiateurs font comme actions dans divers situations, et des entretiens ont été élaborés à partir des observations réalisées. Le guide d'entretien a été organisé sous trois thèmes : description du métier ; relations et interactions avec le public et ; perception du métier et de l'avenir. Bien entendu, sous ces trois thèmes se retrouvaient plusieurs questions et par la suite, des sous-questions étaient également posées. Les acteurs

---

<sup>4</sup> LEGAULT Caroline, « **médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales Québécoises en plan d'action à découvrir** », thèse de recherche en ligne, Université du Québec à Trois-Rivières, en 2009 publié le 25 novembre 2011 à 21h02. Disponible sur le site : <http://depot-e.uqtr.ca/1572/> Consulté le 02/06/2019, à 22h30.

étaient questionnés sur quelques éléments incontournables rencontrés lors des observations de manière à bien saisir ce qu'est la médiation culturelle et ses mécanismes. Dans ce travail, la recherche est subdivisée en quatre chapitres. Au cours du quatrième ; elle a essayé d'analyser et d'interpréter les résultats obtenus lors de leur observations et des entretiens tenus avec les informateurs, afin de répondre à la problématique et aux questions posées concernant le processus de médiation culturelle dans les lieux à caractère muséal et patrimonial.

Après le recueil d'informations et des données concernant son étude, elle a tiré les .  
Suggestions suivantes :

- Proposer un éventail des fonctions et des tâches réalisées par les médiateurs culturels

Rencontrés :

- 1) Communication
  - 2) Transmission
  - 3) Interprétation
  - 4) Animation
  - 5) Éducation
  - 6) Accessibilité
  - 7) Diffusion
  - 8) Développement
  - 9) Réception
  - 10) Adaptation
  - 11) Appropriation
  - 12) Gestion
  - 13) Promotion
  - 14) Conseil
  - 15) Soutien
- L'importance des notions du lien de confiance entre le médiateur et les publics, mais aussi celle de la sensibilisation.
  - Proposer un modèle du processus de la médiation culturelle dans les institutions visitées.
  - Identifier deux logiques de la médiation culturelle : la démocratie culturelle et la démocratisation de la culture

Plusieurs constantes sont présentées : le souhait de développer de nouveaux publics, de rendre les lieux et la culture accessibles au plus grand nombre. Les spectacles ou la présentation d'œuvres dans le paysage quotidien des gens font aussi partie des stratégies mises de l'avant. À l'aide des résultats, les institutions muséales et patrimoniales peuvent observer ce qui se passe dans les autres lieux et ainsi améliorer ou développer des actions ou des idées afin de mieux accompagner les publics.

Donc, la médiation culturelle est comme une activité visant à faire le pont entre les arts et la culture et divers publics. Elle use de moyens divers tels que le discours (la manière orale et tactile de faire passer son message), en favorisant une pleine aventure corporelle, sensitive et réflexive. Elle vise non seulement les visiteurs présents en ses murs, mais également les exclus culturellement. La médiation culturelle prend son point de départ dans la volonté des institutions d'assurer l'accessibilité à un plus grand nombre possible de visiteurs. Et les institutions muséales et patrimoniales peuvent observer ce qui se passe dans les autres lieux et ainsi améliorer ou développer des actions ou des idées afin de mieux accompagner les publics.

En fin, on pense que pour veiller à la démocratie culturelle dans les médias radiophonique ; l'encouragement des radios locales et régionales est plus indispensable aujourd'hui.

D'après l'analyse de ce mémoire, on peut constater quelques points de divergences et de Convergences par rapport à notre thème.

- **Les points de divergence**

- **Le contexte et le lieu de l'étude** : Cette étude antérieure est réalisée à l'université du Québec à Trois-Rivières

- **L'objectif de l'étude** : L'objet de cette étude est de comprendre et interpréter le processus de médiation culturelle dans les lieux à caractère muséal et patrimonial. Tandis que notre thème porte l'intérêt pour le rôle de la communication médiatisée par la radio dans la diffusion de la culture berbère.

- **L'outil méthodologique de recherche** : Dans cette étude le chercheur a opté pour « L'observation et l'entretien », et notre méthode repose sur « l'analyse de contenu, l'observation et le questionnaire ».

- **Les points de convergence**

- **Les variables et les concepts clés** : Cette étude porte une variable similaire à notre thème ; qui est « la médiation culturelle ».

- **La méthode d'enquête** : La méthode suivie dans ce mémoire est la méthode qualitative tandis que notre méthode porte sur la méthode quantitative.

- **La population cible et l'échantillon** : la population visée dans cette étude est les institutions et les visiteurs de ces lieux, notre étude vise la population de la commune de Bejaia.

L'échantillon visé dans cette étude est les acteurs culturels, alors que notre étude vise les auditeurs de la radio Algérienne chaine 2 de la région de Bejaia.

### 2<sup>ème</sup> étude :

Cette étude intitulée « comment médiatisée votre entreprise »<sup>5</sup>, est une communication en ligne réalisée par : Alexandre Roth, le créateur du blog <https://www.devenez-médiatique.com>. Dans laquelle il prodigue ses conseils pour aider les entrepreneurs et blogueurs à médiatiser leur activité.

Le but de cet article c'est de démontrer que l'idée « Ah passer à la radio ou à la télévision, c'est pour les autres, ceux qui ont des contacts, des pistons... », Reçus sur le processus de médiatisation d'une entreprise ou d'un blog par les entités les moins puissantes économiquement est une affirmation erronée.

Le tissu économique est l'un des principaux fournisseurs d'actualité dans un monde qui tourne autour de l'économie de marché. Alors il faut se demander pourquoi médiatiser son activité ?

#### **1. Les quatre voies pour médiatiser une activité**

Quelque soit l'activité de l'entrepreneur, sa niche et sa portée sur le web ou sur le marché concurrentiel, c'est sa capacité à démontrer ses compétences, son sérieux et son degré de professionnalisme qui doit ressortir de la communication avec les différents médias. Il faut fixer son positionnement stratégique et son image de marque de manière claire, précise et percutante.

---

<sup>5</sup> Alexandre Roth, « **Comment médiatiser votre entreprise** », le marketeur français, en ligne. Disponible sur le site : <https://lemarketeurfrancais.com/voir/alexandre-roth/>. Consulté le 20 juin 2019 à 16h35.

L'accessibilité aux médias est souvent remise en cause par la mystification de la fonction du journaliste. Ce dernier ne détient pas la vérité, n'a aucune légitimité à juger le professionnalisme ou les produits. Ainsi, il existe quatre moyens pour la médiatisation de son activité (la médiatisation par internet, la presse papier, la radio et la télévision).

### **1.1. La médiatisation par internet**

C'est l'étape la plus adorable de parcours de l'entreprise pour la rendre célèbre. Peu de risques, exposition intéressante, et très bon moyen de se faire les dents dans le monde inconnu. Le moyen de formuler les informations doit s'appuyer sur la capacité d'être innovant sur le marché et à apporter de valeur ajoutée aux clients.

### **1.2. La presse papier**

Même avec la disponibilité des publications dans les librairies en version numérique mais, les magazines et les journaux sont les véritables diffuseurs d'information qui possèdent un impact non négligeable sur leur lecteurs. Pour atteindre la presse écrite, il faut rédiger un communiqué de presse, Après le diffuser via des sites spécialisés dans l'envoi massif d'informations aux rédactions.

### **1.3. La radio**

Les passages à la radio touchent de nombreuses cibles, ce type de passages médiatiques ne sont pas ouverts à n'importe qui, le concept doit être porteur novateur et créateur d'un réel impact sur les clients, il consiste à contacter directement les directeurs de programmation et appuyer sur l'existence de précédents passages pour les convaincre après l'apparition il ne faut pas oublier de faire figurer un extrait de l'émission sur son site auprès de visiteurs.

### **1.4. La télévision**

Ce média est le plus difficile à maîtriser, et le plus courtisé. Il faut développer une personnalité ouverte, enjouée et intéressante, que cela soit à travers la communication non verbale ou la capacité d'improvisation et le sens de la répartie. Et avant de s'asseoir face à un journaliste pour interview, il faut faire l'objet de plusieurs rendez-vous jusqu'à éventuellement passer des castings..., et adopter une personnalité de bon client et être crédible à la caméra n'est pas chose aisée.

## **2. Les quatre outils efficaces pour contacter les journalistes**

Une fois les différents médias et leurs méthodes de fonctionnement mis en valeur, il faut s'intéresser aux moyens qui permettent de contacter les journalistes et transformer son approche en passage médiatique et cela à travers quatre outils (la méthode du mailing direct, les réseaux sociaux, la communication de presse, le dossier de presse).

### **2.1. La méthode du mailing direct**

Vu que l'entrepreneur a peu de chances qu'un journaliste le contacte pour l'inviter à faire l'éloge de son entreprise via une publication ou une interview, il doit donc faire le premier pas, en envoyant des e-mails aux journalistes qui pourraient être intéressés par l'actualité de son secteur d'activité.

### **2.2. Les réseaux sociaux**

Ajouter les journalistes qui ont un compte Twitter, Facebook, et autres sur son profil personnel ou celui de son entreprise, pour leur adresser ses contenus, innovations via des commentaires ciblés personnalisés.

### **2.3. Le communiqué de presse**

C'est un document officiel, rédigé pour partager la création d'un contenu ou d'une actualité en particulier (un nouveau produit, l'organisation d'un événement...). Son but est de démontrer que son entreprise a une histoire à raconter et qu'elle peut répondre aux besoins des clients.

### **2.4. Le dossier de presse**

C'est la fiche, la bibliographie de l'entreprise. Il présente son activité, le contexte de sa création, son personnel et son fonctionnement. Son but est de soulever l'intérêt de la presse envers son activité. Et sa diffusion peut elle aussi se faire par différents moyens.

Pour pouvoir guider notre thème on a fait appel à cette étude cet Article en ligne pour renforcer notre recherche. Le but est de diversifier des idées et d'avoir des informations riches sur la médiatisation de la culture berbère et les moyens qui permettent de médiatiser cette culture comme la radio chaîne 2 qui est notre terrain de recherche.

### 3. La méthode et les techniques utilisées

Chaque recherche scientifique à une méthode et techniques à suivre dans la concrétisation de l'étude, c'est l'étape la plus importante pour les recherches dont le but est de vérifier les hypothèses de l'étude et atteindre les objectifs souhaités.

#### 3.1. La méthode utilisée

Toute recherche nécessite le choix d'une méthode, car elle permet au chercheur de contrôler le regard porté sur son sujet.

La méthode « désigne l'ensemble des démarches que suit l'esprit humain pour découvrir et démontrer un fait scientifique ». <sup>6</sup>

Selon ANGERS Maurice « la méthode est un ensemble de procédures des démarches précises adoptés pour en arriver à un résultat ». <sup>7</sup>

Dans notre recherche nous avons opté pour la méthode quantitative.

##### 3.1.1. La méthode quantitative

Notre thème de recherche s'inscrit dans une démarche quantitative vue la nature de notre étude et les objectifs visés à atteindre, c'est la méthode la plus adéquate qui nous permettra de réaliser notre étude et même de connaître le degré de corrélation entre l'aspect théorique et l'aspect pratique. Cette méthode nous permet d'analyser les résultats obtenus pendant la recherche empirique à l'aide des tableaux statistiques.

D'après Maurice Angers « les méthodes quantitatives visent d'abord à mesurer le phénomène à l'étude. Les mesures peuvent être ordinales du genre « les plus grand ou plus petit », ou numérique avec usage de calculs ». <sup>8</sup>

#### 3.2. Les techniques utilisées

Chaque recherche exige une technique qui doit être adaptée et bien choisie pour le recueil des informations sur le terrain.

---

<sup>6</sup> GUIDERE Mathieu, « Méthodologie de la recherche », édition Ellipses », paris, 2004. P 4.

<sup>7</sup> ANGERS Maurice, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », Op.cit. P 70.

<sup>8</sup> Ibid. P 60.



Selon Madeleine GRAWITZ « *la technique c'est un moyen d'atteindre un but situé au niveau des faits, des étapes pratiques, implique l'utilisation d'outils ou d'étapes* ». <sup>9</sup>

D'après Maurice Angers « *la technique de recherche est l'ensemble de procédés et d'instrument d'investigations utilisé méthodologiquement, sont les moyens qui permettent d'aller recueillir des données dans la réalité* ». <sup>10</sup>

Pour collecter les informations nécessaires à notre recherche nous avons eu recours à différents techniques de collectes de données : l'observation, l'analyse de contenu et le questionnaire.

### 3.2.1. L'analyse de contenu

Selon BRANDIN Laurence, « *l'analyse de contenu est un ensemble d'instrument méthodologique de plus en plus raffinés, et constate amélioration s'appliquant à des discours (contenus et consentant), extrêmement diversifiés* ». <sup>11</sup>

« *L'analyse de contenu porte sur des messages aussi variés que des œuvres littéraires, des articles de journaux, des documents officiels, des programmes audiovisuels, des déclarations politiques, des rapports de réunion ou des comptes rendus d'entretiens semi-directifs* ». <sup>12</sup>

À partir de là, on va traiter et analyser les programmes diffusés par semaines par la radio nationale chaîne 2, on se basant sur les points suivants :

- l'heure de diffusion.
- Types des programmes.
- Le sujet de l'émission.
- L'objectif de ces programmes.
- Le dialecte utilisé dans chaque émission.
- L public visé.
- La durée des émissions.

---

<sup>9</sup> GRAWITZ Madeline, « **lexique des sciences sociales** », 8<sup>ème</sup> édition Dalloz, paris, 2004. P 393.

<sup>10</sup> Maurice ANGERS, « **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines** », Op.cit. P 66.

<sup>11</sup> BRADINE Laurence, « **Analyse de contenu** », P.U.F, France, 1980. P 09.

<sup>12</sup> QUIVY Raymond et CAMPENHOUDT Luc Van, « **Manuel de recherche en sciences sociales** », 3<sup>ème</sup> édition Dunod, paris, 1995. P 201.

### 3.2.2. Le questionnaire

Afin de collecter les données qui seront ensuite classées, analysées et interprétées et afin de vérifier les hypothèses construites au départ, nous avons utilisé lors de notre enquête la technique de questionnaire.

Le questionnaire est l'outil indispensable au recueil de l'information il est « *une suite de questions, programmées selon un ordre et une logique prédéfinie pour les quels un enquêteur sollicite le jugement l'avis ou l'évolution d'un interviewé* ». <sup>13</sup>

*« Le questionnaire est un instrument sociologique quantitatif est soumis à une construction préalable. Le chercheur se doit de déterminer la population qu'il souhaite interroger, et comme dans la majeure partie des cas la population étudiée est trop large, le chercheur se limitera à un échantillon ».* <sup>14</sup>

Ce mode est plus pratique en raison d'efficacité auprès des individus, le questionnaire est un procédé qui organise un certain nombre de questions selon un enchaînement logique déterminé par l'objectif de la recherche, suivant les indicateurs et les variables.

#### ➤ la présentation du questionnaire

Pour recueillir les informations nécessaires concernant notre thème de recherche, un questionnaire a été formulé contenant de (36) questions diversifiées entre ouvertes et fermées. Ces questions sont subdivisées en quatre axes qui se présentent comme suit :

**Axe n° 1** : contient (06) questions de type fermées concernant les données personnelles des enquêtés.

**Axe n° 2** : relatif aux habitudes de l'audimat de la radio nationale chaine 2, il contient (07) questions.

**Axe n° 3** : porte sur des questions relatives aux programmes qui contribuent à la transmission de la culture Amazigh, il contient (12) questions.

---

<sup>13</sup> GAUTHY-SINECHAL Martine et VANDERCAMMEN Marc, « Études de marchés méthodes et outils », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2005. P 427.

<sup>14</sup> GAY Thomas, « L'indispensable de la sociologie », édition Studyrama, paris, 2004. P 81.

**Axe n° 4 :** contient des questions relatives au rôle de la chaîne 2 dans la transmission et la promotion de la langue Amazigh, se compose de (11) questions.

Le questionnaire a été distribué au centre-ville de la commune de Bejaia aux 80 auditeurs.

### 3.2.3. L'observation

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

« *L'observation est l'action de regarder avec attention les faits pour les étudier, les comprendre, les analyser* ». <sup>15</sup>

« *L'observation est considérée comme une technique de collecte de données dans laquelle le chercheur mesure les caractéristiques (fréquence, durée, déficit...) de certain comportement des participants en s'en faisant le témoin immédiat dans un contexte déterminé* ». <sup>16</sup>

Cette technique constitue presque la première démarche dans toute recherche scientifique et elle permet de s'acquiescer de réalité. Elle a été utilisée dans la phase de la pré-enquête, elle consiste à observer de près le phénomène étudié. De ce fait nous avons assisté à quelques séances au sein de la radio nationale chaîne 2, afin d'observer la communication et la manière de transmission des émissions culturelles et cette technique nous a permis, aussi d'avoir l'ensemble des informations primaires sur la radio nationale chaîne 2, ainsi viser l'échantillonnage à étudier et vérifier l'adéquation entre le phénomène posé et la réalité sur le terrain. Et le type de l'observation utilisé lors de notre recherche.

Au cours de notre premier contact on a basé sur une observation de type participante afin d'enrichir les informations collectées.

---

<sup>15</sup> B. MILES Matthew et A. HUBERMAN Michael, « **Analyse des données qualitatives** », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, Paris, 2003. P 11.

<sup>16</sup> GIROUX Sylvain et GINETTE Tremblay, « **Méthodologie des sciences humaines** », 3<sup>ème</sup> édition Pearson, Canada, 2009. P 72.

### ➤ L'observation participante

Selon ANGERS Maurice « *l'observation participante est à l'origine des autres formes d'observation en situation. Elle laisse entendre qu'on s'insère dans la vie des gens qu'on étudie, toute en cherchant à ne modifier d'aucune façon la situation* ». <sup>17</sup>

Dans le cadre de notre étude et en plus de nos observations passives, nous avons aussi participé aux briefings de la radio nationale chaîne 2 et à la journée de réception de la femme de 8 Mars 2019.

## 4. L'échantillon et le type de l'échantillonnage

Une fois la méthode et la technique à utiliser sont déterminées, on passe à l'étape suivante qui est le choix de la population d'enquête qui est considérée comme une étape très importante pour notre étude et arriver à des résultats plus représentatifs et concrets.

Le choix de l'échantillon est lié à l'objectif de l'étude et aux variables de nos hypothèses.

### 4.1. La population d'étude

Dans le langage des sciences humaines, une population est un « *ensemble fini ou infini d'éléments définis à l'avance sur lesquels portent les observations* ». <sup>18</sup>

Dans notre étude nous avons visé la population de la commune de Bejaia qui compte un nombre important des habitants (912 577) selon le recensement de l'année 2008, notre échantillon contient (80) personnes.

### 4.2. L'échantillon de la recherche

L'échantillon de la recherche, est constitué de (80) passagers qui se trouvaient dans la région de Bejaia au moment de notre tournée.

L'échantillon est défini selon François DEPELTEAU comme « *un sous-ensemble d'éléments d'une population donnée, alors qu'une technique d'échantillonnage est l'ensemble*

---

<sup>17</sup> ANGERS Maurice, « **initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines** », Op.cit. P 130.

<sup>18</sup> ANGERS Maurice, « **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines** », Op.cit. P 226.

*des opérations permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon* ». <sup>19</sup>

### 4.3. Le type d'échantillonnage

Selon CLAUDE Javeau, « *l'échantillonnage veut dire la définition d'étude qui dépend de l'objet de l'enquête, des hypothèses de travail choisies et le type d'échantillonnage adopté* ». <sup>20</sup>

Le choix était porté sur un échantillon non probabiliste accidentel, qui est adéquat pour les caractéristiques de la population d'étude. Cette Technique se base sur un choix au hasard des éléments qui vont former notre population D'étude, « *L'échantillonnage non probabiliste est un type d'échantillonnage ou la probabilité qu'un élément d'une population soit choisi pour faire partie de l'échantillon n'est pas connue et qui ne permet pas d'estimer le degré de représentativité de l'échantillon ainsi constitué* ». <sup>21</sup>

Le choix de notre échantillon est lié à l'objet d'étude consacré au rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère. Ce qui nous a conduits a adopté un échantillonnage non probabiliste accidentel.

L'échantillonnage accidentel est « *un prélèvement d'un échantillon de la population de la recherche à la convenance du chercheur* ». <sup>22</sup>

## 5. Les difficultés rencontrées

Durant la réalisation de cette recherche, on a rencontré un certain nombre de difficultés qui se résument dans les points cités ci-dessous :

- L'élément majeur dans nos difficultés est bien, le manque des études antérieures concernant thème de recherche.
- le manque d'ouvrages concernant notre thème de recherche.
- Difficulté de distribuer et de récupérer les questionnaires

---

<sup>19</sup> DEPELTEAU François, « La démarche d'une recherche en sciences humaines », édition de Boeck, Québec, 2000. P 214.

<sup>20</sup> JAVEAU Claude, « Enquête par questionnaire: manuel à l'usage du praticien », Institut de sociologie, 3<sup>ème</sup> édition, édition d'organisation, Paris. 1981. P 112.

<sup>21</sup> ANGERS Maurice, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », Op.cit. P 229.

<sup>22</sup> Ibid. P 236.



PARTIE  
THÉORIQUE

**CHAPITRE 3 : LES MÉDIAS  
ET LA COMMUNICATION  
MÉDIATISÉE**



**Chapitre 3 : les médias et la communication médiatisée****Introduction**

Depuis les origines, l'homo sapiens avait besoin de communiquer et il a inventé des codes, des alphabets, des langues, paroles et des gestes pour transmettre les messages et pour développer ces relations avec les autres. Cette communication se fait d'un (émetteur) à une personne ou un groupe (récepteur).

La communication aujourd'hui prend une place importante dans les médias, ces derniers sont des moyens de diffusion d'informations utilisées pour communiquer ou passer un message via : l'affichage, la presse, la radio, la télévision, l'internet et le cinéma. Ces médias de masse permettent de diffuser une information vers un grand nombre d'individus.

Ce chapitre présente les médias et la communication médiatisée. La première section donne des généralités sur les médias de masse, une définition, les différents types, les fonctions, le développement technique et historique de la radio, enfin l'histoire de la radio dans le monde. La deuxième section se focalise sur l'élément de la communication et la communication médiatisée où nous avons élaboré les points suivants : les composantes de la communication, ses moyens, ses modèles, la définition de la communication médiatisée, la distinction entre médiatisation et médiation et enfin la différence entre la communication médiatisée et médiatique.

## Section 01 : un aperçu général sur les médias de masse

### 1. Les médias

Dans le langage courant le terme « média » se réfère aux moyens de communication de masse tels que la radio, la télévision, la presse, et l'internet. Selon BERTRAND Claude Jean, « *le média est un terme issu de l'anglais « medium » pluriel « média » qui est donc d'une manière générale défini comme des supports techniques servant au travail de transmission des messages à un ensemble d'individu épars* ». <sup>1</sup>

Ces médias peuvent être répartis en trois catégories à savoir :

- Les médias imprimés (livres, journaux, magazines, affiches...);
- Les médias films (photographies, cinématographies...);
- Les médias électronique (radio, tv, téléphone, internet).

En répartissant les médias en différentes catégories Claude Jean BERTRAND a mis en exergue l'assujettissement du monde par le développement de la technologie en matière de la communication où rien n'échappe à son emprise.

Une autre classification des médias selon leurs familles et selon leurs statuts :

#### ➤ Selon des familles

D'après Francis Balle, il ya toujours trois familles des médias <sup>2</sup> : les médias autonomes, les médias de communication et les médias de diffusion.

- Les médias autonomes : sont des supports médiatiques qui n'ont besoin d'aucun câble de raccordement à un réseau quelconque. C'est le cas du livre, du journal, du disque...
- Les médias de communication : sont ceux qui utilisent les moyens de communication à distance et à double sens qui permettent de créer une relation entre des personnes.
- Les médias de diffusion : c'est le cas de la radio, la télévision jusqu'à la presse électronique, qui permettent de diffuser des messages à sens unique.

---

<sup>1</sup> BERTRAND Claude- Jean, « Médias : introduction à la presse, la radio et la télévision », 2<sup>ème</sup> édition Ellipse, 1995. P 15.

<sup>2</sup>BALLE Francis, « Dictionnaire des médias », Larousse, Paris, 1998. P 149.

➤ **Selon les statuts**

Selon le statut des médias on distingue :

- Les médias publics : sont ceux créés par le pouvoir public et financés par le trésor public.
- Les médias privés : sont ceux appartenant à des particuliers et qui relèvent de leur initiative privée. Ils sont à but lucratif.

Par ailleurs, pour MAIGRET Eric « *les médias sont définis comme des supports d'informations et des moyens de communication plus précisément ils peuvent être définis comme des systèmes associant un dispositif technique et des contenus et ayant pour objectif la diffusion vers le plus grand nombre d'informations de messages de toute nature. Ces contenus sont renouvelés régulièrement suivant des périodicités liés aux systèmes techniques utilisés* ». <sup>3</sup>

Donc, le terme média est défini de plusieurs manières pour les uns c'est l'ensemble des supports communicationnels permettant de véhiculer le message, pour d'autres c'est un support communicationnel qui permet à l'homme de transmettre des messages, des faits sociaux, économiques, politiques et culturels, et diffuser des informations à un large public.

## 2. Les types des médias de masse

Au fil des siècles, de nombreux médias ont été inventés dans le monde après quelques temps de l'invention de l'imprimerie en 1440. Parmi les principaux supports médiatiques :

### 2.1. La presse écrite

La presse désigne les différents moyens de diffusion de l'information à travers l'écriture. C'est l'ensemble des quotidiens périodiques, revues et journaux qui permettent aux lecteurs d'accéder librement à l'information.

« *La définition de la presse tient moins à sa forme et à son contenu qu'à ses caractéristiques temporelles, d'ordre social et non technique : sa périodicité comme le souligne LAVOINE Y : non seulement par son itération, elle se différencie du livre, mais*

---

<sup>3</sup> MAUGRET Éric, « **Sociologie de la communication et des médias** », 2<sup>ème</sup> édition, Armande Colin, Paris, 2003. P 192.

*aussi elle instaure une scansion, régulière propre au temps civil. D'abord hebdomadaire, puis quotidienne, aujourd'hui la presse scande la journée avec l'internet, bouleversement ainsi les principes même de son usage ».*<sup>4</sup>

*« L'origine du journal remonte très loin. En effet, déjà la naissance de Christ, les romains ont connu des journaux moraux, appelés Acta Diurna, affichés sur les places publiques. De leur côté, les chinois et les coréens ont utilisé les papiers pour imprimer les nouvelles des siècles avant les européens. En Europe, 16<sup>ème</sup> siècle, le gouvernement de Venise a imprimé un petit journal qu'on pouvait acheter. De la deuxième moitié du 16<sup>ème</sup> siècle, plus de cent ans après l'invention de l'imprimerie, on trouve des journaux un peu partout en Europe. Mais ces précurseurs ressemblent plutôt aux lettres qu'aux journaux. Ils s'agissent des lettres d'actualité de la typographie, circulation de l'information écrite se réalise par ces nouvelles manuscrites souvent pour le compte de marchand, de banquier ou de prince ».*<sup>5</sup>

*« C'est en chine que paraissent les premiers journaux imprimés, grâce aux inventions chinoises dans le domaine de l'impression mais l'initiative est vite abandonnée ; en raison de la difficulté à composer rapidement des pages en chinois. En Europe, il faut attendre le moyen âge pour voir apparaître les premières « nouvelles ». Celles-ci rapportent, sans distinction, des anecdotes réelles, des exploits ou des histoires fantastiques. Souvent recopiées à la main elles sont transportées par les colporteurs d'un village à l'autre, puis placardées en place publique ou lues par un crieur. Mais les gens qui savent lire sont rares, et le recopiage est fastidieux, ce qui freine le développement d'une véritable presse l'invention de la presse typographique par Gutenberg en 1438 ouvre de nouveaux horizons et permet d'envisager de véritables publications, il s'agit d'abord d'une révolution technique, puis avec la progression de l'instruction cette révolution devient culturelle et sociale ».*<sup>6</sup>

*« Le phénomène de la presse est essentiellement européen, même si des formes élaborées de presse existent aussi en Chine et en Corée, les premiers organes de presse au sens moderne voient le jour au début de 17<sup>ème</sup> siècle. Le premier périodique publié et date de 1605 et paraît à Anvers sous le titre « les nouvelles d'Anvers » à la même date un hebdomadaire est lancé à Strasbourg. Au 1615 paraît à Francfort le premier journal*

---

<sup>4</sup> SACRISTE Valérie, « **Communication et médias** », Op.cit. P 103.

<sup>5</sup> LAZAR Judith, « **Sociologie de communication de masse** », édition Armand colin, Paris, 1991. P 22.

<sup>6</sup> PEDLER Emmanuel, « **Sociologie de la communication** », Nathan, Paris, 2000. P 55.

*allemand, Die frankfurter postzeitung. Dès 1622 parait le premier journal anglais le weekly newes from Italy , Germany, Hungary,.... La gazette de Théophraste Renaudot qui est traditionnellement considérée comme le fondateur de la presse française sort en 1631 sous la tutelle bienveillante de riche lieu absorbant au passage le premier titre français les nouvelles ordinaires de divers endroits. La presse grâce à sa périodicité rapprochée (création du premier quotidien 1660 à Leipzig, puis en 1702 Angleterre : The Daily courant) offre régulièrement des informations nouvelles sur des sujets divers, c'est la première forme de la recherche de la vitesse dans la diffusion élargie de l'information ».<sup>7</sup>*

Donc, la presse écrite a commencé par les journaux, les magazines, les revues qui commencent à se développer quelques temps après l'invention de l'imprimerie par Gutenberg en 1438. Ces journaux qui ont été une invention plus importante qui offrent aux lecteurs une information générale détaillée et simple. Le journal a été une invention plus importante que le livre imprimé, il s'agit d'une invention à la fois sociale, culturelle et littéraire.

## 2.2.La radio

Parmi les médias de masse on distingue aussi la radio qui désigne les émissions sonores transmises par ondes radio et que l'on peut écouter par l'intermédiaire d'un poste radio la radio qui est un moyen de communication audio qui véhicule des informations à un large public.

*«Née au début du siècle, la radio prend son essor dans l'entre-deux guerres, dans une situation marquée par le monopole de l'État sur le droit à la diffusion. Les années d'après-guerre et la période 1960-2000 voient, parallèlement à la modernisation des techniques de radiodiffusion. La disparition de ce monopole qui donne naissance à un paysage radiophonique extrêmement diversifié ».<sup>8</sup>*

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

*« L'introduction du concept d'onde dans le champ de la physique va rendre possible l'évolution de la recherche vers la découverte d'un système de transmission de signaux sans fil non plus dans un espace structuré et quadrillé par des fils conducteurs d'énergie, mais*

---

<sup>7</sup> ALBERT pierre, « **Histoire de la presse** », PUF, Paris, 1996. P 96.

<sup>8</sup> ALBERT pierre et TUDESQ André-Jean, « **Histoire de la radio- télévision** », PUF, Paris, 1981. P 123.

*dans un espace que les ondes structurent en le parcourant. En 1887, le physicien Allemand Heinrich Hertz (1857-1894) découvre expérimentalement les ondes électriques dont l'existence avait été établie théoriquement par Maxwell dans sa conception générale des ondes, et il construit un oscillateur et un résonateur électriques destinés à les émettre et à les recevoir. L'invention de la radio proprement dite va être le fait de l'ingénieur Italien Guglielmo Marconi (1874-1937) qui va mettre en œuvre de façon synthétique l'ensemble des informations dont on dispose à l'époque sur la propagation des ondes, et en particulier, sur la structuration du champ électromagnétique ».*<sup>9</sup>

Donc, grâce au travail du physicien Allemand Heinrich Hertz que l'ingénieur italien GUGLIELMO Marconi expérimente plusieurs systèmes de transmission de signaux et met en œuvre la première transmission radio en 1895.

Enfin, la radio est un support technique de la communication à très grande consommation quotidienne et l'un des moyens les plus influents, présents dans la société et la vie courante.

### **2.3. La télévision**

La télévision présente l'un des moyens de communication de masse, un média indispensable car elle permet de transmettre des informations audiovisuelles et d'atteindre une cible très large.

*« la télévision est un moyen de diffusion de contenu vidéo contrôlé par des sociétés publiques ou privées, titulaire de licence de diffusion délivrée par une autorité publique, achetant des droits de diffusion ou produisant les programmes à destination d'un public défini ».*<sup>10</sup>

*« En 1880, le français Maurice Leblanc indiqua les principes de la télévision telle qu'on la connaît aujourd'hui. L'histoire de la télévision est en fait intimement liée à la mise au point des appareils permettant d'analyser l'image par balayage. Le premier de ces dispositifs fut le disque Nipkow, breveté en 1884 par l'inventeur Allemand Paul Nipkow, ce disque était plat, circulaire et perforé d'une série de petits trous disposés en forme de spirale. En tournant, le dispositif balayait complètement l'image. En 1897, Ferdinand Braun mit au*

---

<sup>9</sup> LAMIZET Bernard, « **Histoire des médias audiovisuels** », Edition Ellipses, Paris, 1999. P 13.

<sup>10</sup> SACRISTE Valérie, « **Communication et médias** », Op.cit. P 161.

*point le premier tube cathodique, instrument fondamental de la télévision. L'iconoscope fut inventé par Vladimir Kosma Zworykin en 1923, et le tube de dissection de l'image fut mis au point par philo Taylor Farnsworth peu de temps après, En 1926, John Logie Baird crée un système de télévision incorporant des raies infrarouges pour filmer dans l'obscurité. Cette date correspond ainsi à la première diffusion publique d'images télévisées ».*<sup>11</sup>

La diffusion régulière des émissions de télévision commença seulement en 1936 en Angleterre et en 1939 aux États-Unis. Le retard fut rapidement rattrapé par les autres pays, dès 1960 la télévision est devenue un moyen de communication par excellence.

Donc, la télévision a été inventée suivant trois découvertes : l'analyse électrique qui permet la transmission de l'image lumineuse à l'image électrique, l'analyse de l'angle à l'angle et point par point d'une image et enfin la transmission hertzienne qui permet la transmission des signaux électriques correspondant à chacune des points de l'image analysée.

#### 2.4. L'internet

À côté des médias traditionnels (presse, radio, télévision, cinéma et l'affichage) l'internet est considéré comme un nouveau média. L'internet est un réseau qui relie plusieurs ordinateurs entre eux partout dans le monde, ce réseau qui permet aux internautes d'accéder facilement à plusieurs services (sites, blogs, réseaux...etc.)

BALLE Francis, définit l'internet comme « *réseau mondial constitué lui-même par une multitude de réseaux informatique de dimension locale, régionale, nationale ou continentale reliés (interconnectés) les uns autres. L'internet est un mode de communication à l'échelle planétaire accessible à tous (particuliers, entreprises, administrations, associations...) avec un ordinateur couplé à un modem et par le biais d'un abonnement à un fournisseur d'accès. L'internet permet l'échange de courrier électronique et toute nature, ainsi que le commerce électronique* ». <sup>12</sup>

L'internet donc c'est un réseau informatique mondial réunissant des sous réseaux utilisant le même protocole de communication navigué sur internet qui relie l'ensemble de personnes à travers le monde.

---

<sup>11</sup> MARSHALL Macluhan, « **Pour comprendre les médias** », Edition Mame/ Seuil, Paris, 1968. P 259.

<sup>12</sup> BALLE Francis, « **Lexique de l'information communication** », Dalloz, 1<sup>ère</sup> édition, paris, 2006. P 220.

« Internet est issu du réseau ARPANET, qui a été conçu dans les années 1960 par L'ARPA (Advanced Research Project Agency) pour le département Américain de la défense. À l'origine, il s'agit d'un réseau coopératif d'ordinateurs permettant le partage de données stockées sur des serveurs distants ainsi que l'échange de messages électriques (e-mails), réseau à usage militaire. ARPANET s'étend alors progressivement aux universités américaines dans les années 1970, notamment l'université de Californie à Los Angeles et l'université Stanford à Palo Alto, avant d'être remplacé en 1990 par le réseau internet destiné dans les premiers temps à la recherche civile ». <sup>13</sup>

L'internet est considéré comme « le réseau des réseaux ». <sup>14</sup>

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

Enfin, l'internet est né suite aux technologies d'interconnexion de réseau pour ordinateurs distants et grâce à l'internet qui constitue l'un des réseaux télématiques les plus grands au monde qu'on peut communiquer avec le monde entier, un réseau informatique qui relie des ordinateurs entre eux et qui leur permet d'échanger des informations et des contenus à distance, il permet aux internautes d'échanger des informations et de communiquer avec d'autres personnes à travers le monde. Aussi l'internet aujourd'hui est disponible sur de nombreux appareils comme sur le téléphone portable qui donne l'accessibilité à tout le monde d'être en contact avec leurs amis, leurs familles, leurs collègues dans les lieux de travail à n'importe quel moment et dans les coins les plus reculés du monde.

### 3. Les fonctions des médias de masse

Depuis plusieurs années les chercheurs ont limité les fonctions des médias en trois catégories :

- Information ;
- Formation, éducation, culture ;
- Divertissement.

---

<sup>13</sup> MAIGRET Eric, « sociologie de la communication de masse », Op.cit. P 41.

<sup>14</sup> PATEYRON Emmanuel- Arnaud et SALMON Robert, « Les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise », ECONOMICA, Paris, 1996. P 50.



Ces trois fonctions ne suffisent pas, c'est ainsi que le politologue Harold D. Lasswell dit que les médias ont aussi d'autres fonctions en dehors de ces trois. Il a annoncé une première typologie des fonctions sociales des actes de la communication :

- Surveillance de l'environnement ;
- Intégration entre divers composante de la société ;
- Transmission de l'héritage culturel.

Selon Claude- Jean BERTRAND il existe six fonctions que les médias exercent régulièrement, les six fonctions sont les suivants :

- 1- Surveiller l'environnement : « *les médias ont pour rôle d'obtenir et de faire circuler l'information* ». <sup>15</sup> Ils doivent surveiller les trois pouvoirs (exécutif, législatif et judiciaire) ;
- 2- Fournir une image du monde : ce qu'on savait provient de l'école de conversations et surtout des médias. La plupart des sujets, des régions, et des gens dont les médias ne parlent pas n'existe pas ;
- 3- Servir de forum : les médias relient les individus aux groupes en une notion, ils contribuent à la coopération internationale ;
- 4- Transmettre la culture : l'école s'occupe de l'individu tout au long de sa vie ainsi les médias aussi en lui donnant une vision du passé, du présent et de l'avenir du monde ;
- 5- Aider au bonheur (divertir) : aux médias la plupart des usagers demandent surtout un divertissement et cette fonction se combine très efficacement avec les autres et tous les médias visent le divertissement ;
- 6- Faire acheter : les médias sont les principaux vecteurs de la publicité, « *pour la plus part des médias, le but premier est de séduire un public afin de le vendre aux annonceurs* » <sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> BERTRAND Claude- Jean, « Introduction à la presse, la radio et la télévision », Op.cit. P 31.

<sup>16</sup> Ibid. P 33.

#### 4. Le développement technique et historique de la radio

L'usage de la radio en tant qu'instrument de diffusion des informations ne date que de 1920, avec l'inauguration à Pittsburgh de KDKA, la première station radio aux États-Unis. En 1922, WEAJ est la première station privée totalement financé par la publicité lancée à New York.<sup>17</sup>

De nombreux chercheurs participèrent à la création de la radio qui s'appelait au début TSF qui été un moyen de diffusion connu sous le nom télégraphie sans fil (TSF) cette technique permettait d'envoyer et de recevoir des messages sans être relié à un câble.

L'invention de la radio part de la découverte des ondes électromagnétiques, de l'invention du télégraphe, et aboutit aux premiers matériels utilisables pour communiquer sans fil. Ses origines reviennent à la découverte de Galvani en 1780, puis en 1864 le physicien anglais James Clerc Maxwell développa la théorie des ondes radio qui font partie des ondes électromagnétiques.

*« En 1887 le physicien Allemand Heinrich Hertz parvient à créer une émission d'ondes électromagnétiques, il démontre ainsi la validité des théories de Maxwell. Concrètement, Hertz fabrique un appareil en forme de bouche, légèrement ouverte, il fait passer dans la bouche un courant, suffisamment puissant pour faire aller et venir une étincelle entre les deux extrémités, il place une bouche semblable un peu plus loin dans la pièce »<sup>18</sup>*

En 1890 le français BRANLY Edouard, invente un appareil qui détecte les ondes radio et pour les transforme en un courant électrique utilisable. Et c'est en 1896 que l'italien GUGELILMO Marconi a mis en œuvre la première transmission radio, il a expérimenté plusieurs systèmes de signaux en utilisant l'éclateur d'Hertz comme émetteur et du cohéreur de BRANLY comme récepteur. En 1896, il a mis en place le principe de la radiocommunication par la transmission d'un signal électrique à travers l'espace, et il a réalisé la liaison entre les navires éloigné.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> LAMIZET Bernard t et SILEM Ahmed, Op.cit. P 169.

<sup>18</sup> ABERT Pierre et TUDESQ André-Jean, Op.cit. P 176.

<sup>19</sup> LAVOINE Yves, Op.cit. P 50.

L'américain LEE DE FOREST mit au point en 1907, le tube électrique, permettant la restitution de la voix humaine, en 1908 il a réussi une liaison entre Paris TOUREIFEL et VILLE JUIF.

*« En 1917, la radiodiffusion entra dans l'histoire lorsque l'émetteur du « croiseur aurore » transmet aux troupes russes à « pétro garde » les instructions du comité révolutionnaire ».*<sup>20</sup>

## 5. Histoire de la radio dans le monde

La radiodiffusion ne fut accessible au grand public qu'à partir des années 1920, dans tous les pays industrialisés. Elle naît des transformations de la technologie des radiocommunications et de la nécessité, pour les grandes compagnies de matériel radioélectrique qui ont fortement développé leur production pendant la guerre, et de se reconverter sur des marchés civiles, même si certains groupes parmi les plus grands, aux États-Unis notamment, ne perçoivent qu'avec retard l'intérêt de la radiodiffusion.<sup>21</sup>

En 1920, un modèle original de développement de la radio diffusion a été mis en ouvre par l'état des États-Unis. La situation reste confuse car la radiodiffusion perturbe, dans un premier temps, l'organisation des systèmes de communication qui avait été conçue en fonction des radiocommunications. Le domaine vient d'être réorganisé à l'initiative des autorités gouvernementales et militaires américaines qui ont obtenu, qu'elle que crée autour d'un pool de brevets une compagnie purement américaine pour contrôler les radiocommunications en provenance et à destination des États-Unis.<sup>22</sup>

En 1922, deux ans après la diffusion des premières émissions aux États-Unis, la station de l'école supérieure commença à émettre, une station privée baptisé RADIOLA a été crée par le premier opérateur privé GIRARDEAU Emile. Le premier journal parlé apparaitra en 1923 sur RADIOLA et sera transmis depuis la TOUR EIFFEL (France).

En Europe, les stations sont contrôlées par l'état et exploitées par les pouvoirs publics dans beaucoup de pays, En Russie, et dans l'est de l'Europe. Les postes appartiennent à des groupes privés dans lesquels l'état possède une participation de contrôle. L'état exerce

---

<sup>20</sup> LAZAR Judith, Op.cit. P 25.

<sup>21</sup> FREDERIC Barbier et BERTHO-LAVENIR Catherine, « **Histoire des medias de Diderot à internet** », 3<sup>ème</sup> édition, Armand colin, Paris, 2003. P 224.

<sup>22</sup>Ibid. P 225.

un contrôle final sur les stations En Allemagne, aux pays bas et en Angleterre. En France et en Belgique, Un système mixte associant postes publics et stations privées existe jusqu'à la guerre.<sup>23</sup>

En 1932, Les États-Unis à été en avance en matière de radio diffusion. En 1940, il y avait 604 stations émettrices et le nombre et 12 à 50 millions de postes récepteurs. Et la plus part des pays ont donné un statut égal à la radio.

Ainsi, on distingue que la création de la radio au début des années 20 est marquée par la découverte des ondes électromagnétique et l'invention du télégraphe sans fil (TSF) entre les deux guerres mondiales, et c'est grâce aux découvertes et au travail de nombreux prédécesseurs tel que celui du physicien Hertz que l'expérimentation de plusieurs transmissions radio a été mise en œuvre par le physicien Italien GUGLIELMO Marconi en 1896. Enfin la radio est le média le plus accessible et utilisé dans tous les pays du monde.

---

<sup>23</sup> BARBIER Frederic, Op.cit. P 234.

**Section 02 : communication et la communication médiatisée****6. Les composantes de la communication**

La communication tire son origine du mot latin « *communicar* » dont le sens est de mettre en commun et en relation deux individus ou un groupe d'individus. Elle est définie comme un « acte » au cours duquel un individu « émetteur » traduit un fait, un sentiment un message qu'il adresse par le « canal » qui lui paraît le plus approprié à un autre individu « récepteur » dans l'intention que ce dernier puisse prendre connaissance du fait du concept envoyer.

Selon BERTRAND Claude-jean, « *la communication est ce qui permet d'établir une relation entre des personnes et des objets, elle désigne soit l'action de communication (échange, transmission), soit le résultat de cette communication (données, signes, son). Cette transmission et cette échange s'effectue essentiellement par des signes et par des sons. Elle nécessite la présence d'un émetteur, d'un message et d'un récepteur. Elle s'exerce à plusieurs niveaux et dépend de plusieurs situations* ». <sup>24</sup>

Pour DECAUDIN Jean-Marc « *La communication désigne une action qui consiste à établir des relations avec autrui en transmettant des messages et en échangeant des informations. Celle-ci peut être définie en fonction du contexte à le quel est employée* ». <sup>25</sup>

Donc pour DECAUDIN, il rajoute le contexte dans lequel une communication se déroule.

Enfin, La communication au sens large est toute opération des transferts ou d'échange d'informations entre un « émetteur » et un « récepteur » à travers un « canal » elle peut être considérée comme une forme particulière de discours caractérisée par les liens d'interaction sociale.

Selon la théorie classique, la communication met en jeu une personne physique ou morale appelée émetteur qui adresse à une personne physique ou morale appelée récepteur un message par l'intermédiaire d'un support que l'on nomme média.

---

<sup>24</sup> BERTRAND Claude- jean, « Introduction à la presse, la radio et la télévision », Op.cit. P 14.

<sup>25</sup> DECAUDIN Jean-Marc, « **La communication Marketing** », 2<sup>ème</sup> édition ECONOMICA. Paris, 1999. P 6.

- **Émetteur** : c'est celui qui transmet un message à un membre d'individus par exemple le cas d'un journaliste qui transmet des informations, c'est celui qui dit quelque chose.

. **Récepteur** : c'est celui qui reçoit le message et il en ya deux catégories : les destinataires ; c'est ceux à qui le message est expressément adressé, et les intercepteurs ; c'est ceux qui captent par hasard ou de façon délibérée un message qui ne leur est pas destiné.

. **Le message** : c'est des informations dont le sens provient d'un assemblage d'éléments empruntés à un ou plusieurs codes, il constitue l'objet de la communication. Le message recouvre des réalités très diverses qu'il convient d'analyser avec précision pour éviter des confusions, ici on distingue :

- L'intention de l'émetteur : c'est-à-dire le but qu'il veut atteindre en s'adressant à son interlocuteur : diffuser en savoir, modifier un comportement et passer une opinion.<sup>26</sup>

- Le langage : considéré comme volonté de l'émetteur.

- Le code de référence : est précisément, ce qui permet de transformer de simples phénomènes physiques comme par exemple un bruit, ou des comportements humains spontanés.

- Message réellement émis : c'est entre l'intention de l'émetteur et l'ensemble de signes réellement enclenchés, il peut se produire des différences parfois sensibles.

- Message réellement perçus : c'est la coïncidence entre ce que l'émetteur a réellement émis et ce que le récepteur a réellement perçu et compris.

. **Le support** : c'est l'outil utilisé pour transmettre le message, il est proposé sur cinq sens : la vue, la parole, le toucher, l'ouïe, l'odorat.

## 7. Les moyens de la communication

Communiquer est une action fondamentale chez l'homme, que ce soit de manière verbale ou non verbale. La transportation des messages s'effectue grâce aux moyens de la communication qui sont :

. **Les gestes** : c'est le premier moyen de communication humain où l'homme utilise des signes gestuels pour pouvoir transmettre une information à d'autres personnes ou faire passer sa parole, et c'est une communication non verbale.

<sup>26</sup> COLLET Hervé, « **Communiquer pourquoi, comment ?** », CRIDEC Edition, Paris, 2004. PP 18-19.

. **L'oral** : c'est un moyen de communication verbale, il englobe et absorbe le geste dans une modalité orale/ gestuelle assez complète et implique la voix et le corps tout entier.

*« La communication orale directe inscrit tous ses participants dans le même espace sonore, visuel, physique qui est l'espace le plus complet pour la communication ».*<sup>27</sup>

. **L'image** : *« l'image est un moyen universel de communication. Elle permet de décrire des situations en les représentant, sous forme de documentaire ou de reportage filmé, elle autorise également la construction de véritable récit ».*<sup>28</sup>

. **L'écriture** : c'est un moyen de communication par transcription (message écrit et transmis par l'émetteur, que le récepteur peut comprendre par simple lecture).

#### - Du moyen au support

Chacun de ces moyens de communication, le geste, l'oral, l'écriture et l'image va se développer, se réaliser pourrait-on dire, souvent en se combinant, à travers des multiples supports de communication.<sup>29</sup>

## 8. Les modèles de la communication

Parmi les modèles de la communication on cite ces trois modèles :

### 8.1. Le modèle télégraphique de Shannon et Weaver (la théorie de l'information)

Élaboré par les mathématiciens Claude Shannon et Warren Weaver en 1945 qui ont cherché à améliorer le rendement de télégraphe la vitesse de transmission du message (le signal devrait arriver au niveau de la cible dans l'état le plus proche) ce signal peut être brouillé.

*« Dans ce modèle, la communication est définie comme la transmission de l'information entre deux lieux ou entre deux personnes. La première condition pour que ce transfert d'information puisse avoir lieu est que celle-ci prenne la forme d'un message codé*

---

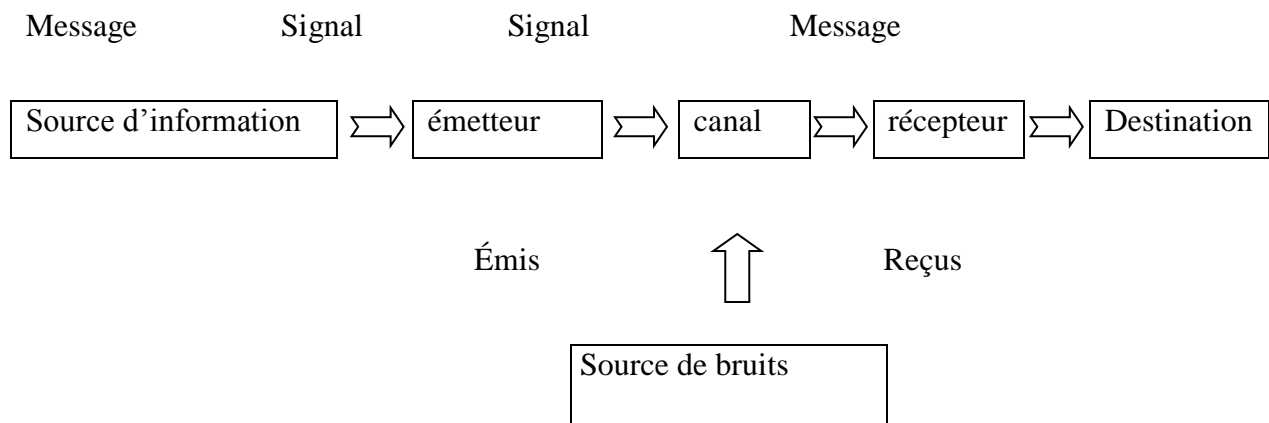
<sup>27</sup> BRETON Philippe. Serge PROULX, « **L'expulsion de la communication** », Édition la découverte, Paris, 2012. P 20.

<sup>28</sup> Ibid. P 22.

<sup>29</sup> Ibid. P 23.

*c'est-à-dire qu'elle soit transformée en signes, appartenant à un système, à un code dont la caractéristique majeure est d'être conventionnelle* ». <sup>30</sup>

Ce modèle met en avant les obstacles qui peuvent rendre la communication difficile et tout ce qui gêne la transmission. La communication est amorcée par un signal diffusé par un émetteur, reçu par un récepteur, véhiculé par un canal codé par la langue des utilisateurs et enfin parasité par le bruit.



**Schéma** : modèle d'information selon Shannon et Weaver <sup>31</sup>

## 8.2. Le modèle de Lasswell (ou le modèle de communication de masse)

C'est l'un des premiers à s'intéresser à la communication de masse, ce modèle s'inspire des sciences humaines et des moyens de communication.

Selon lui, on peut décrire le phénomène de la communication en répondant aux cinq questions suivantes : Qui ? Dit quoi ? Par quel moyen ? À qui ? Et avec quel effet ?

- **Qui ?** : correspond à analyser les agents (auteurs, producteurs de mass médias, groupes d'intérêt) c'est une étude sociologique pour l'identification de l'émetteur.

- **Dit quoi ?** : C'est l'analyse de contenu de message.

<sup>30</sup> MEUNIER Jean-Pierre et PERAYA Daniel, « **Introduction aux théories de la communication** », 3<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2010. P 34.

<sup>31</sup> RIOM Aude et autres, « **Toute la fonction communication** », 1<sup>ère</sup> édition Dunod, paris, 2010. P 05.



- **Par quel moyen ?** : renvoi à l'ensemble des techniques à travers lesquels on transmet le message et la diffusion de l'information.
- **À qui ?** : C'est l'analyse des destinataires, elle vise l'audience, et les publics selon des variables (âge, sexe.)
- **Avec quel effet ?** : C'est d'analyser les effets psychologiques (les problèmes d'influence du message sur l'auditoire.)

Ce modèle conçoit la communication comme un processus d'influence et de persuasion sur la publicité.

### 8.3. Le modèle de Jakobson

Roman Jakobson est un linguiste et un théoricien de la communication, il a défini six fonctions du langage par lesquels on peut assimiler les fonctions de la communication :

- . **La fonction expressive** : *« est celle centrée sur le destinataire : elle lui permet d'exprimer son attitude, son émotion, son effectivité par rapport à ce dont il parle ».*<sup>32</sup>
- . **La fonction conative** : cette fonction permet à l'émetteur d'agir sur le récepteur (en lui donnant un ordre, en lui demandant quelque chose.)
- . **La fonction référentielle** : c'est lorsque le langage sert à la circulation des informations ; c'est-à-dire de quoi il s'agit.
- . **La fonction phatique** : cette fonction permet de provoquer et maintenir le contact entre l'émetteur et le récepteur.
- . **La fonction métalinguistique** : cette fonction consiste à utiliser un langage pour expliquer un autre langage ; c'est d'utiliser le même code.
- . **La fonction poétique** : cette fonction est centrée sur le message lui-même dans la mesure où elle a une valeur propre.

---

<sup>32</sup> MEUNIER Jean – pierre. PERAYA Daniel, Op.cit. P 74.

Tableau N° : 02

➤ **Fonction de la communication de Jakobson** <sup>33</sup>

Pôle	Fonction	Exemple
Émetteur (destinateur)	Expressive	Le message sert à exprimer ce que ressent l'émetteur.
Récepteur (destinataire)	Conative	Le message sert à agir sur l'autre.
Référent, contexte	Référentielle	Le message sert à désigner la réalité.
Code	Métalinguistique	Le message explicite des éléments du code.
Canal, contact	Phatique	Le message sert à assurer le contact
Message	Poétique	Le message est organisé à partir de sa formation

« Toute communication implique donc pour Jakobson six pôles : un émetteur et un récepteur (qu'il ne distingue plus de la source d'information et de la destination comme le faisait Shannon), un pôle constitué par le référent (ce dont on parle, parfois confondu avec le contexte) un code (qui sert à la transmission), un message (ce qui est transmis) et un canal (qu'il nomme contact) par lequel le passe le message ». <sup>34</sup>

## 9. La communication médiatisée : Qu'est-ce que c'est ?

« Le concept de communication médiatisée a succédé à celui de communication audiovisuelle largement utilisé au début des années 70. Historiquement son apparition est contemporaine des premières analyses communicationnelles des médias éducatifs qui connaissent un important essor à l'articulation des années 70-80, ces travaux portent sur la

<sup>33</sup> OLLIVIER Bruno, « **Les sciences de la communication : théories et acquis** », édition Armand colin, paris, 2007. P 76.

<sup>34</sup> Ibid. P 75.

*presse écrite, le cinéma, la télévision et la publicité utilisés à des fins de formations et d'apprentissage quel que soit le niveau primaire, secondaire et tertiaire* ». <sup>35</sup>

*« La communication au sens large s'est développé dans le sillage des premières analyses communicationnelles des médias principalement la télévision, la presse écrite et la publicité, mais aussi avec leur utilisation en milieu scolaire, il s'agit d'analyser certes, mais de produire aussi des contenus « véhiculés » par les médias, on comprend dès lors mieux l'origine de la dénomination de la communication médiatisée qui fait référence explicitement aux médias entendus au sens ordinaire de moyens de communication de masse. Mais cette référence évoque aussi celle du médium, cet intermédiaire obligé qui rend la communication entre les interlocuteurs médiatae ».* <sup>36</sup>

La communication médiatisée donc, fait référence explicitement aux médias et aux moyens de communication de masse, toute communication qui passe à travers les différents médias : la radio, la télévision, presse, internet... etc. Elle est censée de diffuser des informations à travers des techniques pour rétablir la communication au sein d'une organisation sociale et établir un dialogue entre les individus ou des groupes qui la composent.

## 10. Distinction entre médiatisation et médiation

Les notions de médiatisation et de la médiation sont essentielles pour tout chercheur qui s'intéresse à la communication médiatisée. Ces concepts ont été associés depuis leur début au média qui est en latin le pluriel de medium ou de moyen.

### ➤ La médiatisation

*« La médiatisation désigne le processus de conception, de la production et de mise en œuvre de dispositif de communication médiatisée, processus dans lequel le choix des médias les plus adaptés ainsi que la scénarisation occupe une place importante. Plus précisément, la médiatisation désigne les opérations conceptuelles ainsi que le processus*

---

<sup>35</sup> PERAYA Daniel, « **Médiation, médiations : des médias éducatifs aux environnements numériques de travail** », TECFA - Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Éducation, Université de Genève (Suisse) ,.disponible sur le site : <https://journals.openedition.org/dms/153> consulté le 18 avril 2019 à 11h15

<sup>36</sup> MEUNIER Jean-Pierre et PERAYA Daniel, « **Introduction aux théories de la communication** », Op.cit. P 411.

*créatif, (sémiotique communicationnel) et techniques qui aboutissent à une « mise en média » des contenus, des connaissances, des informations qui font l'objet de la communication, la médiatisation relève donc intrinsèquement du domaine de l'ingénierie de la formation, du design pédagogique ».*<sup>37</sup>

➤ **La médiation**

*« Selon le langage courant, la médiation est une pratique qui vise à définir l'intervention d'un intermédiaire pour faciliter la communication et la circulation d'information [CEREGHETTI Donato ; 2011]. On peut distinguer plusieurs formes de médiation : 1. La médiation sensorimotrice : porte sur les «comportement gestuels et moteurs induits par l'instrument ; 2. La médiation sémiocognitive : porte vers la connaissance de l'objet ; 3. La médiation praxéologique : porte sur les conditions de réalisation de l'action ; 4. La médiatisation relationnelle : porte sur la relation entre les sujets ; 5. La médiatisation réflexive : porte sur le sujet lui-même et implique, de ce fait, une dimension «méta» fondamentale pour les processus d'apprentissage. [CEREGHETTI, Donato; 2011] Donc, la définition de médiation dépend du contexte. Pour ce qui concerne un environnement technopédagogique (et donc l'ingénieur pédagogique), la médiation se concentre sur l'analyse de l'impact de l'instrument sur l'activité et le comportement de l'utilisateur [PERAYA, 2005] ».*<sup>38</sup>

Nous pouvons donc, déduire que le rôle de médiatisation et de la médiation est fondamental pour le travail pédagogique et ces deux concepts sont liés à celui de dispositif de communication médiatisée, ils sont complémentaires. La médiation est entendue au sens de relation d'interface, elle a un rôle dans l'interaction et les effets de cette dernière, elle désigne le rôle de médiateur de l'enseignant qui s'interpose comme un facilitateur entre l'apprenant et les contenus qui font l'objet de l'apprentissage, il s'agit de designer la médiation humaine, et pour la médiatisation elle est entendue au sens de mise en forme propre à un média

---

<sup>37</sup> CATHIA Papi, « **médiation et médiatisation** », Revue internationale sur le numérique en éducation et communication. Disponible sur le site : <https://revue-mediations.telug.ca/index.php/Distances/article/download/61/29/>. Consulté le 17 Avril 2019 à 18 h35.

<sup>38</sup> S. Ipek ORTAER, « **Médiation et médiatisation** », DOCPLAYER. Disponible sur le site : <https://docplayer.fr/16538389-Mediation-et-mediatisation.html>. Publié le 19/01/2012. Consulté le 17avril 2019 à 18 h40.

(conception, production et mise en œuvre de dispositif de communication médiatisée, c'est un processus de scénarisation des contenus d'enseignement à travers un dispositif médiatique, elle désigne la médiation technologique contrairement à la médiation qui désigne la médiation humaine.

### 11. Différence entre communication médiatisée et médiatique

Avant d'élaborer cette distinction il faut d'abord définir le concept de média qui est une technique utilisée par un individu ou par un groupe d'individus pour communiquer à un autre individu ou à un autre groupe. Il permet la transmission d'un ou plusieurs messages aux contenus les plus variés : la presse, la radio, la télévision, le cinéma, l'affichage, le téléphone, le courrier électronique, le web sont à ce titre des médias au sens large.

On distingue trois familles des médias : les médias autonomes, les médias de diffusion et les médias de communication interpersonnelle.

1. **Les médias autonomes** : comme les journaux ou les disques qui n'ont besoin d'aucun accordement à un réseau particulier.
2. **Les médias de diffusion** : comme la radio et la télévision, qui permettent la diffusion des programmes à sens unique.
3. **Les médias de communication interpersonnelle** : comme le téléphone et le courrier électronique qui sont des techniques permettant une relation à double sens entre plusieurs individus. Et les médias de communication interpersonnelle relève uniquement de la communication médiatisée et non pas de la communication médiatique.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> MARCOCCIA Michel, « **La communication médiatisée par ordinateur : problèmes de genres et de typologie** », Publié le 18 avril 2003, disponible sur : ([http://gric.univ-lyon2.fr/Equipe1/actes/Journee\\_Genre/Marcoccia\\_CMC\\_genres.rtf](http://gric.univ-lyon2.fr/Equipe1/actes/Journee_Genre/Marcoccia_CMC_genres.rtf)). Consulté le : 18 avril 2019 à 19 h00.

Tableau N° : 03

La différence entre communication médiatique et médiatisée <sup>40</sup>

Communication médiatique		Communication médiatisée
Médias autonomes	Médias de diffusion	Médias de communication (interpersonnelle)
Journaux, livres, disques, cassette vidéo	Radio, télévision.	Téléphone, courrier électronique, fax...

### Conclusion

En guise de conclusion, les médias sont considérés comme des supports communicationnels permettant de transmettre des messages, des faits sociaux, économiques, politiques et culturels, grâce à des supports techniques (radio, télévision, presse, internet,...) Et la radio en tant que média de masse, joue un rôle primordial dans toutes les sociétés du monde, et cela grâce aux fonctions qu'elle assure : le renforcement des liens sociaux entre les individus, l'éducation, divertissement, information, transmissions de l'héritage culturel...etc.

<sup>40</sup> MARCOCCIA Michel, « La communication médiatisée par ordinateur : problèmes de genres et de typologie », Op.cit. Consulté le 18 avril 2019 à 19 :00h.

CHAPITRE 4 : LA CULTURE

BERBÈRE ET LA LANGUE

AMAZIGHE

**Chapitre 4 : la culture berbère et la langue Amazigh****Introduction**

Depuis l'antiquité l'Afrique du nord a connu le passage de plusieurs civilisations, chacune a ses aspects qu'il la définit par rapport aux autres, leur propre civilisation, culture et langue. Le Maghreb est devenu bilingue après l'envahissement de toutes ces cultures qui est au fil du temps, le grand Maghreb qui est devenue lui-même une histoire à raconter.

La culture berbère est répartie dans le monde surtout dans l'Afrique du nord sous plusieurs variantes et variétés, pour la connaître et la comprendre on doit d'abord connaître son origine et son parcours historique depuis l'antiquité jusqu'à nos jours.

Les points abordés dans ce chapitre sont répartis en deux sections ; La première section, porte sur l'historique de la culture berbère, la définition de la culture, la culture et l'identité, l'histoire de la culture berbère, les aspects de la culture berbère et l'identité berbère en Algérie. La seconde section, porte sur l'historique de la langue Amazigh qui contient les éléments suivants : langue et langage, les langues en présence en Algérie, la langue Amazigh, le statut de la langue Amazigh.



## Section 01 : L'historique de la culture berbère

### 1. La culture

*« La culture est ce qui, en l'homme, s'oppose à la nature. Dans la vie personnelle de l'individu, la nature le pousse à assouvir immédiatement ses instincts, à réaliser ses pulsions, à faire tout de suite, tout ce dont il a envie. La culture se dresse, peut-être moins contre les instincts (il y a les cultures qui les célèbrent). Que contre l'adhésion immédiate, ou par réflexion aux instincts ».*<sup>1</sup>

Il faut manger pour vivre, c'est une vérité générale. Par contre ce qu'on mange ou la manière, dépend de l'habitude, et les traditions misent en place par la société.

*« La notion de culture comprise dans le sens étendu qui renvoi au mode de vie et de pensée est aujourd'hui assez largement admise, même si cela ne va pas parfois sans contraintes ambiguïtés. Elle se révèle donc l'outil adéquate pour finir avec les explications des comportements humains ».*<sup>2</sup>

*« La culture est l'expression de la totalité de la vie sociale de l'homme. Elle se caractérise par sa dimension collective. Enfin, la culture est acquise et ne relève donc pas de l'hérédité biologique cependant, si la culture est acquise son origine et son caractère sont en grande partie inconscients ».*<sup>3</sup>

La culture est un concept polysémique, cette notion se trouve dans toutes les disciplines. En sciences humaines et sociales (Ethnologie, linguistique, sociologie, philosophie, psychologie ...etc.) c'est avant tout la culture de l'humanité, elle désigne un ensemble de caractère propre à une communauté et elle se rapporte au développement intellectuel de l'individu.

D'une manière générale, *« la culture au sens humaniste désigne un perfectionnement individuel, au sens sociologique elle définit un ensemble d'attitudes et de comportements propre à un groupe. Cependant les deux sens du mot culture se rejoignent d'une certaine façon. En effet, la culture au sens sociologique ne désigne pas l'ensemble des comportements individuels quelconques au sein d'un groupe, mais seulement ceux de ces comportements qui*

---

<sup>1</sup> THERON Michel, « **Comprendre la culture générale** », Edition Ellipses, Paris, 1998. P 7.

<sup>2</sup> CUCHE Denys, « **La notion de culture dans les sciences sociales** », Editions la découverte, Paris 1996. P 4.

<sup>3</sup> Ibid. P 16.

*sont conformes aux usages établis aux normes courantes, à ce qu'on appelle les modèles culturels* ». <sup>4</sup>

La culture est le concept clé de l'anthropologie culturelle. Elle comprend des techniques, des objets fabriqués, des procédés de fabrication, des idées, des mœurs et des valeurs hérités. Elle consiste dans les moyens traditionnels de résoudre les problèmes (...) Elle se compose de réponses qui ont été acceptées par ce qu'elles ont obtenu le succès, la culture consiste dans les solutions apprises de problèmes. <sup>5</sup>

## 2. Culture et identité

Aujourd'hui la question de l'identité renvoie fréquemment à celle de culture, ces deux notions ont en grande partie un destin lié.

*« L'identité est un construit qui s'élabore dans une relation qui oppose un groupe aux autres groupes avec lesquels il est en contact. C'est à l'œuvre pionnière de BARTH Fredrik 1969 que l'en doit cette conception de l'identité comme manifestation relationnelle, qui permet de dépasser l'alternative objectivisme/subjectivisme. Pour BARTH, c'est dans l'ordre des relations entre les groupes sociaux qu'il faut chercher à saisir le phénomène identitaire. Selon lui l'identité est un monde de catégorisation utilisé par les groupes pour organiser leurs échanges ».* <sup>6</sup>

L'identité se construit généralement au sein des échanges sociaux elle se compose de l'identité personnelle, sociale et culturelle. Cette dernière apparaît comme un élément essentiel et indispensable dans la culture en particulier.

Les notions de culture et identité *« elle ne peuvent être confondues purement et simplement à la limite, la culture peut aller sans conscience identitaire, tandis que les stratégies identitaires peuvent manipuler et même modifier une culture qui n'aura alors plus grand chose en commun avec ce qu'elle était auparavant. La culture relève en grande partie*

---

<sup>4</sup> AREZKI Dalila, « **L'identité berbère. De la frustration a la violence, la revendication, en Kabylie** », Edition Atlantica, France, 2005. P 50.

<sup>5</sup>VERDURE Christophe, « **La notion de culture-dossier la culture, reflet d'un monde polymorphe** », in : Futura Sciences. Publié le 19 mai 2003. Disponible sur le site : <https://www.futura-sciences.com/sciences/dossiers/philosophie-culture-reflet-monde-polymorphe-227/page/4/>. Consulté le 14/05/2019, à 19h25.

<sup>6</sup> CUCHE Denys, « **La notion de la culture dans les sciences sociales** », Op.cit. P 85.

*de processus inconscients, l'identité renvoie à une norme d'appartenance nécessairement consciente, car fondée sur des oppositions symboliques ».*<sup>7</sup>

*« Dans l'approche culturaliste du concept identité, l'accent est mise sur l'héritage culturel, lié à la socialisation de l'individu dans son groupe culturel d'appartenance. Ceci revient à dire qu'il va intérioriser les modèles culturels en vigueur dans le groupe et ce de façon normative dans l'approche objectiviste de l'identité, ce sont des caractères considérés comme déterminante qui permettent de la définir et de la décrire (langue, culture, religion, personnalité de base, territoire...). Dans l'approche subjectiviste, l'identité est assimilée au sentiment d'appartenance, c'est une identification à une collectivité relativement imaginaire».*<sup>8</sup>

En conclusion, la question de l'identité culturelle renvoie plus largement à l'identité sociale dont elle est une des composantes de la culture. Tout groupe et individu sont dotés d'une identité qui leur permet de se situer de chacune et de chaque société et celle de l'identité culturelle, cette dernière qui renvoie nécessairement au groupe original d'appartenance de l'individu.

### 3. L'histoire de la culture berbère

Selon, MARTINEZ- GROS Gabriel, *« les berbères sont les premiers occupants de l'Afrique du nord, ceux qui sortent de l'ombre lorsque l'écriture y apparaît, dans cette première moitié du premier millénaire avant notre ère, avec Carthage ».*<sup>9</sup>

*« Les Imazighen (singulier Amazigh) ou Berbères sont les habitants de l'Afrique du Nord dont ils forment le fondement. Objet de mythes, de légendes et d'histoires, leur origine remonte aux Proto-méditerranéens d'il y a plus de 9000 ans, ce qui fait leur unité. C'est avant tout leur langue et leur diversité culturelle, qu'ils ont entretenues, à l'image de leur*

---

<sup>7</sup> Ibid. P 82.

<sup>8</sup> AREZKI Dalila, *« **L'identité berbère. De la frustration à la violence, la revendication en Kabylie** », Op.cit. P 55-56.*

<sup>9</sup> MARTINE-CROS Gabriel, *« **Il été une fois les berbères** », dans collections 55, daté avril - juin 2012. Disponible sur le site : <https://www.lhistoire.fr/il-%C3%A9tait-une-fois-les-berb%C3%A8res>. Consulté le 26/04/19 à 12h00.*

*terre, à la fois africaine et méditerranéenne. (...) la langue berbère afro-asiatique a survécu à bien des langues antiques comme le grec, le phénicien, le latin ou l'égyptien ».*<sup>10</sup>

La culture berbère était toujours présente depuis les siècles passés, elle a fait face à plusieurs civilisations, mais elle a toujours gardé ses traditions, ses valeurs à travers les siècles passés.

Chaque civilisation a sa propre culture et traditions, la langue berbère a pu garder sa culture, malgré l'affrontement avec les autres civilisations.

Au 3<sup>em</sup> siècle avant notre ère émerge le royaume de Numidie sur le territoire de l'Algérie qui affirme sa puissance avec l'alliance avec Rome, contre Carthage sous le règne de MASSINISSA, dont sa première capitale est Cirta, l'actuelle Constantine.

En 218-202 avant J.-C. fut la seconde guerre punique c'est l'occasion pour MASSINISSA d'agrandir son territoire qui s'étendit du nord de la Tunisie et de l'est de l'actuelle Algérie. Ces pouvoirs se maintiennent jusqu'en 46 avant J.-C. quand la Numidie devient une province romaine.<sup>11</sup>

## **4. Les aspects de la culture berbère**

### **4.1. Cadre géographique**

On parle d'amazigh dans un espace africain entre l'océan atlantique, la méditerranée et le tropique du cancer. Parmi les pays où l'en trouve plus les amazighs ;

Au Maroc, on estime 80% d'amazigh, c'est le pays qui semble contenir plus d'Amazigophones de la population.

En Algérie, les amazighs s'identifient eux même par le nom de leur groupe kabyle, Touareg, Chaoui, Mozabites ..., la Kabylie est la région la plus importante dans l'Algérie puisque en trouve les deux tiers des amazighs, le têt d'amazighs estimé est de 60%.

En Libye, ils sont estimés par le congrès mondial amazigh de 45%.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Jardin Majorelle, « **Introduction a la culture berbère** ». Disponible sur le site : <https://nezhatamazight.wordpress.com/introduction-a-la-culture-berbere/>. Consulté le 26/04/19 à 13h15.

<sup>11</sup>MARTINEZ-GROS Gabriel « **Il été une fois les berbères** », Op.cit. Consulté le 26/04/19 à 12h.

<sup>12</sup> SERIAK Lahcène , « **Identité amazigh** », Corpus et bibliographie. Algérie, 2002. P 32- 33- 34-35 -36.

En Tunisie, par rapport aux autres pays de l'Afrique du nord, les amazighs sont en voie de disparition, selon HOUEVILLE Monia, y a un manque d'étude sur la culture berbère tunisienne 10% de la population totale sont d'origine berbère contrairement à l'Algérie et au Maroc qui ont plus de pourcentage qui est estimé par le congrès mondial amazigh. En Tunisie (Djerba, Matmata, Tataouine, Médenine, Kebili, Tozeur) se sont les villes où se trouvent les berbères qui vivent en communauté... l'identité amazighe en Tunisie est hétérogène un manque de soutien de la part de l'autorité.<sup>13</sup>

À travers l'histoire et les barrières géographiques qui ont créé plusieurs dialectes et variantes dérivées qui ont attribué au changement et à la transformation et à la création du parler berbère. Ce dernier au fil du temps et aux répartitions géographiques a fait naître des dialectes actuelles et la différenciation entre les tribus qui avaient un seul parlé à l'antiquité.

De ce fait, la répartition géographique due aux guerres et à revendications politiques passées a joué un rôle important dans la transpiration des berbères par tout dans l'Afrique du nord.

Selon l'article publié sur amazigh 24, il existe 100 millions d'Amazighs (Berbères) dans le monde. Soit 55 millions d'Amazighs amazigh-phones.<sup>14</sup>

Les amazighs sont repartis partout dans le monde dans les pays d'accueil, y a ceux qui parle toujours la langue amazigh et d'autres qui sont arabisés.

## 4.2. Le cadre culturel

### 4.2.1. Le tiffinagh

Le tiffinagh est l'écriture antique des berbères (amazighs) c'est un alphabet consonantique que les touareg utilisent encore de nos jours. Il date d'après l'hypothèse de GABRIEL Camps depuis le 6<sup>em</sup> siècle avant J.C les anciennes inscriptions qui sont au nombre de plus 1200, relevées au Sahel, en Afrique du nord et aux îles canaries sont rédigées dans cet alphabet qu'on appelle aussi le libyque.

---

<sup>13</sup> MOUEVILLE Monia, « Stratégies identitaires de conservation du patrimoine amazigh en Tunisie », publié le 30/09/18. Disponible sur le site (<https://www.tunisie-berbere.com/strategies-identitaires-de-conservation-du-patrimoine-amazigh-en-tunisie/>). Consulté le 26/04/19 à 14h30.

<sup>14</sup> ARRAMI Stéphane, « **100 millions d'Amazighs dans le monde** », amazigh 24. consultant SEO formateur, 2019-2013, publié le 18 octobre 2017. Disponible sur le site : <https://amazigh24.com/guide/100-millions-damazighs-dans-le-monde>. Consulté le 15/05/19 à 16h50.

Les spécialistes désignent entre trois variables de tiffinagh :

Le tiffinagh oriental, le tiffinagh occidental et le tiffinagh saharien. Ce dernier est le seul qui a survécu aux aléas du temps et de l'histoire.<sup>15</sup>

D'après l'histoire des berbères, l'écriture berbère a été apparue à la 1<sup>ère</sup> avant J.-C. dans l'époque amazigh. Dès l'Antiquité les amazighs utilisent cette inscription de l'alphabet pour s'exprimer, mais beaucoup plus utiliser dans la poésie.

#### 4.2.2. La poésie

La poésie a toujours occupé une grande place dans les sociétés Amazighes avant l'avènement du protectorat et pendant son instauration.

Étymologiquement parlent L'izli veut dire (le fluide), comme terme générique, il désigne tout courant poème, avec la particularité d'être un poème de deux vers.

Il y a deux types de poésie, traditionnelle et contemporaine ; la poésie traditionnelle (orale) est plus descriptive, elle est liée aux sujets qu'elle aborde. Une (tamedyazt), le long poème ou l'on invoque Dieu et sa miséricorde. Tant dit que la poésie contemporaine (écrite) aborde des sujets liés surtout à la politique.

Malheureusement Imazighens n'ont presque rien gardé de leur histoire poétique antique. Ils ont souvent écrit leur poème dans les langues dominantes tel le grec, le latin et l'Arabe dès le moyen âge.<sup>16</sup>

#### 4.2.3. L'architecture berbère

En Algérie il existe des monuments très connus, des merveilles qui méritent d'être classées dans les œuvres des berbères de l'antiquité.

Les berbères de l'antiquité ont battu des demeures traditionnelles originales ; des ksour et des kasbah. Parmi les monuments connus en Algérie celui situé à Tipaza le mausolée royal de Maurétanie « *appelé autrefois tombeau de la Chrétienne, appellation reprenant le nom local "qbar al Rumia"(...), ce sont les traverses des portes des fausses*

---

<sup>15</sup> GUIVARCH Cécile et IKEN Ali, « **de l'oralité à l'écriture- introduction a la poésie amazigh** », publié en : septembre 2005, disponible sur le site : ([www.francopolis.net/vues/presentationpoesieamazigh.htm](http://www.francopolis.net/vues/presentationpoesieamazigh.htm)). Consulter le 15/05/19 à 18h00.

<sup>16</sup> Ibid.

*portes de pierre du monuments ,qui imitent les traverse en forme de croix des portes en bois(...),le monument a pris le nom de mausolée royal de Mauritanie à l'Independence ».<sup>17</sup>*

Les berbères parfois étaient influencés par l'art grec et latin à l'époque mais ils ont toujours gardé la culture berbère dans leurs monuments.

#### 4.2.4. Le tatouage

Étymologiquement le mot vient du tahitien TATU, qui signifie marquer, dessiner ou frapper et dérivé de l'expression « ta-atouas »

À la fin des années 1700, le mot sera francisé par le docteur BECHRON pour la première fois.

Le peuple berbère connaissait également cette pratique dite « TICHERET », ou « WACHEM ». C'est l'un des plus anciens rites de la culture berbères, particulièrement chez les femmes kabyles, sur plusieurs partie du corps ; le visage (le front, les joues, le montons), les mains, les jambes, le ventre et les cuisses <sup>18</sup>

De nos jours les tatouages sont un fait qui est interdit dans la religion islamique, après l'arabisation des berbères, on trouve les femmes âgées qui ont toujours ces traces sur elle dans les tribus des villages situés dans les montagnes plus que d'autres.

Auparavant les anciens fessaient les tatouages avec le carbone noir au encore des herbes, plusieurs techniques sont misent en place .contrairement à l'époque actuelle au le monde a développé de nouvelles stratégies et outils dans tous les domaines.

Le tatouage de nos jours est devenu un art dans certaines sociétés, il a été mis en place grâce à une aiguille placée dans une machine à tatouer.

#### 4.2.5. Yennayer

*« Yennayer s'apparente au terme latin Enneyer (janvier). Il est le plus utilisé dans l'univers culturel berbère, même si le Kabyle à tendance à employer parfois « ixf u segwas »*

<sup>17</sup> AIT-LARBAS, « **Les monuments de la tradition berbères (1<sup>er</sup> partie)** », publié le : 30/08/2007. Disponible sur le site : (<https://www.depechedekabylie.com/evenement/44686-les-monuments-de-la-tradition-berbere-1re-partie/>). Consulté le 16/05/19 à 15h00.

<sup>18</sup> [HADDADT](#), « **Le tatouage berbères au-delà de l'aspect esthétique, mémoire du corps** », publié le 29/11/2018. Disponible sur le site : (<https://masterccs.hypotheses.org/9654>). Consulté le 16/05/19 à 15h30.

*(le début de l'année) ou encore « tabburt u segwas ». Ce mois marque les débuts du solstice d'hiver. Le soleil entame sa remontée. Les jours encore très froids se rallongent et instaurent l'espoir d'une meilleure année. Il est ritualisé d'une manière assez significative ».<sup>19</sup>*

Yennayer, la tradition des berbères selon leur calendrier, la célébration du nouvel an amazigh ce jour correspond au 12 janvier du calendrier grégorien, une tradition et au même temps une pratique culturelle. Cette occasion est célèbre par un repas qui la représente « IMENSI N YENNAYER », le couscous accompagné d'une viande séchée qu'en appel « ACEDLUH ».

Chaque village ou chaque tribus a une façon d'accueillir ce nouvel an chez nous les kabyles ou les Chaoui cette occasion dure 03 jours, les anciens berbères étaient croyants ils fêtaient cette cérémonie en toute croyance et leur action été Beni-dites.

#### 4.2.6. Le printemps berbère

SERVIER Jean (traditions et civilisation berbères) a évoqué un nombre de coutume dans la Kabylie parmi elles ; Le printemps, tafsut, qui vient du mot FASA-AFSOU, qui marque la renaissance de la nature qui incite un travail des champs.

Le dieu qui commande cette saison est appelé YDER et il est celui qui donne la vie. Le 1<sup>er</sup> mars été considéré comme le premier jour de l'an, il est fêté par un plats en herbe et le couscous cuit à la vapeur, « SEKSOU-UDERYIS » et des œufs cuits dans la vapeur.

Le lendemain les femmes préparent SFINDJ pour l'emporter aux travailleurs au champ. Les femmes mangent les œufs cuits dans la vapeur du couscous et des herbes pour assurer leurs beautés physiques.<sup>20</sup>

Chaque région est différente, il y a des villages qui préparent ce plats d'herbe le même jour du premier mars pour célébrer l'arrivée du printemps d'autre le célèbre tout au long du mois de mars. Aujourd'hui cette tradition est pratiquée par quelques-uns et oubliée par d'autres.

<sup>19</sup> BOUMEKLA Madjid, « **Yennayer : les mille rites** », publié Le 10/02/2006. Disponible sur le site : <http://amazighblog.over-blog.com/article-1835206.html>. Consulté le 16/05/2019 à 16h10.

<sup>20</sup> GAID Mouloud, « **Les berbères dans histoire** » 2<sup>ème</sup> Edition MIMOUNI, Alger, 2009. P 215.



#### 4.2.7. Le mariage des berbères

Le mariage kabyle est une tradition remplie de mystère, autrefois, quand un jeune homme désire se marier, sa mère rend visite à un marabout, celui-ci lui prépare une amulette. Le jeune homme se présente chez la famille de la fille en portant l'amulette, ou encore une autre tradition dans le même sujet, le jeune homme doit accomplir une mission sans être surpris par la famille de la jeune fille. Cette tâche est de sacrifier un mouton sur le seuil de la porte de la maison de la jeune fille, s'il réussit, il sera accepté par la famille de la fille.<sup>21</sup>

Ce qui fait le charme du mariage berbère qui est aujourd'hui traditionnel et moderne à la fois sont toutes les coutumes inspirées de valeurs amazighes qui sont hospitalité, la solidarité et la convivialité.

Les berbères sont transpercés par tout dans le monde et chaque tribu au village comment il gère les fêtes de mariage les traditions change d'un village à un autre.

Chez nous en Kabylie d'après ce que racontent les femmes âgées, les mariages en ceins durés une semaine, sept jours. Un mariage est considéré comme un festival.

Le cortège de la mariée est constitué des femmes qui l'accompagnent à sa nouvelle demeure, celle-ci est portée sur un âne ou sur un mulet, contrairement à nos jours, les femmes tout au long du trajet chantent, on appelle leur chant ASVUG.

### 5. L'identité berbère en Algérie

La question berbère en Algérie, nous amène vers ce qui fut appelé : « la crise berbère de 1949 ».

La crise dite berbère de 1949 est une date importante dans l'histoire nationale. Cette crise « s'étale en réalité du mois d'Août 1948 à Janvier 1950 et ses racines plongent jusqu'au 1930, où le conflit entre nationaliste – révolutionnaires (Amar Imache) et Messali Hadj)

---

<sup>21</sup> AZITITOU, « **Le mariage traditionnel de Kabylie, l'Algérie, ses coutumes, sa culture et ses traditions** », Publié le 2juin2009. Disponible sur le site : (<https://azititou.wordpress.com/2009/07/02/le-mariage-traditionnel-de-kabylie>) .Consulté le 16/05/19 à 17h20.

*nationaliste d'inspiration arabo-musulmane dessine un clivage net entre kabyles et arabes au sein des instances dirigeantes du PPA ».*<sup>22</sup>

Elle a été provoquée par une falsification de l'histoire par le bureau politique « PPA-MTLD » qui a écrit dans un mémorandum adressé à l'ONU fin de 1948 « l'Algérie est une nation arabe et musulmane depuis le 7<sup>ème</sup> siècle » s'inscrivant ainsi le moule de l'arabisme et du nationalisme arabe.

La crise berbère a été un premier pas pour le début d'un militantisme pour cause identitaire appelée « la cause berbère », c'est la première fois dans l'histoire du mouvement national que les berbères réclament la reconnaissance de leur identité linguistique et culturelle et la volonté de conquérir leur histoire.

Donc, le refus d'une Algérie Algérienne par les militants du « PPA-MTLD », a été l'un des éléments déclencheurs de cette crise d'identité nationale en particulier l'identité de la Kabylie.

Après la crise berbériste de 1949 et l'arrivée de la guerre il n'y avait plus d'expression politique du courant berbériste, et après l'indépendance Algérienne, il y a eu l'instruction du FFS 1963 qui avait un impact sur les kabyles. Puisque la Kabylie été une région agressée.

Après que le régime Algérien a réussi de créer un climat de peur chez les kabyles, et le président Boumediene avait interdit de prononcer le mot « kabyle », les événements de 1980 où ce qui fut appelé le « printemps berbère » ont marqué les revendications historiques d'ordre identitaire des Kabyles, ces événements ont été l'indice d'une expression autonome, c'est une contestation politique et populaire contre le pouvoir, pour défendre la langue et l'identité berbère.

*« Le printemps berbère de 1980 relève surtout que la jonction est établie entre les intellectuels militants et la masse populaire Kabyle. Que l'action des groupes qui se sont constitués à Alger en immigration à partir des années 1965, correspondait à une réelle*

---

<sup>22</sup> CHAKER Salem, « Imazighen Ass-a : berbère dans le Maghreb contemporaine », Édition Bouchène, Saint-Denis, 1990. P 22.

*aspiration populaire, que leur travail a eu en retour, un impact profond dans la société Kabyle* ». <sup>23</sup>

*« Depuis 1980, les revendications culturelles et démocratiques ainsi que les revendications des femmes, de la jeunesse et des travailleurs n'ont pas eu tendance à diminuer mais constamment sont relancées, ce sont-elles qui ont notamment données lieu à la fondation de la ligue Algérienne des droits des humains des collectifs, des femmes Algériennes et de l'association des enfants de Chouhada ».* <sup>24</sup>

En 1988, Tamazight a été revendiquée, ainsi la liberté d'expression et le mouvement berbériste ont pu acquérir des certaines de concessions.

*« Lors des accords du 22 avril 1995 entre la présidence de l'état et une aile du mouvement culturel berbère, la question du statut de la langue a été habilement contournée par le pouvoir. Et si la création d'un haut-commissariat à l'Amazighité (à l'issue de ces mêmes négociations) avait pu susciter quelques illusions, la condition 1996 est venue les dissiper ».* <sup>25</sup>

Une autre fois, une violence commise contre le peuple Kabyle en 2001. Cette année qui a marqué les événements du printemps noir de 2001 en Kabylie où de nouvelles questions identitaires et d'autres revendications sociales politiques et économiques ont été revendiqués par les manifestants dans les rues des régions Kabyles, ces évènements ont connu une structuration et organisation citoyenne très importante, dont le but est la satisfaction des revendications que les pouvoirs publics ont prêté plus d'attention à la question identitaire.

En conclusion, depuis l'année 1949 remonte « la crise berbériste », la population berbérophone lutte pour sa reconnaissance et son identité culturelle et berbère.

<sup>23</sup> CHAKER Salem, « **Imazighen Ass-a : berbère dans le Maghreb contemporaine** », Op.cit. P. 29

<sup>24</sup> OUERDANE Amar, « **La question berbère dans le mouvement national Algérien, 1926-1980** », Édition Épigraphie, Alger, 1993. P 202.

<sup>25</sup> ABROUS Dahbia et CLAUOT-HAWAD, « **Imazighen du nord au sud : des ripostes différentes à une même négation** », CNRS Éditions, Paris, 1999. P 97.

## Section 02 : l'histoire de la langue Amazigh (berbère)

### 6. Langue et langage

#### 6.1. La langue

DE SAUSSURE Ferdinand a créé la théorie de structuralisme pour distinguer entre la notion langage et langue selon lui ; « *La langue désigne un outil permettant de communiquer, elle n'est pas commune à tous les êtres humains. Mais seulement à un groupe de personne elle nécessite un apprentissage et s'acquit au fur à mesure de sa vie. Elle est souvent associée à une nation ou une réalité géographique* ». <sup>26</sup>

#### 6.2. Langage

« *En tant que système universel, est une abstraction par rapport aux données immédiates que fournit l'observation des humains en train de communiquer ce qui apparaît immédiatement ,c'est le fait que les individus parlent dans une langue, et que les langues différentes entre elles en fonction de la localisation géographique* ». <sup>27</sup>

La diversité des langues se constate aussi dans les différentes utilisations des mots d'une langue à une autre. On peut trouver l'utilisation du même mot, mais à un autre sens qui diffère qui a pour cause l'une des deux langues. L'une d'elle est l'origine de l'autre.

Le langage est quelque chose de naturel, il désigne une capacité tandis que la langue s'acquit au long de la vie. Leur objectif commun est de communiquer et de se faire comprendre.

« *Les deux processus, évolution des langues et celle des espèces sont graduels(...) certaines langues comme certaines espèces vivantes se sont éteintes, une fois éteinte une langue ne réapparaît jamais* ». <sup>28</sup>

L'élément essentiel est la variation des individus, autrement dit le lexique évolue à travers le temps.

---

<sup>26</sup> « **Langage, langue, parole - Bienvenue dans la Boîte à Saussure** », Edition 2018 la boîte à Saussure. Disponible sur le site : [http://laboiteasaussure.fr/langage\\_langue\\_parole.htm](http://laboiteasaussure.fr/langage_langue_parole.htm). Consulté le 9/04/19 à 16:55h.

<sup>27</sup> DESSALES Jean-Louis, « **Aux origines du langage, une histoire naturelle de la parole** », Edition hermès, Paris, 2000. P 36.

<sup>28</sup> Ibid. P 40.

On peut la qualifier comme une culture qui est acquise à travers le temps. Chaque génération approuve une idée et la génération qui la succède essaye de prolonger et d'apporter du nouveau à l'enseigne.

- **Le dialecte**

*« La notion dialecte est un concept central dans la tradition berbère. Dialecte signifie simplement variante régionale la langue ».*<sup>29</sup>

Le dialecte est une langue mais il est parlé par un groupe restreint de personnes.

Une langue est souvent associée à une nation ou une région, à travers l'écoute de celle-ci on peut la distinguer par rapport aux autres. Ils existent différents types de langue : nationale, officielle, maternelle...etc.

- **La langue nationale**

*« C'est la langue de la nation ou du peuple, c'est-à-dire reconnue comme langue nationale, par les états, mais aussi dans certains cas par les autorités ou représentants de communautés s'estiment colonisés par d'autre nation. Elle a pour vocation par son utilisation hégémonique dans le pays de souder l'unité nationale .elle est donc l'élément constitutif de l'identité nationale ».*<sup>30</sup>

- **La langue officielle**

*« Elle est nommée ainsi souvent la langue apportée par le colonisateur et qui est parlée et écrite seulement par une élite intellectuelle et politique du pays, utilisée pour les actes officiels du pays et l'enseignement surtout supérieure. À cause de la multiplicité des langues vernaculaires utilisées dans le pays ».*<sup>31</sup>

La langue nationale et la langue officielle sont deux notions différentes chacune a son but, la langue nationale l'identité du peuple beaucoup plus, tandis que la langue officielle est pour l'usage public tout ce qui a une relation avec les lois.

<sup>29</sup> CHAKER Salim, « **Dialecte** », in : encyclopédie berbère. Disponible sur le site : (<https://journals.openedition.org/encyclopedieberbere/2252>). Consulté le 18/05/19 à 14h30.

<sup>30</sup> BOUDRAS-CHAPON Valentin, « **Langue nationale, langue officielle, langue vernaculaire, langue véhiculaire, langue maternelle** », publié le 7 octobre 2008. Disponible sur le site : (<https://ripostelaique.com/Langue-nationale-langue-officielle.html>). Consulté le 18/05/19 à 15h00.

<sup>31</sup> Ibid.

Ainsi, le Président de la République Algérienne Démocratique et populaire, Abdelaziz Bouteflika, le 12 mars 2002 dans le discours prononcé à la nation, consacré constitutionnellement Tamazight comme langue nationale : « *La langue amazighe est reconnue constitutionnellement comme langue nationale sans qu'un référendum soit nécessaire* ». <sup>32</sup>

- **La langue maternelle**

« *La langue apprise en premier par l'enfant, rare sont les vrais bilingues (mais il y'en a qui assimilent en même temps deux ou même plusieurs langues grâce à leur entourage parental. Il peut bien sûr s'agir de la langue nationale, de la langue officielle...* ». <sup>33</sup>

## 7. Les langues en présence en Algérie

L'Algérie offre un paysage linguistique riche et varié, par une coexistence de plusieurs langues, le berbère ou (le Tamazight) avec toutes ses variétés, l'arabe dialectal ou (l'arabe Algérien), l'arabe classique, mais aussi le français qui est la première langue étrangère.

### 7.1. La langue berbère

La langue berbère, ou Tamazight est présente depuis le Maroc jusqu'à l'Égypte, en passant par l'Algérie, la Tunisie, le Mali, le Niger et la Libye.

Les pays qui comptent le plus de la population berbérophone sont l'Algérie et le Maroc. La langue berbère, est la langue maternelle du pays Algérien.

Selon CHAKER Salem, « *en Algérie la principale région berbérophone c'est la Kabylie. D'une superficie relativement limitée mais très densément peuplée, la Kabylie compte à elle seule probablement plus de deux tiers de berbérophones Algériens. Les autres groupes significatifs berbérophones sont : les Chaouïa de L'Aurès (...), le Mzab (Ghardaïa et*

<sup>32</sup> DOURARI Abderrezak, « **Tamazight langue nationale en Algérie: États des lieux et problématique d'aménagement** », Sidi Fredj : acte du premier colloque sur l'aménagement de Tamazight, 05, 07 décembre 2006. P44. Disponible sur le site : ([https://www.academia.edu/1645765/Tamazight\\_langue\\_nationale\\_en\\_Al% C3%A9rie\\_Etats\\_des\\_lieux\\_et\\_probl% C3%A9matique\\_dam% C3%A9nagement](https://www.academia.edu/1645765/Tamazight_langue_nationale_en_Al% C3%A9rie_Etats_des_lieux_et_probl% C3%A9matique_dam% C3%A9nagement)). Consulté le 18/05/19 à 16h00.

<sup>33</sup> BOUDRAS-CHAPON Valentin, « **Langue nationale, langue officielle, langue vernaculaire, langue véhiculaire, langue maternelle** », Op.cit. Consulté le 18/05/19 à 15h00.

*les autres villes Ibadites) (...), il existe de nombreux autres berbérophones en Algérie mais il s'agit toujours de petits îlots résiduels, ne dépassant pas dans les meilleurs de cas quelques dizaines de milliers de locuteurs : Ouargla, Ngouça, Gourara, Sud-oranais, Djebel Bissa, Chenoua... ».*<sup>34</sup>

La langue berbère en Algérie donc, se présente sous la forme de dialectes (variétés régionales), répartis sur plusieurs aires géographiques.

En ce qui concerne le nombre de locuteurs berbérophones, il n'ya pas de chiffre précis vu l'absence de statistiques fiables.

La langue Tamazight, se compose de plusieurs dialectes qui assurent son existence jusqu'à nos jours qui sont :

- Le kabyle : dont il couvre une grande partie du centre du pays, utilisé dans le nord du pays principalement dans ces trois wilayas : Tizi-Ouzou, Bejaia, Boumerdes, et Bouira.
- Le Chaoui : il couvre une partie de l'est de pays, parlé par la population des Aurès.
- Le Mزاب : pratiqué par les mozabites, il couvre le nord du Sahara Algérien dont la principale ville Ghardaïa.
- Le Tergui : pratiqué par les Touaregs, il couvre le sud du pays plus particulièrement les Touaregs qui vivent au Hoggar et au Tassili.

## 7.2. L'arabe

La langue arabe occupe un statut de langue nationale et officielle dès l'indépendance, elle manifeste sous trois variétés différentes.

### 7.2.1. L'arabe dialectale

L'utilisation de cette langue se diffère d'une région à l'autre, elle est la langue maternelle pour une partie de la population Algérienne.

*« D'autant que l'Arabe dialectale algérienne la langue maternelle de la grande majorité des locuteurs, est devenue depuis 1988 l'outil de communication même du pouvoir*

---

<sup>34</sup> CHAKER Salem, « Imazighen Ass-a : berbère dans le Maghreb contemporaine », Op.cit. P 01.

*qui se plaisait jusque-là dans l'utilisation d'une langue arabe classique, châtiée, très éloignée de la population ».*<sup>35</sup>

### 7.2.2. L'arabe classique

C'est une langue qui n'est pas employée pour la communication et les échanges de la vie quotidienne mais plutôt elle se limite aux échanges officiels, et formels (éducation, justice, politique). C'est une langue officielle de l'état Algérienne, et aussi la langue de l'islam et du livre sacré « le Coran » étant donné que l'Algérie est un pays arabe musulman.

*« C'est la langue que l'état s'efforce d'imposer depuis l'indépendance de l'Algérie (1962). Ayant adhéré depuis cette date à la ligue arabe, les dirigeants Algériens se sont empressés d'affiner l'arabité de l'Algérie, se gardant bien toutes fois de faire figurer dans les principes généraux régissant de la société Algérienne ».*<sup>36</sup>

### 7.3. La langue française

C'est une langue imposée par le colonisateur français durant sa présence en Algérie. C'est la 1<sup>ère</sup> langue étrangère de l'Algérie après la promulgation de la politique d'arabisation visant à généraliser la langue Arabe.

Elle est présente dans différents domaines de la vie quotidienne des Algériens, elle est enseignée à partir de l'école primaire et constitue la langue d'enseignement des filières scientifiques et elle occupe une place importante dans les médias écrits et audiovisuels.

## 8. La langue Amazigh (berbère)

*« L'appellation berbère a été utilisée en premier lieu par les romains pour désigner les habitants de l'Afrique du nord dont ils ne comprenaient pas la langue de Rome. Le terme a subi des modifications phoniques à travers le temps pour arriver enfin à berbère. Appellation qui désigne les habitants et le parler de l'Afrique du nord. Les berbères préfèrent*

---

<sup>35</sup> QUEFFELEC A., BENZAKOUR F., CHERRAD BENCHEFRA, « Le français en Algérie : lexique et dynamique des langues », édition Duc, Paris, 2002. P 33.

<sup>36</sup> CHERIGUEN Foudil, « politiques linguistique en Algérie », In : mots, N° 52 septembre 1997. PP 62- 63.



*utiliser l'appellation tirée de leur propre langue IMAZIGHENE pluriel AMAZIGH qui signifie homme libre ».*<sup>37</sup>

Selon le poète latin, OVIDE, les anciens habitants du Maghreb étaient appelés BARBARE. À travers son évolution le mot Barbare est devenue Berbère en Français, Berber en Anglais, Berberish en Allemand, Bereber en Espagnol. Seul l'arabe a gardé le même mot pour désigner le Barbare et le Berbère ;( AL Barbar, la Barbarie). Et la langue berbère AL Barbaria.

Les premières formes du mot berbère dans la langue française commencent au 16<sup>em</sup> siècle, et dont le 18<sup>em</sup> siècle se fixe l'orthographe berbère.

Aujourd'hui, ces mots ; AMAZIGHOPHONIE, AMAZIGHOPHONIE, AMAZIGHITE, AMAZIGHITUDE sont entrés dans l'usage de la langue française.<sup>38</sup>

Le terme berbère la langue et le terme berbère les hommes libres pousse à la dérivation des sens. Les linguistes d'Europe appellent le berbère par « chamito-sémitique », ou encore avec l'Égyptien et avec des langues d'Éthiopie.<sup>39</sup>

Selon la théorie généalogique, les langues apparentées sont issues d'une langue commune ; qui se sont évaluées et données naissance à des langues distinctes que même celle-ci se sont différenciées.<sup>40</sup>

La langue berbère a été écrite plusieurs siècles avant notre ère, et avait un alphabet du plus vieux du monde. Depuis l'Antiquité les seules manifestations écrites de la langue berbère

<sup>37</sup> AZZOUG Zakia et AZZOUG Sabrina, « **Statut des langues et représentation en Kabylie, le français face à l'officialisation de Tamazight** », Mémoire de master, option science du langage, Université Abderrahmane Mira Bejaia, faculté des lettres et des langues, département de français, directeur de recherche M.HEDDAD Mohand. 2016/2017. P 20.

<sup>38</sup> HADDADOU Mohand-Akli, « **Défense et illustration de la langue berbère suivit de l'apport des berbères a la civilisation universelle** », Edition Epigraphe 1990. P 7-8-9.

<sup>39</sup> GALAND-PERNET Paulette, « **Littérature berbère des voix des lettres** », Edition Presse universitaire de France, Paris, 1998. P 5.

<sup>40</sup> HADDADOU Mohand-Akli, « **Défense et illustration de la langue berbère suivit de l'apport des berbères a la civilisation universelle** », Op.cit. P 13.

restent des utilisations officieuses et limitées. Les berbères commencèrent à perdre l'usage de leur écriture à partir de l'invasion arabe et l'islamisation du Maghreb.<sup>41</sup>

Le terme berbère a connu une émergence totale à travers le siècle passé. Dans l'Antiquité ce sont les grec et les latin qui donnent des appellations au berbère, après cela l'arrivée d'autre civilisation et d'autre langues comme l'arabisation et l'islamisation ; des langues importées par des nations qui ont occupé notre pays.

Les arabes et les islamistes ont eu de l'influence sur les berbères et le pouvoir, qui a été utilisé pour des fins politiques dans l'aspect que c'est la langue de l'islam.

#### ❖ Les variantes de la langue berbère

*« Aujourd'hui la langue berbère est encore parlée, sous différentes formes, dans plusieurs pays africains et méditerranéens peut citer l'Algérie, le Maroc, la Tunisie, le Niger, le Mali, la Libye..., En Algérie la langue berbère connaît plusieurs variantes entre lesquelles l'intercompréhension n'est pas toujours facile. Le kabyle au nord du pays (Algérois, Kabylie), le Chaoui dans le constantinois, le mozabite au sud du pays dans la région du Mzab, le touareg extrême au sud dans le désert et quel que autres parler résiduels à Cherchell, Tiaret et Ouargla ».*<sup>42</sup>

L'Algérie sur le plan sociolinguistique, est un pays plurilingue, l'évolution de l'opinion publique a permis à l'Algérie de s'évoluer, elle continue toujours d'utiliser la langue de l'ex puissance coloniale.

Cependant la question de la langue ou du parler est différente des années 1962. Actuellement, il y a la liberté d'expression, avec les différentes langues qui existe en Algérie (l'Arabe, le français, le tamazight).

L'Algérie a vu le passage d'une série d'invasion et de multiples civilisations et populations ; (berbère, romains, turques, arabe, françaises...) le champ linguistique algérien se trouve partagé entre les différentes variantes.

---

<sup>41</sup> CHELLI Amirouche, « Manuel didactico-pédagogique d'initiation à la langue berbère de Kabylie », Op.cit. P 60.

<sup>42</sup> Ibid. P 61.

Tableau N° : 06

➤ Les variantes de la langue berbère <sup>43</sup>

Pays	Maroc	Algérie	Tunisie	Libye	Niger	Mauritanie	mali
Appellation	Amazigh	kabyle	Amazigh	tamacheq	Amazigh	Zenaga	Tamajeq Kidal
Variétés	Tachelhit	Kabyle	Chaouia	nafusi,	tamajaqt	Zenaga	tamajaq,
Linguistique	Tamazight	Chaoui	Nafusi	tamahaq,	ayart		tamasheq
	Tarifit	Tamazight	senedgha	ghadamès	touareg		
	ghomara	Hassaniyya	damès	sawknah			
		Tumzabt		awjilah			
		Taznatit					
Population	15-20 million	12-15 Million	100000	220000 (envir)	720000	200	440000 (envir)

<sup>43</sup> « **Les berbères en Afrique du Nord** », disponible sur le site :

[http://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/berberes\\_Afrique.htm](http://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/berberes_Afrique.htm) . consulté le 18/05/2019 à 17h30h

## 9. Le statut de la langue Amazigh (berbère)

« La langue berbère comme l'Arabe dialectal a subi l'impact de la politique d'arabisation qui tend à promouvoir et généraliser l'utilisation de la langue arabe classique dans le but d'une unification nationale. Selon T.ZABOUB, (1989 p50) ; le berbère n'a jamais Beni fessier ni de mesures administrative ou politiques, ni de condition matérielles pouvant favoriser son développement ». <sup>44</sup>

Aussi dans le domaine de l'éducation, le berbère n'était pas une langue officielle, ce qui a poussé les berbérophones à revendiquer sur ce statut officiel pour leur langue.

L'enseignement colonial a été institutionnalisé dans l'Algérie en 1880, à l'école supérieure des lettres, devenu plus tard faculté des lettres d'Alger ; BOUZAREAH. Malheureusement cette chaîne fut interrompue après l'indépendance jusqu'à la réforme de 1972. Un brevet de langue kabyle fut créé en 1885 et un diplôme de dialecte berbère en 1887.

Le Maroc lui aussi a connu le même sort que l'Algérie, 1912 avec la mise en place de l'institut des hautes études marocaines à rabat 1920, cet institut disparaît 1959.

Par contre en Tunisie de 1881 à 1956, la France n'avait rien institué.

En France depuis 1913, l'institut national des langues et civilisation orientale, (berbère) est en cour de recherches et d'apprentissage sur les différentes langues et variantes kabyle, touareg et cheleuhe. Actuellement le centre est rattaché à L'INALCO et dirigé par le professeur SALEM-CHAKER depuis sa création en 1990. <sup>45</sup>

Le gouvernement algérien après l'indépendance a mis à la place de la langue française la langue arabe comme langue nationale de l'Algérie, non pas la langue parlée mais la langue arabe standard. Ce fut la politique d'arabisation en laissant de côté les autres variantes qui existent en Algérie.

---

<sup>44</sup> AZZOUG Zakia et AZZOUG Sabrina, « **Statut des langues et représentation en Kabylie, le français face à l'officialisation de Tamazight** », Mémoire de master, Université Abderrahmane mira Bejaia. L'année de Soutenance 2017. P 20-21.

<sup>45</sup> CHELLI Amirouche, « **Manuel didactico-pédagogique d'initiation à la langue berbère de Kabylie** », Op.cit. P 63-64.

Depuis l'année 1988, l'Algérie est entrée dans le pluralisme politique et une tolérance culturelle. De ce fait des associations de défense et de promotion de la langue et de la culture tamazight dans toutes les régions berbérophones ont fait leurs apparitions.

L'association la plus importante M. C. B le mouvement culturel berbère qui revendique ; la constitutionnalisation de la langue berbère. Grâce à cette revendication deux départements de la langue et de la culture amazighs sont créés.<sup>46</sup>

*« Suite à une revendication identitaire, culturelle et linguistique du peuple berbère portée principalement par la Kabylie depuis le début du siècle dernier caractérisé par le printemps berbère de 1980, le boycott scolaire de 1994/1995 et le printemps noir sanglant 2001, le pouvoir Algérien s'est vu contraint d'introduire la langue berbère dans l'enseignement à la rentrée scolaire de 1995. Inscrire l'Amazighité (la berbérité) comme valeur fondamentale de l'identité Algérienne aux côtés de l'arabité et de l'islamité dans la construction de 1996 demander cette dernière par voie parlementaire au mois d'avril 2002. Pour reconnaître le statut de la langue nationale ».*<sup>47</sup>

Après une lutte la population berbère d'Algérie a réussi de mettre le tamazight comme langue officielle, parlée par environ 10 millions de personnes, soit le quart de la population du pays d'Afrique du Nord.

En 1996, l'amazighité avait été reconnue dans la nouvelle constitution comme composante de l'identité nationale aux côtés de l'arabité et de l'islamité. En 2002, elle avait été reconnue comme deuxième « langue nationale » sur décision du président Abdelaziz Bouteflika.

---

<sup>46</sup>AIT-MIMOUNE Ourdia, « La place de la langue tamazight dans les attitudes et représentation linguistiques des apprenants du cycle moyen », thèses de magister, option linguistique berbère, l'Université mouloud Mammeri TIZI-OUZOU. Faculté des lettres et des sciences humaines, département des langues et culture amazigh. Président(e) TIGZIRI Nora. 2016/2017. P 70.

<sup>47</sup> CHELLI Amirouche, « Manuel didactico-pédagogique d'initiation à la langue berbère de Kabylie », Op.cit. P 65.

En 2009, une chaîne de télévision a été lancée pour diffuser des programmes en langue tamazight. En 2016 comme langue officielle, un cran en dessous de l'arabe qui demeure celle de l'État.<sup>48</sup>

L'officialisation de la langue tamazight a été saluée par le secrétaire général du Haut-commissariat à l'Amazighité (HCA), Si El Hachemi Assad ; qui affirme que la langue amazigh est une langue nationale et officielle et comme "ciment supplémentaire" de son unité nationale.

*« Aux côtés de nos autres constantes nationales que sont l'islam et la langue arabe, scelle définitivement l'appropriation, par le peuple algérien tout entier, de tamazight comme langue nationale et officielle et comme ciment supplémentaire de son unité nationale, en même temps que la Nation a mandaté l'État pour sa promotion et son développement, en vertu du paragraphe 4 du préambule de la Constitution et des dispositions de son article 4", a déclaré à l'APS le SG du HCA ».*<sup>49</sup>

Toutefois, grâce aux grèves générales et aux manifestations paganisait par le peuple au niveau de la région de la Kabylie ; ces actions ont abouti à des résultats en faveurs de l'Amazighité qui est devenue une langue nationale dans le territoire Algérien.

Beaucoup de recherches et de thèses ont été menées pour découvrir et approfondir plus sur la culture berbère et ses aspects cachés dans le but de la rendre plus importante. L'évolution du berbère à travers les domaines par ces déferents dialectes utiliser dans le Maghreb la rend aujourd'hui une richesse nationale.

La prise en charge du patrimoine culturel est une nécessité du gouvernement avec l'aide des associations qui défendent la cause de la langue berbère comme (H C A), le haut-commissariat a l'amazighité ou encore le (M.C.A), le mouvement culturel berbère, ainsi que les chercheurs et les spécialistes dans le domaine berbérophone.

---

<sup>48</sup> « **L'Algérie consacre la langue berbère après une longue lutte.** », publié le 07 février 2016 à 14h45. Disponible sur le site : (<https://www.jeuneafrique.com/depeches/300391/societe/lalgerie-consacre-langue-berbere-apres-longue-lutte/>). Consulté le 2/2019 à 15h40.

<sup>49</sup> « **L'officialisation du tamazight scelle "définitivement" son appropriation par tout le peuple algérien titre** », publié le mardi 06février 2018. Disponible sur le site (<http://www.aps.dz/algerie/69476-l-officialisation-du-tamazight-scelle-definitivement-son-appropriation-par-tout-le-peuple-algerien>) . Consulté le 17/05/19 à 17h50.

**Conclusion**

La culture berbère est classée parmi les meilleures cultures depuis l'existence de l'être humain, ses traditions ses coutumes sont plusieurs et indifférent aux autres.

Jusqu'à aujourd'hui le peuple berbère tient à ses traditions et sa culture car c'est un héritage qu'il faut conserver et partager aux prochaines générations.

# PARTIE PRATIQUE



**CHAPITRE 5 :**

**PRÉSENTATION DE LA**

**RADIO CHAÎNE 2 ET SA**

**PROGRAMMATION**

# Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

## Chapitre 5 : présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

### Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil ; la radio chaine 2

#### **1. Présentation de la radio chaine 2**

La chaine 2 est un espace de communication ouvert au large publique, elle assure une large couverture sur l'ensemble du territoire national. Grâce à la disponibilité des journalistes et des correspondants présents dans plusieurs endroits.

La chaine 2 de la radio Algérienne est une chaine généraliste d'expression Amazigh diffusant ses programmes à travers les variantes de la langue Amazigh qui sont le (kabyle, chenouie, chaouie, mozabite et le targui), Son histoire débute durant la guerre de libération, la radio secrète « voix de l'Algérie combattante » se fut entendre non seulement en Algérie, mais également à l'étranger, des bulletins d'informations été diffusés en arabe, en kabyle et en français.

À l'indépendance, la chaine 2 fut un département de la chaine 1 dirigé par Mr ZOHIER Abdellatif jusqu'en 1967 puis elle devient une sous-direction jusqu'en 1971, la chaine porte l'appellation de chaine nationale deux en 1983 gardant avec le même statut de sous-direction dirigé par Mr Boualem CHERIFI jusqu'en 1989.

En 1990, la sous-direction « chaine nationale 2 » devient une direction chaine deux dépendant directement de la direction générale de la radio Algérienne ; à signaler que depuis le 08 janvier 2005 la chaine 2 émet 24/24h à nos jours soit 1440 minutes de programmes au quotidien.

- **L'organigramme de la direction chaine 2 est composé des structures suivantes <sup>1</sup>**

- Le département de la régie d'antenne ;
- Le département administratif et financier.

---

<sup>1</sup> Document interne de la radio nationale chaine 2.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

---

### ▪ La direction de la chaine 2 comprend également

- La direction de la rédaction composée : de la rédaction en chef chargée des émissions spécialisées ; de la rédaction en chef chargée des informations régionales ; de la rédaction en chef chargée des écrits relatives à l'information ;
- La sous-direction de la programmation composée : du département de la programmation, du département de la documentation sonore artistique ;
- La sous-direction de la production, composée : du département des émissions culturelles et éducatives, du département des émissions de jeux et variétés.

### 2. Les missions de la chaine 2

La chaine 2 doit encourager et faire participer l'auditeur aux services relatifs à leur vie, la diffusion permet de réaliser les missions suivantes :

- 1- L'accompagnement de citoyen par le biais de l'information, de la production artistique et culturelle ;
- 2- La diffusion des informations, des idées et des valeurs qui contribuent à la préservation de la culture et les principes de la société Algérienne ;
- 3- La couverture médiatique et la production des émissions et des tranches d'animations, Co-animation et diffusion en duplex à partir de stations régionales ;
- 4- Encourager et promouvoir la créativité et les talents afin d'enrichir les archives de la radio Algérienne ;
- 5- La couverture des différents rendez-vous électoraux ;
- 6- L'accompagnement de toutes les initiatives qui misent sur la protection et la sauvegarde de l'environnement (cartiers, villages et villes) en mettant en évidence les efforts consentis par les pouvoirs publics et société civile en faveur de l'environnement (faire part des actions, d'embellissements, compagnes de nettoyages, reboisement, et accompagnement des actions positives citoyennes ;
- 7- La couverture des actions et des événements nationaux.

### 3. Les objectifs de la radio chaine 2

La chaine 2 est une entreprise étatique médiatique qui a pour objectif de :

- 1- Consolider la dimension nationale de la chaine tout en préservant sa spécificité et l'amélioration des programmes en tamazight dans toute sa dimension et ses variantes linguistiques ;
- 2- Renforcer le travail de la proximité avec les auditeurs et l'établissement des passerelles régulières avec les stations régionales d'expression Amazigh ;
- 3- Créer un espace de communication transparent et crédible basé sur le dialogue et l'interactivité pour consolider la stabilité sociale ;
- 4- Mettre en valeur les efforts de développement pour atteindre ses objectifs qu'elle doit accomplir ;
- 5- Contribuer à la promotion et au développement de la culture et la langue Amazigh ;
- 6- Être au plus près des préoccupations de la société en privilégiant l'information de proximité ;
- 7- Consolider les valeurs essentielles de la société Algérienne en mettant l'accent sur la particularité locale et régionale comme élément complémentaire de la personnalité nationale.

### 4. L'effectif de la radio chaine 2

La radio chaine 2 compte actuellement un effectif de 167 fonctionnaires, dont 73 journalistes, des animateurs et réalisateurs qui offrent 24 heures de programmes par jours. 40,60% du temps d'antenne est consacré aux programmes variétés, jeux et divertissement, 25,60% aux programmes culturels et religieux, 14,60% aux programmes socio-éducatifs, 13,60% aux rendez-vous de l'information et 05,60% au sport.

### 5. La grille des programmes de la radio chaine 2

La grille des programmes de la radio nationale chaine 2 s'inscrivent également dans l'accompagnement des événements sociopolitiques, économiques culturels, sportifs. Elle propose de mettre en exergue les fondements de l'unité nationale tout en focalisant sur les acquis et réalisations socio-économiques et culturels du pays, ainsi que les efforts déployés pour le gouvernement et les pouvoirs publics afin d'améliorer les conditions de vie des citoyens à travers tout le territoire national malgré la persistance.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

---

Divers programmes sont diffusés à différents horaires du samedi au jeudi à travers différentes variantes (kabyle, chenouie, chaouie, mozabite et targuie). Des émissions hebdomadaires politiques, économiques, sociales, culturelles, éducatives, religieuses, sportives et variétés jeux et divertissement qui se présentent comme suit :

- Questions internationales ;
- Magazine économique et sociale ;
- Mag société et service public ;
- Questions juridiques ;
- L'émission « Hira Imyiura »; qui est un espace littéraire ;
- « Anebras » (le chercheur) ; cette émission se focalise sur la recherche scientifique ;
- « T. Meddurt negh » ; présente des questions liées à la société ;
- Immal n Tmazight » ; une émission qui porte sur la question de la langue Amazigh et la culture Amazigh ;
- « Tiregwa guedles » ; elle concerne l'actualité culturelle et artistique ;
- L'émission « Izumal negh » ; consacrée exclusivement à la culture Algérienne ;
- « Littératures, lectures et adaptations » ; elle adopte les grands ouvrages littéraires ;
- « Iwalen delm3ani » (des mots et des sens) ; cette émission porte sur la linguistique ;
- « Tira » ; une émission sur la vie littéraire Algérienne ;
- « Zaouias » ; consacrée à l'éducation religieuse ;
- « Voix Eternelles » ; une émission musicale ;
- « Iles umazigh » ; une émission sociolinguistique ;
- « Yussad El kix » ; une émission socio-économique ;
- « Si tizi Ar Tayed » (l'Algérie dans le cœur) ou « Le Djayer Degul » ; cette émission aborde les différents domaines au niveau sociale, économique, culturel et éducatif ;
- « Fatawa » ; une émission religieuse.
- « EL 3ach net sekkourt » ; cette émission est consacrée aux traditions des différentes régions de l'Algérie ;
- Une émission de type variété jeux et divertissement : « Ikiwen » ; qui est un espace de jeux interactif, éducatif et culturel ;
- Des émissions dédiées aux poètes, aux jeunes talents ;
- Des émissions sportives : sport des régions, week-end sportif, en direct des stades et mondial.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

---

### ❖ Rubrique et fiches techniques des rubriques conçues

. **Sagesse du jour** : rubrique interactive d'une durée de 03 minutes sous forme de proverbe, dicton ou expression populaire.

. **Revue de presse culturelle et artistique** : sous forme d'agenda pour annoncer les différents rendez-vous culturels et artistiques, les ventes dédicaces et les différents évènements : spectacles, festivals, galas, hommage, vernissage...

. **Chronique** : « Tangit N Tizlit » de 06h50 à 06h55 une date, une chanson par Yazid Smail d'une durée de 04 à 05 minutes. Cette chronique a pour objet de faire connaître des œuvres musicales tout en les situant dans leurs contextes historiques, dans leur univers musicaux, dans leurs environnements socioculturels, il s'agit de revisiter des œuvres connues ou connues, en donnant des informations qui permettront de mieux l'apprécier et de mieux l'assimiler et enfin saisir toute sa valeur artistique et son apport culturel.

. **Chronique littéraire** de 08h40 à 08h43 « Tasekla ager akal », « ismawen is ifazen » par Rachid Mokhtari durée 03 minutes.

. **Agenda culturel** de 08h45 à 09h00 chronique sous forme de lectures d'extraits d'œuvres ; de romans d'auteurs prix Nobel de littérature ou de grands classiques (romans principalement) ; revisiter les chefs d'œuvres de la littérature universelle ; des extraits qui seront choisis pour leur intérêt thématique ou esthétique.

La radio chaine 2 a lancé depuis le 12 janvier 2015 une radio web dénommée TIS SNAT WEB musique Amazighe dédiée à la diffusion des programmes musicaux Amazighs depuis le 12 janvier 2015 24h/24h via le net.

### **Section 02 : les étapes de la réalisation de l'enquête**

Après le recueil d'informations et des données concernant « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère », on arrive à l'étape de dépouillement des informations collectées et du traitement des résultats obtenus. Sous forme des tableaux.

#### **6. La pré-enquête**

Dans tout projet de recherche le chercheur doit procéder à une phase cruciale qui est la pré-enquête. Elle permet de rassembler le maximum d'information sur le thème de recherche.

Selon GRAWITZ Madeline, « *la pré-enquête est une enquête portant sur nombre d'enquête ou document pour essayer les hypothèses et le questionnaire avant d'entreprendre l'enquête elle-même* ». <sup>2</sup>

Pour Maurice Angers, « *la pré-enquête dans la recherche scientifique se traduit par la phase où nous faisons l'exploration des données, elle sert à avoir la pertinence des questions* ». <sup>3</sup>

Dans le but de valider notre question de départ et d'aboutir à une question de recherche, une pré-enquête a été effectuée dans la durée de 15 jours entre 17 février jusqu'à 3 mars à la radio nationale chaine 2 dans le but d'explorer le terrain de l'étude, de connaître la population de l'étude, de préciser notre problématique et de collecter les informations nécessaire pour la formation de nos hypothèses.

Après avoir reçu l'autorisation du directeur de la radio nationale chaine 2, pour effectuer l'étude en cause, nous avons pris initiative de rassembler le maximum d'informations et des données sur notre sujet de recherche. Pour cela on n'a pas hésité de poser des questions au directeur, aux journalistes et animateurs de cette radio, afin de préciser notre problématique et les hypothèses de notre recherche, ce qui nous a permis d'être en contact directe avec les éléments de notre échantillon pour les observer et mentionner leur réactions.

---

<sup>2</sup> GRAWITZ Madeline, « **Méthodes des sciences sociales** », Op.cit. P 550.

<sup>3</sup> ANGERS Maurice, « **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines** », Op.cit. P 336.

### 7. Le déroulement de l'enquête

L'enquête est définie comme « méthode d'investigation qui consiste à recueillir l'information cherchée en interrogeant et en écoutant un ensemble d'individus sur leurs comportements, leurs opinions ou sur leurs valeurs. L'information est obtenue en utilisant le mode déclaratif ». <sup>4</sup>

Notre enquête s'est déroulée du 27 au 30 mai à la commune de Bejaia, et les questionnaires ont été distribués au centre ville de Bejaia. Nous avons effectué des sorties pour tester le terrain, ensuite une distribution des questionnaires a été effectuée durant les derniers jours du mois de mai. Les personnes interrogées dans l'enquête sont des habitants de la wilaya de Bejaia, nous leurs proposons de remplir le questionnaire et nous insistons que la réponse soit immédiate pour pouvoir récupérer nos questionnaires sur place.

---

<sup>4</sup> GIANNELLONI Jean-Luc et VEMETTE Eric, « **Etude de marché** », édition Vuibert, paris, 1998. P 152.



## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

### 8. Lecture récapitulative des programmes de la chaine 2

Les tableaux suivants traitent l'analyse de contenu des programmes diffusés par semaine par la radio nationale chaine 2.

**Tableau N° 1 : les programmes de dimanche**

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Les dialectes utilisés	Le public visé	Durée
06h00-07h00	« yuli wass » Le morning	Tous les domaines (Politique économique Social, culturel sportif)	kabyle	Un large public	1h
09h00-10h00	Magazine culturel- Tiregwa G dless	Culturel	Chaoui	Un large public	1h
12h00-12h15	Journal	Informatif	Chenoui	Un large public	15min
12h15-13h00	« Hira Imyiura »	Culturel	Chenoui	Les jeunes auteurs et écrivains	45min
16h00-16h15	Journal	Informatif	Mozabite	Un large public	15min
16h15-17h00	« Anebras » (Le chercheur)	Culturel	Mozabite	Les chercheurs	45min
20h00-20h15	Journal	Informatif	Targui	Un large public	15min
20h15-21h00	« T.Meddurt negh »	Social	Targui	Un large public	45min
22h00-23h00	« Immal n Tmazight »	Culturel	Les différents dialectes (chenoui Chaoui, kabyle, targui, mozabite)	Un large public	1h

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

---

**Le tableau N° 01 :** indique les programmes diffusés par la radio nationale chaine 2 chaque dimanche, des rendez-vous d'informations diffusés tous les jours à travers les différentes variantes de la langue amazigh (kabyle, Chaoui, chenoui, mozabite et targuie) qui ont pour but d'informer les auditeurs, des programmes culturels et sociaux indiqués ci-dessous :

### **1.1. « Yuli wass »**

Un espace animé en kabyle qui accompagnera l'auditeur en début de la matinée, lui offrant un contenu généraliste et varié dans tous les domaines : culture, politique, économie, social, sport, entrecoupé par une programmation musicale en plus de la programmation des chroniques utiles et d'utilités publiques entre 06h00 et 07h00 tous les jours de la semaine. Ce programme est destiné à un large public dans le but d'annoncer les différents rendez-vous culturels et artistiques, et les différents événements : spectacles, festivals, galas, hommage, vernissages...

### **1.2. « Tiregwa Guedles » de 09h00 à 22h00**

Un espace diffusé (dimanche, lundi, mardi, mercredi et jeudi) dédié à l'actualité culturelle et artistique : agenda culturel, reportages, galas, spectacles, festivals, conférences, table ronde, journée d'étude, une tribune d'expression et des débats réservés invitant les faiseurs et l'actualité culturelle et artistique. L'objectif de cette émission est la couverture des événements organisés par les différents acteurs et institutions.

### **1.3. « Hira Imyiura » de 12h00 à 13h00**

Un espace littéraire animé en chenoui, réservé aux jeunes auteurs et aux nouvelles publications qui sera rendu par des entretiens et interviews avec ces auteurs et écrivains. Ce programme est destiné à un large public plus précisément les jeunes auteurs et écrivains, dont l'objectif est de leurs donner la chance de présenter leurs œuvres, romans, essais, textes, publications...etc.

### **1.4. « Anebras » de 16h00 à 17h00**

Émission animée en mozabite, consacrée aux chercheurs et aux nouvelles thèses de recherche dans les différents domaines de recherche scientifique, particulièrement en

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

tamazight. Ce programme est destiné aux chercheurs, dont l'objectif de cette émission est de mettre en exergue tout ce qui se fait pour la promotion et le développement de la langue.

### **1.5. « Immal n Tmazight » de 22h00 à 23h00**

Cette émission aborde la question de la langue et la culture Amazighe, (animation en Chaoui/ débat en kabyle, chenoui, targui), ce programme est destiné à un large public, dont le but est de mettre en évidence tous les acquis de la langue Amazigh, sa promotion et son évolution dans les milieux éducatifs et socioculturel et faire connaître aux auditeurs la culture Amazighe.

### **1.6. « T- Meddurt negh » de 20h00 à 23h00**

Une émission animée en targui, elle traite les questions liées à la société, destiné à un large public, dont le but de cette émission est de donner aux auditeurs des réponses, des explications et des solutions liées à la société proposés par des spécialistes entre autres des psychologues, sociologues et des religieux.

Enfin, on constate que les programmes diffusés le dimanche sont riches et variés touchant à tous les domaines de la vie quotidienne, en utilisant les différents dialectes de la langue Amazigh.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

Tableau N° 2 : les programmes de lundi

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Les dialectes utilisés	Le public visé	Durée
06h00-07h00	« yuli wass » Le morning	Tous les domaines (Politique économique Social, culturel sport)	Kabyle	Un large public	1h
09h00-10h00	Magazine culturel- Tiregwa G dless	Culturel	Chaouï	Un large public	1h
12h00-12h15	Journal	Informatif	Chenoui	Un large public	15min
16h00-16h15	Journal	Informatif	Mozabite	Un large public	15min
20h00-20h15	Journal	Informatif	Targui	Un large public	15min
20h15-21h00	« Ikiwen »	Jeux variétés, divertissement éducatif et culturel	Targui	Un large public	45min
22h00-23h00	« Izumal negh »	Culturel	Kabyle	Un large public	1h

Les programmes dans le tableau ci-dessus sont animés en kabyle, Chaouï, chenoui, mozabite et targui, destinés à un large public, indiqués ci-dessous :

### 2.1. « Ikiwen » de 20h15 à 21h00

Un espace de jeux : interactif, éducatif et culturel basé sur les anciennes expressions de sagesse, des contes, poésie et littérature orale qui ont été l'expression privilégiée des Touaregs et un espace dédié à la promotion des musiques du targuie, le but est de donner la

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

chance aux touaregs pour exprimer leurs sentiments et les actes de leur vie dans toute leur profondeur et leur diversité.

### **2.2. « Izumal negh » de 22h00 à 23h00**

Cette émission est consacrée à la culture Algérienne dans toutes ses variétés et ses variantes, son but est de mettre en valeur les personnalités qui ont marquées l'histoire et l'évolution de l'Algérie.

En plus des rendez-vous d'informations, nous pouvons déduire que les programmes diffusés lundi avec l'utilisation des différentes dialectes de tamazight sont variés entre des programmes culturels, jeux variétés, divertissement et éducatifs.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

Tableau N° 3 : les programmes de mardi

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Les dialectes utilisés	Le public visé	Durée
06h00-07h00	« yuli wass » Le morning	Tous les domaines (Politique économique Social, culturel sport)	kabyle	Un large public	1h
09h00-10h00	Magazine culturel- Tiregwa G dless	Culturel	Chaouï	Un large public	1h
12h00-12h15	Journal	Informatif	Chenoui	Un large public	15min
16h00-16h15	Journal	Informatif	Mozabite	Un large public	15min
16h15-17h00	Lectures et adaptations	Culturel	Mozabite	Un large public	45min
20h00-20h15	Journal	Informatif	Targui	Un large public	15min

Dans le tableau ci-dessus des programmes informatifs animés en : chenoui, mozabite et targui, et des programmes culturels animés en kabyle, Chaouï, mozabite et targui, destinés à un large public.

**3.1.** En plus des émissions (Yuli wass et Tiregwa G dless), on a l'émission « **Lectures et adaptations** » animée en mozabite de 16h15 à 17h00. La première partie de l'émission est consacrée à l'adaptation de grandes œuvres littéraires et poétiques vers le mozabite et la deuxième partie est consacrée à l'adaptation et la lecture de certains extraits vers tamazight. L'objectif de ce programme est de présenter un auteur et placer son œuvre socioculturel et la dimension historique de son apparition

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

On remarque, que les programmes diffusés lundi s'inscrivent également dans l'accompagnement des événements sociopolitiques, économiques culturels, informatifs, avec une variété linguistique.

**Tableau N° 4 : les programmes de mercredi**

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Les dialectes utilisés	Le public visé	Durée
<b>06h00-07h00</b>	« yuli wass » Le morning	Tous les domaines (Politique économique Social, culturel sport)	kabyle	Un large public	1h
<b>09h00-10h00</b>	Magazine culturel- Tiregwa G dless	Culturel	Chaoui	Un large public	1h
<b>12h00-12h15</b>	Journal	Informatif	Chenoui	Un large public	15min
<b>14h00-14h15</b>	Journal	Informatif	Chaoui	Un large public	15min
<b>14h15-15h00</b>	« Iwalen delem3ani » (des motes et des sens)	Culturel	Chaoui	Un large public	45min
<b>16h00-16h15</b>	Journal	Informatif	Mozabite	Un large public	15min
<b>20h00-20h15</b>	Journal	Informatif	Targui	Un large public	15min
<b>22h00-23h00</b>	« Tira »	Culturel	Kabyle	Un large public	1h
<b>23h15-00h00</b>	« zaoui3as »	Social, éducatif et religieux	Kabyle	Un large public	45min

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

---

**Le tableau N° 4 :** indique les programmes diffusés le mercredi et animés en différentes variantes (Chaoui, chenoui, mozabite, targuie et kabyle), destinés à un large public. En plus des programmes informatifs et des deux émissions (yuli wass et Tiregwa G dless) diffusées quotidiennement, d'autres émissions culturelles, éducatives, sociales et religieuses, sont indiqués ci-dessous :

### **4.1. « Iwalen delem3ani » de 14h15 à 15h00**

Espace interactif conçu à l'étymologie de la linguistique, la symbolique et l'évolution du vocabulaire et des mots et expressions berbères.

### **4.2. « Tira » de 22h00 à 23h00**

Une émission consacrée à la vie littéraire Algérienne qui connaît une riche diversité éditoriale ce dernier quart de siècle avec la multiplication des maisons d'édition et les nouvelles publications. Le contenu de l'émission contient trois volets.

Le premier volet : Adlis n durt « le livre de la semaine » qui porte sur une œuvre (roman, essai, témoignage, histoire) nouvellement publiée et ce dans trois langues d'expression écrite (Tamazight, Arabe, français). Ce volet est adapté aux événements marquants de la vie nationale du pays. Le deuxième volet : « Timlilit » (rencontre) il porte sur une brève rencontre avec un écrivain. Troisième volet « Tawriqt » (page lue) qui sera consacrée à la lecture d'un extrait d'un passage choisi d'un roman cité dans le bloc-notes du premier volet de l'émission. L'objectif de cette émission est de faire connaître aux auditeurs certains écrivains et livres et les événements qui ont marqués la vie nationale de l'Algérie comme le 8 mai 1945, 01 novembre 54, le 17 octobre 61...etc.

### **4.3. « Zaouïas » de 23h00 à 00h00**

Un programme consacré aux Zaouïas, espace reflétant l'humilité et la paix. L'objectif de cette émission est de garantir la stabilité politique, économique et surtout religieuse. Elle vise la protection de la société Algérienne et l'éducation religieuse.

Enfin on constate que les programmes diffusés mercredi jouent un rôle important sur le plan culturel, social et religieux.



## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

Tableau N° 5 : les programmes de jeudi

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Les dialectes utilisés	Le public visé	Durée
06h00-07h00	« yuli wass » Le morning	Tous les domaines (Politique économique Social, culturel sport)	kabyle	Un large public	1h
22h00-23h00	voix éternelles	Culturel (Culture musicale)	kabyle	Un large public	1h
12h00-12h15	Journal	Informatif	chenoui	Un la rage public	15min
16h00-16h15	Journal	Informatif	mozabite	Un la rage public	15min
20h00-20h15	Journal	Informatif	targui	Un la rage public	15min
23h15-01h00	« Iles amazigh »	Culturel	Les différents dialectes	Un large public	1h 45

Le tableau ci-dessus indique les programmes diffusés le jeudi, de type informatif, culturel « yuli wass » comme chaque matinée et d'autres émissions indiquées ci-dessous :

### 5.1. « Voix Éternelles » de 22h00 à 23h00

Émission musicale animée en kabyle, qui a pour objet de rendre un hommage aux grandes voix de la chanson Algérienne vivantes ou décédées dans toute sa variété, et ses différents genres musicaux, et formes d'expressions, et de revisiter les œuvres des répertoires musicaux, dont l'artiste en est l'auteur, le compositeur, l'interprète et faire connaître ses œuvres aux auditeurs.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

---

### 5.2. « Iles amazigh » de 23h15 à 01h00

Une émission sociolinguistique, dont l'animation est assurée par plusieurs intervenants de la langue amazighe dans le but d'assurer l'intercompréhension entre les différentes variantes de la langue Amazighe (Chaoui, Mzab, kabyle, targuie, chenoui, Zenet), traitant des thématiques liées à l'histoire, géographie, anthropologie, archéologie, botanique, zoologie, toponymie...). L'objectif de cette émission est de promouvoir et mettre en exergue la langue Amazighe par ses différentes variantes et variétés linguistiques. Nous pouvons déduire par-là, que le contenu des émissions diffusées le jeudi est varié.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

Tableau N° 6 : les programmes de vendredi

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Les dialectes utilisés	Le public visé	Durée
06h00-07h00	« yuli wass » Le morning	Tous les domaines (Politique économique Social, culturel sport)	Kabyle	Un large public	1h
11h00-11h05	flash d'information	Informatif	Kabyle	Un large public	05min
11h05-12h00	« Fatawas »	Culture religieuse	Kabyle	Un large public	55min
12h00-12h15	Journal	Informatif	Chenoui	Un large public	15min
14h15-15h00	« Yussad El Xir »	Social	Chaoui	Un large public	45min
16h00-16h15	Journal	Informatif	Mozabite	Un large public	00001 5min
20h00-20h15	Journal	Informatif	Targui	Un large public	15min
22h00-22h05	Flash d'information	Informatif	Kabyle	Un large public	5min
22h05-23h00	« Si tizi Ar Tayedh »	Social, culturel	Kabyle	Un large public	1h40
23h15-00h00					

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

---

**Le tableau N° 6** : présente les programmes de vendredi ; comme chaque matinée le début est toujours par l'émission « yuli wass », des flashes d'information entre les émissions et des journaux animés en différentes variantes de la langue Amazigh, plus d'autres émissions culturelles, sociales et religieuses destinées à un large public, indiquées ci-dessous :

### **6.1. « Yussad El xir » de 14h15 à 14h00**

Espace conçu sur la base de reportages qui seront réalisés au cœur des villages et montagnes avec les citoyens et les différents acteurs de la société qui relateront leurs vies quotidiennes et leurs vécus dans ces endroits lointains, le but de l'émission est de mettre en exergue l'image positive de la campagne et sa contribution dans le développement socio-économique, et la préservation du patrimoine culturel de notre pays.

### **6.2. « Fatawas » de 23h00 à 23h05**

L'émission porte sur la vulgarisation des percepts de l'islam afin de démystifier et simplifier certains sujets, concepts et pratiques liés à la mauvaise interprétation et compréhension de la religion.

### **6.3. « Si Tizi Ar Tayed »**

La première partie est diffusée de 22h05 à 23h00, une émission de proximité qui ira à la rencontre des citoyens et des autorités dans les différentes régions du pays, se veut aussi une passerelle entre les citoyens et les représentants des collectivités locales, cette émission s'intéresse aux acquis et réalisations socio-économiques et culturelle enregistrés dans les villages et villes, concernant la modernisation de l'administration au service du citoyen, ainsi que les projets de réussites concrétisés par les différents auteurs de la société dans les différents domaines au niveau social, économique, culturel et éducatif. Puis la deuxième partie entrecoupée par un journal, elle est diffusée de 23h15 à 00h00. Le but de cette émission est de régler les problèmes, découvrir des endroits isolés, la découverte des nouveaux artistes (chanteurs, écrivains, poètes) à travers les 48 wilayas et aussi rapprocher les citoyens et l'administration.

En effet, le contenu des émissions diffusées le vendredi touche tous les domaines (informatif, social, économique, culturel, éducatif et religieux).

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

Tableau N° 7 : les programmes de samedi

L'heure de diffusion	Programmes	Types de programmes	Les dialectes utilisés	Le public visé	Durée
06h00-07h00	« yuli wass » Le morning	Tous les domaines (Politique économique Social, culturel sport)	Kabyle	Un large public	1h
12h00-12h15	Journal	Informatif	Chenoui	Un large public	15min
12h15-13h00	« El 3ach net sekkourt »	Culturel	Chenoui	Un large public	45min
16h00-16h15	Journal	Informatif	Mozabite	Un large public	15min
20h00-20h15	Journal	Informatif	Targui	Un large public	15min
21h00-22h00	Synthèse	Culturel et social	Targui	Un large public	1h

Le tableau ci-dessus comporte les programmes de samedi, comme tous les jours le début est par l'émission « Yuli wass », un journal diffusé dans la journée dans différents horaires en chenoui, mozabite et targui et des émissions socio-culturelles destinées à un large public, indiquées ci-dessous :

### 7.1. « El 3ach net sekkourt » de 12h15 à 13h00

Une émission consacrée à la collecte et à la diffusion des traditions anciennes des différents genres de chants, dictons, contes, pratiques et rituels traditionnels dans les différentes régions de l'Algérie dont le but est de les faire connaître au public.

## Chapitre 5 Présentation de la radio chaine 2 et sa programmation

**7.2. De 21h00 à 22h00 une synthèse** est présentée sur l'actualité culturelle, artistique, sociale et les évènements qui ont marqués la semaine avec des comptes rendus et synthèses. Enfin, on remarque que le dernier jour de la semaine est riche et varié en matière de diffusion des émissions sociales culturelles.

**Tableau N° 8 : Statistique D'antenne Hebdomadaires des programmes**

JOUR EMISSIONS	Programmes D'information	SPORTS	Programmes Jeux variétés, divertissement	Programmes Socio- éducatifs	Programmes culturels	Programmes Religieux	TOTAL
DIMANCHE	200	40	600	200	370	30	1440
LUNDI	200	40	600	200	370	30	1440
MARDI	200	10	580	260	360	30	1440
MERCREDI	200	40	560	210	400	30	1440
JEUDI	200	40	610	200	360	30	1440
VENDREDI	160	200	510	200	200	170	1440
SAMEDI	180	200	640	210	180	30	1440
TOTAL Par minute	1340m	570m	4100m	1480m	2240m	350m	10080m
TOTAL Par heure	22h43m	09h50m	68h 33m	24h 56m	37h 33m	05h 85m	168h
TAUX	13.60%	05.60%	40.60%	14.60%	22.20%	03.40%	100%

D'après les données de ce tableau, on constate que le type des programmes le plus diffusé est celui de Jeux variétés, divertissement avec un taux de 40.60%, ensuite les programmes culturels avec un taux de 22.20%, suivi des programmes socio-éducatifs avec un taux de 14.60%, et 13.60% pour les programmes d'information, et un taux faible de 05.60% pour les programmes du sports, et seulement 03.60% pour les programmes religieux.

On résulte donc que les programmes diffusés durant une semaine par la radio chaine 2 sont variés et les émissions qui occupent une durée plus élevé par rapport à d'autres types de programmes sont les programmes jeux variétés et divertissement et les programmes culturels en deuxième position.

**CHAPITRE 6 :**  
**INTERPRÉTATION ET**  
**ANALYSE DES RÉSULTATS**

**Chapitre 6 : Interprétation et analyse des résultats****Section 1 : Interprétation et analyse des données personnelles et les données liées aux habitudes de la fréquentation de la radio chaine 2****1. Axe N°1 : Interprétation et analyse des données personnelles****Tableau N° 1 : La répartition de l'échantillon selon le sexe**

Sexe	Effectifs	Pourcentage %
Masculin	60	75%
Féminin	20	25%
<b>Total</b>	80	100%

Le tableau ci-dessus représente les éléments de notre échantillon selon le sexe. Nous constatons que la répartition de notre population d'étude est comme suite : 80 auditeurs, dont le sexe Masculin est représenté avec un pourcentage de 75% de l'échantillon, et 25% pour le sexe féminin.

D'après les statistiques, nous remarquons que les hommes de la commune de Bejaia écoutent plus la radio chaine 2 que le sexe féminin. Cela peut être expliqué par la tendance à préférer de regarder les chaines télévisées par les femmes.



Tableau N° 2 : la répartition des enquêtés selon l'âge

Age	Effectifs	Pourcentage %
[18-28[	4	5%
[28-38[	8	10%
[38-48[	8	10%
[48-58[	36	45%
[58 et plus [	24	30%
<b>Total</b>	80	100%

D'après les données mentionnées dans ce tableau, on peut constater que la tranche d'âge [18-28[est représentée par un taux de 5% de notre échantillon, et 10% pour les deux tranches d'âge [28-38[, [38-48[. Et un taux de 45% pour la tranche d'âge [48-58[, alors que pour la tranche d'âge [58 et plus [représente 30%.

Nous constatons, d'après les données de ce tableau que la tranche d'âge [48-58[avec un pourcentage de 45% est la catégorie qui écoute le plus la chaîne 2, suivie par la tranche d'âge [58 et plus [avec un taux de 30%. Ensuite on trouve les deux tranches d'âge [28-38[, [38-48[avec un taux de 10% tandis que les auditeurs de la tranche d'âge [18-28[représentent uniquement un pourcentage de 5% ce qui montre que les jeunes de la commune de Bejaia ne sont pas trop intéressés par l'écoute de la radio chaîne 2.

Les auditeurs de la catégorie d'âge [48-58[représente le taux le plus élevé de notre population questionnée, cela s'explique par le fait que cette tranche d'âge est plus intéressée par la transmission d'informations et de la communication dans la société, y compris l'écoute de la radio chaîne 2.

Tableau N°3 : la répartition de l'échantillon selon la situation familiale

situation familiale	Effectifs	Pourcentage %
Célibataire	16	20%
Marié (e)	60	75%
Divorcé (e)	4	5%
<b>Total</b>	80	100%

Selon le tableau ci-dessus la catégorie mariée représente un taux plus élevé de 75%, suivie d'un taux de 20% pour la catégorie célibataire, et un faible taux de 5% pour la catégorie divorcée.

D'après ces données statistiques, nous constatons que la population d'études est majoritairement mariée.

Tableau N°4 : la répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Effectifs	Pourcentage %
Sans niveau	0	0%
Primaire	12	15%
Moyen	16	20%
Secondaire	20	25%
Supérieur (universitaire et plus)	32	40%
<b>Total</b>	80	100%

À partir des données du tableau ci-dessus, nous remarquons que le niveau supérieur est prédominant avec un pourcentage de 40%, suivi par 25% de nos enquêtés qui ont un niveau secondaire, et 20% d'entre eux ont un niveau moyen, 15% pour ceux de niveau primaire, et enfin 0% sans niveau.

Ce tableau, nous montre que, le niveau d'instruction supérieur est le plus élevé puisque la plupart des enquêtés ont un niveau universitaire cela veut dire que cette tranche s'intéresse plus à la radio, suivi par la catégorie secondaire. Ensuite le niveau d'instruction moyen. En outre, le faible taux des enquêtés de niveau primaire, et l'absence de la catégorie sans niveau.

Tableau N°5 : la répartition de l'échantillon selon l'activité socioprofessionnelle

<b>l'activité socioprofessionnelle</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Étudiant	0	0%
Fonctionnaire	36	45%
Fonction libérale	4	5%
Cadre supérieur	8	10%
Retraité	20	25%
Sans profession	12	15%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Selon le tableau ci-dessus, on remarque que la majorité de notre échantillon sont des fonctionnaires avec un taux de 45%, suivi de 25% des retraités, un taux de 5% des enquêtés sont de fonction libérale, suivi d'un taux moins élevé de 10 % des cadres supérieurs, un taux de 15% des enquêtés sans profession, et l'absence des enquêtés étudiants.

On constate que les fonctionnaires et la catégorie des gens âgés s'intéressent à l'écoute de la radio chaine 2 mais les jeunes s'intéressent moins à cette radio.

**Tableau N°6 : la répartition de l'échantillon selon le lieu de résidence**

Lieu de résidence	Effectifs	Pourcentage %
Urbain	48	60%
Rural	32	40%
<b>Total</b>	80	100%

D'après les données de ce tableau, nous remarquons que la majorité des enquêtés de notre échantillon résident dans des lieux urbains représentant un taux plus élevé de 60%, suivi d'un taux moins élevé de 40% des résidents dans des lieux ruraux.

Nous constatons, à partir de ces données qu'une grande partie des habitants des lieux urbains s'intéresse plus aux émissions de la radio chaîne 2 par rapport aux habitants des lieux ruraux.

## 2. Axe N°2 : Interprétation des résultats relatifs aux habitudes de l'audimat de la radio chaine 2

Tableau N°7 : Indique l'écoute de la radio selon la catégorie du sexe

l'écoute de la radio sexe	Continuellement	régulièrement	De temps en temps	Rarement	total
Masculin	3 5%	45 75%	12 20%	0 0%	60 100%
Féminin	5 25%	7 35%	8 40%	0 0%	20 100%
<b>Total</b>	8 10%	52 65%	20 25%	0 0%	80 100%

Le tableau ci-dessus nous indique l'étendue de la radio chaine 2 par notre échantillon, il représente un taux de 65% d'auditeurs fidèles à la radio chaine 2, et 25% qui écoutent la radio de temps en temps, suivi de 10% des auditeurs qui écoutent continuellement la radio, et l'absence des auditeurs qui écoutent la radio rarement.

On constate la différence entre le sexe masculin et féminin ;les hommes marquent un total supérieur par rapport à celui des femmes, ils donnent plus d'importance à l'écoute de la radio avec un taux plus élevé de 75% qui écoutent régulièrement, suivi par un taux moins élevé de 20% qui écoutent de temps en temps, et uniquement 5% qui écoutent la radio continuellement, et l'absence des auditeurs hommes qui écoutent la radio rarement. par contre les femmes, elles donnent moins d'importance à la radio chaine 2, elles représentent un taux de 40% qui écoutent la radio de temps en temps, suivi par un taux de 35% qui écoutent régulièrement, et un taux de 25% qui écoutent continuellement, et l'absence des femmes qui écoutent la radio rarement.

Notre échantillon déclare l'importance donnée à l'écoute de la radio. Ainsi, le pourcentage élevé des hommes qui écoutent la radio chaine 2 peut être justifié par l'intérêt porté par les hommes à l'actualité et à la culture amazigh plus que le sexe féminin.

Tableau N°8 : Indique l'année d'écoute des enquêtés à la radio chaine 2

Le début de l'écoute	Effectifs	Pourcentage %
[moins de 5ans [	8	10%
[5-10ans [	20	25%
[15-20ans [	40	50%
[plus de 20ans [	12	15%
<b>Total</b>	80	100%

Le tableau ci-dessus permet de déterminer quand les auditeurs de la radio chaine 2 ont commencé à écouter la radio.

On remarque que 50% des enquêtés écoutaient la radio depuis plus de 15 ans jusqu'à 20 ans. Suivi des auditeurs qui écoutaient la radio de 5 ans à 10 ans avec un pourcentage de 25%. Par contre, pour les auditeurs qui suivaient les programmes de la chaine 2 il ya plus de 20 ans représentent 15% des enquêtés. Le taux le plus faible est celui de ceux qui suivent la chaine 2 depuis moins de 5 ans avec un pourcentage de 10%.

À partir de ces données, on constate qu'une grande partie des auditeurs écoutent la radio depuis plus de 15 ans avec un taux de 50% et 15%. On peut dire que la radio chaine deux est suivie par les auditeurs depuis plus longtemps et cela s'explique par l'ancienneté d'existence de cette radio. Aussi l'intérêt porté par les auditeurs âgés de ce média.

Tableau N°9 : Indique la fréquence d'écoute de la radio chaine 2 selon le sexe

<b>La fréquence D'écoute Sexe</b>	<b>Tous les jours</b>	<b>3 fois par semaine</b>	<b>1 fois par semaine</b>	<b>Jamais</b>	<b>Total</b>
Masculin	9 15%	39 65%	12 20%	0 0%	60 100%
Féminin	3 15%	5 25%	12 60%	0 0%	20 100%
<b>Total</b>	12 15%	44 55%	24 30%	0 0%	80 100%

D'après ces données, on relève l'absence des auditeurs qui n'écoutent jamais la radio chaine 2 et un faible pourcentage de 15% des interrogés qui écoutent la radio tous les jours, par rapport aux autres éléments. En revanche, 55% affirment l'écoute de la radio chaine 2 trois fois par semaines, et 30% pour ceux qui l'écoutent une fois par semaine.

On remarque aussi, que le sexe masculin marque un taux plus élevé de 65% qui écoutent la radio chaine 2 trois fois par semaines, suivi par un taux de 20% qui l'écoutent une fois par semaine, et un taux moins élevé de 15% des auditeurs qui écoutent la radio chaine 2 tous les jours. Et l'absence des auditeurs qui n'écoutent jamais la radio chaine 2. Par contre, les femmes qui écoutent cette chaine une fois par semaine représentent un taux de 60%, suivi par un taux de 25% pour celles qui l'écoutent trois fois par semaines, et un taux de 15% pour celles qui l'écoutent tous les jours, et l'absence de femmes qui n'écoutent jamais la radio chaine 2.

Donc, l'écoute de la radio chaine 2 est suivie beaucoup plus par le sexe masculin d'une fréquence de trois fois par semaine par rapport au sexe féminin qui l'écoutent d'une fréquence d'une fois par semaine.

Cela peut être expliqué par l'importance donnée à la radio chaine 2 par les hommes plus que les femmes.



Aussi, le taux faible de 15% des auditeurs qui écoutent la chaine 2 quotidiennement pour les deux sexes ; peut-être expliqué par l'existence d'autres médias de masse comme la télévision et internet ou la radio locale Soummam.

**Tableau N° 10 : Indique le lieu d'écoute de la radio chaine 2 selon le sexe**

<b>Lieu de l'écoute</b> <b>Sexe</b>	<b>À la maison</b>	<b>Dans le véhicule</b>	<b>Au travail</b>	<b>Sur portable</b>	<b>Sur internet</b>	<b>Total</b>
<b>Masculin</b>	12 20%	12 20%	0 0%	36 60%	0 0%	60 100%
<b>Féminin</b>	16 60%	0 0%	0 0%	8 40%	0 0%	20 100%
<b>Total</b>	24 30%	12 15%	0 0%	44 55%	0 0%	80 100%

Selon le tableau ci-dessus on remarque que, la majorité de notre échantillon écoutent la radio sur portable avec un taux de 55%, suivi de 30% qui préfèrent l'écouter à la maison et seulement 15% écoutent la radio dans le véhicule, et l'absence des enquêtés qui écoutent la radio chaine deux au travail et sur internet.

On constate que le sexe masculin écoute beaucoup plus la radio sur portable avec un taux élevé de 60%, suivi d'un taux de 20% pour ceux qui écoutent à la maison et dans le véhicule, et l'absence des hommes qui écoutent la radio au travail et sur internet, et pour le sexe féminin, elles préfèrent écouer la radio à la maison avec un taux élevé de 60%, suivi de 40% pour celles qui écoutent sur portable, et l'absence des femmes qui écoutent la radio au travail, dans le véhicule et sur internet.

Cela peut être expliqué par la préférence de la majorité des auditeurs du sexe masculin d'écouter la radio sur portable car c'est plus pratique pour eux, et pour les femmes qui

écoutent la radio à la maison, elles considèrent la radio comme un accompagnateur ; elles allument la radio pendant qu’elles sont en cuisine et pendant qu’elles font le ménage.

Aussi avec les NTIC, on peut facilement se déplacer et sortir de la maison et en même temps écouter la radio à l’aide d’un moyen très pratique qui est le portable ; chose qui est remarquée chez les hommes (60%) des auditeurs comme chez les femmes (40%) des auditrices.

L’absence des auditeurs de la chaîne 2 au travail peut être expliqué partiellement pour une partie des enquêtés par le manque du temps au travail pour écouter la chaîne 2, aussi par l’existence d’autres médias comme l’internet au travail pour accéder à l’information.

Pour l’autre partie des enquêtés qui est de 15% (voir le tableau n° 5) se sont des auditeurs sans profession.

**Tableau N° 11 : Indique le moment d’écoute de la radio chaîne 2 selon le sexe**

Sexe \ Temps de l’écoute	Le matin	L’après midi	Le soir	Total
	Masculin	18 30%	6 10%	36 60%
Féminin	10 50%	2 10%	8 40%	20 100%
<b>Total</b>	28 35%	8 10%	44 55%	80 100%

D’après les données inscrites sur ce tableau, on constate que la majorité des enquêtés ont déclaré que le moment de leur écoute de la radio, c’est le soir avec un taux de 55%, suivi de 35% le matin, et 10% l’écourent l’après-midi.

On constate que les hommes marquent un taux supérieur par rapport aux femmes avec un taux de 60% hommes qui préfèrent écouter la radio le soir, suivi par un taux de 30% qui

écoutent la radio le matin, par contre les femmes qui écoutent la radio le matin représente un taux de 50%, suivi de 40% de femmes qui écoutent la radio le soir, et un taux légale de 10% qui écoutent la radio l'après-midi pour les deux sexes.

Cela peut s'expliquer par le temps libre des hommes qui ont une préférence à écouter la radio le soir et selon leurs attentes et surtout que la plus part des émissions kabyles sont diffusées le soir. Tandis que pour les femmes qui préfèrent écouter la radio le matin ; s'explique par l'intention donnée aux émissions matinales car ses émissions diffusées répondent à leurs besoins.

**Tableau N° 12 : Indique la personne avec qui les enquêtés partagent l'écoute de la radio chaine 2 selon le sexe**

Sexe \ La personne	Seul	En famille	Avec les amis	Total
	Masculin	48 80%	12 20%	0 0%
Féminin	4 20%	16 80%	0 0%	20 100%
<b>Total</b>	52 65%	28 35%	0 0%	80 100%

Selon le tableau ci-dessus on remarque que la majorité des enquêtés préfèrent écouter la radio seuls d'un taux de 65%, suivi de 35% qui écoutent en famille, et l'absence des enquêtés qui écoutent la radio avec des amis.

On constate aussi que, le taux des hommes qui écoutent la radio seuls est plus élevé avec un pourcentage de 80%, suivi par un taux moins élevé de 20% qui l'écoutent en famille, et 0% pour ceux qui écoutent la radio avec des amis, le contraire est constaté chez les femmes

qui préfèrent écouter la radio en famille avec un taux élevé de 80% , contre un taux de 20% qui écoutent la radio seules, et 0% pour celles qui écoutent la radio avec des amis.

Le nombre d’hommes qui écoutent la radio seuls est élevé ; cela s’explique par l’importance donnée à l’écoute des émissions qui leur semblent intéressante et préfère de les écouter seuls. Et pour les femmes qui écoutent la radio en famille ; cela peut être expliqué par la présence de la famille à la maison et aussi la discussion sur les sujets traités dans les émissions.

**Tableau N° 13 : Indique le type d’émission préféré par les enquêtés selon le sexe**

Types d’émissions Sexe	Journal d’information	Musique et divertissement	Jeux et dédicace	religion	culture	sport	Total
	Masculin	21 22,82%	6 6,52%	0 0%	18 19,56%	47 51,08%	0 0%
Féminin	9 23,68%	3 7,89%	0 0%	18 47,36%	8 21,05%	0 0%	38* 100%
<b>Total</b>	30 23,07%	9 6,92%	0 0%	36 27,69%	55 42,30%	0 0%	130* 100%

Remarque : (\*92,\*38,130\*) le nombre de réponses dépasse le nombre des enquêtés, et cela à cause des réponses à choix multiple.

D’après les données recueillies, la majorité des enquêtés préfèrent les émissions culturelles, avec un taux de 42,30%, suivi de 27,69% qui préfèrent les émissions religieuses, et 23,07% pour ceux qui préfèrent le journal d’information, et 6,92% pour le type d’émission musique et divertissement, et 0% pour les type jeux et dédicace, et les émissions de type sport.

Pour le sexe masculin, on remarque que le suivi des émissions culturelles est élevé avec un taux de 51,08%, suivi par 22,82% d'hommes qui préfèrent suivre le journal d'information, et 19,56% pour ceux qui suivent les émissions religieuses, et l'absence des enquêtés hommes qui suivent les émissions de jeux et dédicace et celles de sport. Par contre chez les femmes elles préfèrent suivre les émissions religieuses avec un pourcentage élevé de 47,36%, suivi de 23,68% de femmes qui suivent les informations, et un taux de 21,05% de femmes qui préfèrent les émissions culturelles, et seulement 7,89% de femmes qui suivent les émissions de musique et divertissement, et on remarque l'absence de sexe féminin qui suivent les émissions de jeux et dédicace et celles de sport.

Nous constatons que, le sexe masculin préfère les émissions culturelles, Cela s'explique par l'importance donnée à la culture diffusée par la chaîne 2.

Par contre les femmes trouvent dans la chaîne 2 une source importante en tamazight pour mieux connaître la religion islamique.

## **Section 2 : le rôle de la radio chaine 2 dans la vulgarisation de la culture Amazighe en Algérie.**

### **3. Axe N°3 : La radio chaine 2 utilise des programmes riches tels que les émissions informatives, culturelles pour la vulgarisation de la culture Amazigh en Algérie.**

**Tableau N° 14 : la répartition des enquêtés selon les émissions les plus écoutés**

<b>Les émissions</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Journal	17	14,91%
Si Tizi Ar Tayedh	42	37,71%
Fatawa	36	31,75%
Tiziri Yidwen a cœur ouvert	5	4,83%
Izumal negh	13	11,40%
Total	113*	100%

Remarque : \*113 le nombre des réponses dépasse le nombre des enquêtés, et cela à cause des réponses à choix multiple.

Le tableau ci-dessus nous montre que 37,71% des enquêtés écoutent plus l'émission « Si Tizi Ar Tayedh », suivi de 31,75% des auditeurs qui suivent l'émission « Fatawa », et 14,91 % pour ceux qui écoutent le journal, et 11,40% est le taux des auditeurs qui écoutent l'émission « Izumal negh », et seulement 4,83% de nos enquêtés qui écoutent l'émission « Tiziri Yidwen à cœur ouvert ».

On déduit qu'un taux très important des enquêtés suivent l'émission « Si Tizi Ar Tayedh ». Donc la plus part des auditeurs s'intéressent aux émissions culturelles.

**Tableau N° 15 : la répartition des enquêtés selon l'efficacité de la radio comme moyen pour la transmission de la culture Amazigh**

<b>L'efficacité de la radio</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	72	90%
Non	8	10%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Tout en se basant sur les données de ce tableau, on constate que le pourcentage le plus

important qui est de 90% des enquêtés trouvent que la radio est un moyen efficace pour la transmission de la culture Amazigh, suivi d'un taux faible de 8% des enquêtés qui pensent le contraire.

On remarque que la majorité des auditeurs ont confirmé l'efficacité de la radio comme moyen de transmission de la culture Amazigh, cette confirmation qui s'explique par la préférence de nos enquêtés d'écouter que de lire, et les richesses des émissions culturelles diffusées, qui enrichissent les connaissances des auditeurs. Et pour les enquêtés qui pensent que la radio n'est pas un moyen efficace pour la transmission de la culture Amazigh cela peut être expliqué par la non satisfaction des auditeurs par les programmes diffusés sur la culture Amazigh.

**Tableau N° 16 : Indique les Plans sur lesquels des changements sont effectués auprès des auditeurs grâce à l'usage de la radio par les enquêtés**

<b>Les plans</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Culturel	41	44,08%
Educatif	33	35,48%
Economique	0	0%
Social	19	20,43%
Psychologique	0	0%
<b>Total</b>	<b>93*</b>	<b>100%</b>

Remarque : \*93 le nombre des réponses dépasse le nombre des enquêtés, et cela à cause des réponses à choix multiple.

Ce tableau a pour finalité de savoir sur quel plan l'usage de la radio a effectué des changements sur nos enquêtés.

D'après ce tableau, on constate que 44,08% d'auditeurs ont eu un changement sur le plan culturel, suivi de 35,48% qui ont eu un changement sur le plan éducatif, et pour ceux qui ont eu un changement sur le plan social ; sont représentés avec un taux de 20,43%, et un pourcentage de 0 % pour le plan économique et psychologique.

On déduit, que la majorité des enquêtés ont eu de changement sur le plan culturelle, ce qui explique l'importance donnée à la culture par nos auditeurs.

Aussi les fonctions les plus assurées par la radio d'après ces résultats sont :

- La fonction culturelle ;
- La fonction éducative ;
- La fonction sociale.



**Tableau N° 17 : la répartition des enquêtés selon leurs satisfaction de radio chaine 2 comme source d'information**

Source suffisante	Effectifs	Pourcentage %
Oui	64	80%
Non	16	20%
<b>Total</b>	80	100%

D'après ce tableau et les résultats obtenus, on remarque que la majorité des auditeurs trouvent que la radio chaine 2 est une source d'information suffisante, avec un taux élevé de 80%, par contre 20% des enquêtés trouvent que cette source n'est pas suffisante pour s'informer

**Tableau N° 18 : Indique la satisfaction des besoins des enquêtés en matière de culture par la radio chaine 2**

satisfaction	Effectifs	Pourcentage %
Oui	11	13,75%
Non	69	86,25%
<b>Total</b>	80	100%

Nous remarquons dans ce tableau ci-dessus, que 86,75% d'auditeurs trouvent que leur besoin d'être cultivé par la radio chaine 2 n'est pas satisfaisant, par contre 13,75% d'auditeurs confirment leur satisfaction d'être cultivé par cette chaine.

Ce qui nous montre que la majorité des enquêtés ne sont pas satisfait par ce média avec un fort pourcentage de 86,25%, et cela s'explique par le besoin de se cultiver par d'autres outils (livres, télévision, internet... etc.) et la concurrence des autres médias aussi.

**Tableau N° 19 : Indique ce que pense-les enquêtés des programmes à caractère culturel diffusé selon le sexe**

Programmes a Caractère culturel Sexe	intéressant	Non intéressant	Total
	Masculin	48 80%	12 20%
Féminin	16 80%	4 20%	20 100%
<b>Total</b>	64 80%	16 20%	80 100%

D'après les résultats affichés, on constate que la majorité des enquêtés pensent que les programmes à caractère culturel diffusés par la chaîne 2 sont intéressants avec un fort pourcentage de 80%, suivi de 20% des enquêtés qui pensent le contraire.

On remarque un taux égale à 80% des enquêtés des deux sexes masculin et féminin qui pensent que les programmes à caractère culturel diffusés sont intéressants, Cela s'explique par l'importance donnée aux programmes culturels par les enquêtés, et un taux de 20% d'hommes et femmes qui pensent que ces programmes ne sont pas intéressants puisque pour eux ces programmes sont répétitifs.

**Tableau N° 20 : Indique le rôle de la radio chaine 2 dans l'enrichissement des connaissances des auditeurs selon le sexe**

sexe	Connaissances enrichies par les programmes de la chaine 2		
	Oui	Non	Total
Masculin	33 55%	27 45%	60 100%
Féminin	19 95%	1 5%	20 100%
<b>Total</b>	52 65%	28 35%	80 100%

D'après les résultats obtenus dans ce tableau, nous constatons que les programmes de la chaine 2 enrichissent les connaissances de 65% de la population enquêtée, suivi de 35% des enquêtés qui trouvent que leurs connaissances ne sont pas enrichies par les programmes de la chaine 2.

On remarque aussi, que la connaissance des femmes est plus enrichie par les programmes de la chaine 2 par rapport aux hommes avec un fort pourcentage de 95%, suivi d'un faible pourcentage de 5% des femmes qui confirment le contraire. Et pour les hommes qui trouvent que les programmes de la chaine 2 sont enrichissants représentent un pourcentage de 55%, suivi de 45% d'hommes qui ont déclaré le contraire.

Le taux élevé des auditeurs qui ont confirmés l'enrichissement de leurs connaissances par la radio chaine 2, peut-être expliqué par la variété des émissions diffusées, et les débats fructueux qui permettent d'avoir plus de connaissances sur certains sujets animés.

**Tableau N° 21: Indique la représentation des émissions culturelles diffusées par la radio chaine 2 sur des régions des enquêtés selon le sexe**

sexe	La représentations des émissions culturelles des régions		
	Oui	Non	Total
Masculin	6 10%	54 90%	60 100%
Féminin	6 30%	14 70%	20 100%
<b>Total</b>	12 15%	68 85%	80 100%

D'après l'analyse de ce tableau, on constate un fort pourcentage de 85% d'auditeurs qui déclarent que les émissions culturelles de la radio chaine 2 ne reflètent pas leurs régions, suivi de 15% qui déclarent le contraire.

On remarque que la majorité des hommes sont contre l'idée de représentativité de leurs régions par des émissions culturelles de la chaine 2 de leurs régions avec un taux élevé de 90%, par contre 10% d'hommes trouvent que ces émissions reflètent la culture de leurs régions. Pour les femmes, 70% déclarent que ces émissions ne reflètent pas la culture de leurs régions, et 15% de femmes disent le contraire.

Donc la majorité de nos enquêtés partage l'idée que les émissions culturelles ne reflètent pas la culture de leurs régions, et cela s'explique par le fait que la chaine 2 est une chaine nationale, et elle est dans l'obligation de couvrir toutes les régions de l'Algérie et de veiller à la diffusion de toutes les composantes de tamazight.

**Tableau N° 22 : la répartition des enquêtés selon leurs définitions données à la diffusion de la culture**

<b>Diffusion de la culture</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Un devoir	60	75%
Un droit	16	20%
facultatif	4	5%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

D'après les données relatives à ce tableau on constate que, la majorité de notre population d'étude au niveau de la commune de Bejaia, définissent que la diffusion de la culture est un devoir ; avec un taux élevé de 75%, suivi de 20% d'enquêtés qui la définissent comme un droit et un taux faible de 4% revient aux enquêtés qui déclarent que la diffusion de culture est facultatif.

On remarque, que la diffusion de la culture est considérée comme un devoir pour une plus grande partie d'auditeurs de la chaine 2, cela s'explique peut-être par le besoin de connaître la culture de notre pays et aussi de rendre le mérite à la culture Amazigh en Algérie surtout avec l'officialisation.

**Tableau N° 23: la répartition des enquêtés selon l'influence du printemps noir de 2001 sur les objectifs de la radio chaine 2 et la nationalisation de la langue Amazigh en Algérie**

<b>L'influence de printemps noir de 2001 sur les objectifs de la radio chaine 2</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	44	55%
Non	36	45%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

55% est le taux le plus élevé dans le tableau ci-dessus, et il représente les enquêtés qui ont confirmés l'influence des objectifs culturels de la radio chaine 2 par les événements qu'avait connu la Kabylie en 2001, et 45% d'enquêtés déclarent que le printemps noir n'a pas influencé les objectifs de la radio chaine 2.

Ainsi, une série de violentes émeutes et manifestations politiques de militants kabyles ont causé 126 morts et plus de 5 000 blessés ,et finalement l'état Algérien a accepté certaines revendications des kabyles, il a confirmé pour la 1<sup>ère</sup> fois dans l'histoire de l'Algérie indépendante l'existence de la culture Amazigh, de son identité et l'officialisation de la langue Amazigh plus le début de l'introduction dans le système scolaire Algérien de la langue Amazigh d'après la majorité des enquêtés. L'explication est que ces événements ont affecté les objectifs généraux de la radio chaine 2 par la création des émissions spéciales pour commémorer le sacrifice des personnes ayant participé au printemps noir, et aussi le pouvoir Algérien a donné une certaine liberté aux journalistes pour diffuser des émissions spéciales.

**Tableau N° 24 : la répartition des enquêtés selon leurs points de vue sur l'évolution de la radio chaine 2 sur le plan culturel au cours de ces dernières années**

<b>L'évolution de la radio chaine 2 sur le plus culturel</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	52	65%
Non	28	35%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Selon le tableau ci-dessus, on remarque que le taux des enquêtés qui trouvent que la radio chaine 2 a connu une certaine évolution sur le plan culturel au cours de ces dernières années est représenté par un pourcentage de 65%, suivi de 35% d'enquêtés qui pensent que sur le plan culturel, la chaine 2 n'a connu aucune évolution au cours de ces dernières années.

Donc, la majorité des enquêtés confirment une certaine évolution sur le plan culturel de la radio chaine 2 ces dernières années, cela s'explique par la diversification des sujets et des émissions culturelles diffusées, avec l'ouverture du champ médiatique à la connaissance et la transmission de différentes cultures du pays.

**Tableau N° 25 : Indique le rôle de la langue utilisée dans la transmission de la culture Amazigh par la chaine 2 selon le sexe**

Sexe	la transmission de la culture Amazigh assurée par la langue utilisée		
	Oui	Non	Total
Masculin	57 95%	3 5%	60 100%
Féminin	11 55%	9 45%	20 100%
<b>Total</b>	68 85%	12 15%	80 100%

Les résultats de ce tableau nous montrent que la majorité des enquêtés pensent que la langue utilisée par la radio chaine 2 assure la transmission de la culture Amazigh avec un taux élevé de 85%, tandis que 15% des enquêtés pensent le contraire.

On remarque aussi, un fort pourcentage de 95% d'hommes qui pensent que la transmission de culture Amazigh est assurée à travers la langue utilisée par la chaine 2, et seulement 5% qui disent le contraire, par contre le taux de femmes qui ont confirmées la transmission de la culture Amazigh à travers la langue utilisée est représenté par un pourcentage de 55%, suivi de 45% de femmes qui pensent le contraire.

Le taux élevé des enquêtés qui pensent que la langue utilisée par la chaine 2 assure la transmission de la culture Amazigh, s'explique par la langue Amazigh qui est une langue maternelle pour la majorité des enquêtés. Aussi peut-être expliqué par l'utilisation de la chaine 2 les différentes variantes de la langue Amazigh.



### **Section 3 : le rôle de la radio chaine 2 dans la promotion de la langue Amazighe**

#### **4. Axe N°4 : L'usage de la langue Amazigh par la radio chaine 2 avec ses différentes variantes et variétés linguistique joue un rôle actif dans la promotion de la langue Amazigh.**

**Tableau N° 26 : La répartition des enquêtés selon le niveau de compréhension de la langue de transmission des programmes de la radio chaine 2**

<b>Niveau de compréhension</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Très bien	0	0%
Bien	12	15%
Moyennement	68	85%
Pas du tout	0	0%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Le tableau ci-dessus a pour objectif d'interpréter les données par le fait de détecter le niveau de compréhension de la langue utilisée dans la transmission des programmes de la radio chaine 2.

D'après les résultats, on trouve que le niveau de compréhension de la majorité des enquêtés est moyen avec un taux de 85%, suivi de 15% des enquêtés qui ont un bon niveau de compréhension, et 0% pour ceux qui comprennent la langue très bien et qui ne comprennent pas du tout.

Le taux élevé des enquêtés qui ont un niveau moyen de compréhension peut s'expliquer par l'utilisation des différents dialectes de la langue dans la transmission des programmes ce qui leurs complique la compréhension de tous les programmes.

**Tableau N° 27 : La répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la langue Amazigh qui fait partie de la culture**

<b>La langue Amazigh fait partie de la culture</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	76	95%
Non	4	5%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

D'après l'analyse de ce tableau, on remarque, un fort pourcentage de 95% d'enquêtés qui voient que la langue Amazigh fait partie de la culture, tandis que, les enquêtés qui pensent qu'elle ne fait pas partie de la culture représentent un pourcentage faible de 4%.

On constate que la majorité des enquêtés confirment et ont cette conscience que la langue amazigh fait partie de la culture.

**Tableau N° 28 : La répartition des enquêtés selon l'assimilation du contenu des messages émis par les émissions de la chaine 2 en langue Amazigh**

<b>L'assimilation du contenu</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	52	65%
Non	28	35%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

D'après le tableau ci-dessus, qui a pour but de savoir si les émissions diffusées par la chaine 2 en langue Amazigh facilitent l'assimilation du contenu des messages émis pour notre population d'étude.

Nous constatons que, les émissions diffusées par la chaine 2 en langue Amazigh facilitent l'assimilation du contenu des messages émis pour la majorité des enquêtés avec un

taux de 65%, suivi de 35% d'enquêtés qui trouvent que ces émissions ne leurs facilitent pas la compréhension du contenu des messages émis.

On déduit d'après les résultats que la plupart des enquêtés comprennent le contenu des émissions diffusées par la chaine 2, et pour les enquêtés qui trouvent des difficultés de compréhension. La cause est peut-être la diffusion de certaines émissions en d'autres dialectes.

**Tableau N° 29 : La répartition des enquêtés selon le but des émissions diffusées par la chaine 2 en langue amazighe**

Le but des émissions	Effectifs	Pourcentage %
Informier et cultiver	8	10%
Transmission de la culture Amazighe	16	20%
La promotion de la culture Amazighe	12	15%
Mettre en évidence les acquis de la langue amazigh	4	5%
La préservation du patrimoine culturel de notre pays	4	5%
La Promotion et le développement de la langue Amazighe	28	35%
Atteindre les différentes régions de la population Amazighe	8	10%
<b>Total</b>	80	100%

D'après ce tableau, la majorité des enquêtés avec un taux de 35% pensent que le but des émissions diffusées par la chaine 2 en langue Amazigh est la promotion et le développement de la langue Amazigh, suivi par la transmission de la culture Amazigh avec un taux de 20%, et un taux de 15% pour la promotion de la culture Amazigh.

Quant à ceux qui pensent que le but de ces émissions c'est d'informer et cultiver ils représentent un pourcentage de 10% et c'est le même résultat pour le but d'atteindre les différentes régions de la population amazigh, Suivi de 5% pour le but de préservation du patrimoine culturel de notre pays et le même pourcentage pour les enquêtés qui pensent que l'intérêt de ces émissions est de mettre en évidence les acquis de la langue Amazigh.

De ce fait, on déduit que la majorité des enquêtés pensent que l'objectif des émissions diffusées par la radio chaine 2 c'est de promouvoir et développer la langue Amazigh.

**Tableau N° 30 : La répartition des enquêtés selon la compréhension des différents dialectes de la langue Amazigh utilisés par la chaine 2**

<b>La compréhension des dialectes</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	0	0%
Non	73	91,25%
Pas vraiment	7	8,75%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

D'après ces données, on relève un fort pourcentage de 91,25% des interrogés de la population de la commune de Bejaia qui ne comprennent pas les différents dialectes de la langue Amazigh utilisés par la chaine 2, et un pourcentage de 8,25% d'enquêtés qui ne comprennent pas vraiment tous les dialectes. Cela s'explique par la diversité de dialectes de la région de Bejaia, puisque chaque région à son propre dialecte. Et de là nos enquêtés qui sont de Bejaia (notre terrain de recherche) trouvent des difficultés à comprendre les autres dialectes à part le kabyle.

Tableau N° 31 : La répartition des enquêtés selon les dialectes qui sont compris

Les dialectes	Effectifs	Pourcentage %
kabyle	80	86,95%
chaoui	12	13,04%
Chenoui	0	0%
Mozabite	0	0%
Tergui	0	0%
<b>Total</b>	92*	100%

Remarque : \*92 le nombre des réponses dépasse le nombre des enquêtés, et cela à cause des réponses à choix multiple.

Ce tableau confirme notre Analyse du **tableau n° 30** ; d'après les résultats obtenus dans ce tableau ci-dessus qui représente les dialectes qui sont compris par les enquêtés de la commune de Bejaia, on constate que, les enquêtés comprennent à 86,95% le dialecte kabyle, un taux de 13,04% pour les enquêtés qui comprennent le dialecte chaoui, tandis que le reste des dialectes (Chenoui, mozabite et Tergui) ne sont pas compris par notre population d'étude. Et delà nous pensons que, la chaine 2 est dans l'obligation de mettre en place une stratégie des permissions ; avec les radios locales afin de veiller à la diffusion des différents dialectes auprès des populations qui ne les maîtrisent pas afin de familiariser et de les comprendre.

**Tableau N° 32 : La répartition des enquêtés selon le dialecte écouté régulièrement**

<b>Le dialecte</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Kabyle	80	100%
<b>Total</b>	80	100%

À travers les données de ce tableau, nous remarquons que le kabyle est le seul dialecte que les enquêtés écoutent régulièrement à 100%. La cause est peut être due à la langue maternelle de la commune de Bejaia est la langue kabyle.

**Tableau N° 33 : La répartition des enquêtés selon l'usage de la langue Amazighe par la radio chaine 2 qui les incite à suivre ses programmes**

<b>L'usage de la langue Amazighe incite à suivre les programmes</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	51	63,75%
Non	29	36,25%
<b>Total</b>	80	100%

D'après les résultats obtenus dans le tableau ci-dessus, on remarque que l'usage de la langue Amazigh par la radio chaine 2 a incité la majorité des enquêtés à suivre ses programmes avec un taux de 63,75%, tandis que 36,25% des enquêtés ont déclaré le contraire. Cela nous montre que l'usage de la langue Amazigh par la chaine 2 dans la diffusion des émissions est un facteur clé, attirant une grande masse d'auditeurs, et cela explique que la langue est un outil essentiel pour l'apprentissage de la culture, et la langue Amazigh reflète la culture et l'identité des amazighs. En effet, la chaine 2 représente nos enquêtés.

**Tableau N° 34 : La répartition des enquêtés selon leur point de vue sur le rôle de la diversité des dialectes de la langue Amazighe qui les aident à leurs faciliter la compréhension du contenu des émissions diffusées**

<b>La diversité des dialectes facilitent la compréhension</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	5	6,25%
Non	75	93,75%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Ce tableau ci-dessus y nous indique la facilité de compréhension du contenu des émissions diffusées à l'aide de différents dialectes de la langue Amazighe, d'après les résultats obtenus nous remarquons que la diversité des dialectes de la langue Amazighe n'aident pas à faciliter la compréhension du contenu des émissions diffusées pour la plupart des enquêtés avec un taux élevé de 93,75%, et 6,25% pour ceux qui trouvent que ces dialectes facilitent la compréhension des programmes.

Cela nous démontre que, la diversité des dialectes de la langue Amazigh n'aide pas à faciliter la compréhension du contenu des émissions diffusées par la chaine 2 pour la population de la commune de Bejaia d'après les enquêtés.

**Tableau N° 35 : La répartition des enquêtés selon leur point de vue sur la contribution de la radio chaine 2 à la promotion de la langue Amazigh**

<b>La contribution de la chaine 2 à la promotion de la langue Amazigh</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentage %</b>
Oui	69	86,25%
Non	11	13,75%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

D'après notre enquête sur les 80 auditeurs interrogés, nous remarquons que 86,25% d'entre eux ont répondu que la radio chaine 2 contribue à la promotion de la langue Amazigh, et 13,75% représente les enquêtés qui pensent le contraire.

Cela s'explique par la contribution de la chaine 2 à la promotion de la langue Amazigh à travers la diffusion des émissions sociolinguistiques significatives au développement de cette langue, en invitant les grands chercheurs dans le domaine de la recherche scientifique particulièrement en tamazight, et la variété des dialectes linguistiques, et la diffusion des émissions en duplex ou multiplex à partir des stations régionales de la radio.



**Tableau N° 36 : La répartition des enquêtés selon les propositions pour l'amélioration des programmes de la chaîne 2**

Les propositions	Effectifs	Pourcentage %
Produire plus d'émission en kabyle	71	88,75%
produire des émissions sur la wilaya de Bejaia	13	16,25%
la couverture des événements organisés à Bejaia	1	1,25%
Invité les écrivains, poètes, et les grands chanteurs de la chanson Amazighe	3	3,75%
Réalisé des reportages aux villages de la wilaya de Bejaia	1	1,25%
L'animation de certains programmes en la langue française et arabe	2	2,5%
L'invitation des associations culturelles et d'autres pour participer dans différentes débats	1	1,25%
Diversification des quotas et formation de spécialistes sur le terrain	1	1,25%
Animer plus de débats sur la culture Amazigh	5	6,25%
Augmenter le volume d'horaires pour les émissions importantes	9	11,25%
Faire usage de la langue académique de façon asystématique	1	1,25%
<b>Total</b>	107*	100%

Remarque : \*107 le nombre des réponses dépasse le nombre des enquêtés, et cela à cause des mêmes réponses.

Le tableau N° 36 représente les différentes propositions des enquêtés de la commune de Bejaia pour l'amélioration des programmes de la radio chaine 2. La production de plus d'émissions en Kabyle est la proposition représentée par un taux élevé de 88,75%, suivi de 16,25% des enquêtés qui ont proposés la production des émissions sur la wilaya de Bejaia. Un pourcentage de 11,25% des enquêtés proposent l'augmentation de volume d'horaire pour les émissions importantes, 6,25% pour la proposition de l'animation de plus de débats sur la culture Amazighe, et un taux de 3,75% des enquêtés qui proposent l'idée de l'invitation des écrivains, poètes, et les grands chanteurs de la chanson Amazigh, et 2,5% proposent d'animer certains programmes en la langue française et arabe. Enfin, un même pourcentage de 1,25% des enquêtés ont donné propositions suivantes : la couverture des événements organisés à Bejaia, la réalisation des reportages aux villages de la wilaya de Bejaia, l'invitation des associations culturelles et d'autres pour participer dans différents débats, la diversification des quotas et formation de spécialistes sur le terrain, et l'usage de la langue académique de façon asystématique.

On constate que la majorité des enquêtés de la commune de Bejaia proposent de diffuser plus d'émissions en kabyle et produire des émissions sur la région de Bejaia, cela peut-être expliqué par leurs besoin de plus de programmes animés en dialecte kabyle qui va les inciter à suivre plus de programmes, et le besoin de diffusion des émissions qui reflètent leurs régions.

## Section 4 : Discussion et vérification des hypothèses

### 5. Discussion des hypothèses

À partir de notre étude sur le terrain, menée avec un ensemble des auditeurs de la radio chaîne 2 au niveau de la commune de Bejaia, et selon les résultats des questions posées dans notre questionnaire, sur le thème « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère », les informations suivantes sont recueillies:

Concernant la première hypothèse qui est « **La radio chaîne 2 utilise des programmes riches tels que les émissions informatives, culturelles pour la vulgarisation de la culture Amazigh en Algérie** », nous avons constaté que, la radio est un moyen efficace pour la transmission de la culture Amazighe selon les résultats de **tableau N° 15** qui nous a confirmé par le taux élevé de 90% l'efficacité de la radio comme moyen de transmission de la culture Amazigh. Ce qui veut dire que les enquêtés sont satisfaits à la communication que diffuse la radio. Pour vulgariser la culture Amazigh.

Selon **le tableau N°17**, 80% des auditeurs trouvent que la radio chaîne 2 est une source suffisante qui puisse les informer, elle contribue à renforcer la diffusion de la culture Amazighe, et grâce à elle ; l'information circule rapidement. Aussi, **le tableau N° 19**, nous a confirmé que les programmes à caractère culturel diffusés par la chaîne 2 sont des programmes intéressants avec un taux élevé de 80%. Ainsi, **le tableau N°20** présente un taux de 65%, nous a confirmé que les programmes de la chaîne 2 enrichissent les connaissances des auditeurs.

D'après cette analyse, les auditeurs de la commune de Bejaia donnent une importance aux programmes diffusés par de la radio chaîne 2 et confirme que la radio contribue à la vulgarisation de la culture Amazigh, donc nous pouvons dire que notre première hypothèse est confirmée.

L'ensemble des données analysées dans le quatrième axe, nous aide dans la vérification de la deuxième hypothèse qui est : « **L'usage de la langue Amazigh par la radio chaîne 2 avec ses différentes variantes et variétés linguistique joue un rôle actif dans la promotion de la langue Amazigh** ».

Après l'analyse des résultats, on a pu déduire à partir du **tableau n° 28** un taux important de 65%, des enquêtés qui confirment que les émissions diffusées par la chaîne 2 en langue Amazighe leurs facilitent l'assimilation du contenu des messages émis. Dans le **tableau n° 31**, On constate aussi, un taux de 86,95% qui représente les auditeurs qui

confirment que le dialecte kabyle utilisé par la chaîne 2 est compris par la population de la commune de Bejaia.

On signale aussi à partir de **tableau n° 33** un taux important de 63,75% de nos enquêtés disent que l'usage de la langue Amazigh par la radio chaîne 2 les incite à suivre ces émissions, puisque la langue Amazigh reflète leurs culture et leurs identité, d'autre par un taux de 86,25% des enquêtés confirment la contribution de la radio chaîne 2 à la promotion de la langue Amazigh dans **le tableau n° 35**.

Après avoir analysé les résultats obtenus sur la deuxième hypothèse, on confirme que l'usage de la langue Amazigh par la radio chaîne 2 avec ses différentes variantes et variétés linguistique joue un rôle actif dans la promotion de la langue Amazigh.

## 6. Vérification des hypothèses

Après la réalisation de cette étude et l'analyse des données recueillies ; dans la première partie à l'aide de l'analyse du contenu des programmes de la radio chaîne 2 « programmes de la semaine » et dans sa deuxième partie à l'aide des questionnaires distribués auprès de nos enquêtés « les auditeurs de la radio chaîne 2 », au niveau de la commune de Bejaia (centre-ville de Bejaia) ; nous avons pu accumuler l'ensemble des données qui nous ont aidés à vérifier nos hypothèses afin d'évaluer le rôle de la communication médiatisée par la radio dans la diffusion de la culture berbère.

D'après l'analyse de la première hypothèse, on a constaté que, la communication médiatisée joue un rôle essentiel dans la diffusion de la culture berbère au sein de la radio nationale chaîne 2 qui diffuse des programmes riches informatifs et culturels comme l'émission « **Tiregwa Guedles** » diffusée du dimanche au jeudi qui, est un espace dédié à l'actualité culturelle et artistique. L'émission « **Hira Imyiura** » diffusée le dimanche qui est un espace littéraire, réservé aux jeunes auteurs et aux nouvelles publications. L'émission « **Anebras** », consacrée aux chercheurs et aux nouvelles thèses de recherches dans les différents domaines de recherche scientifique, particulièrement en tamazight. Ce programme est destiné aux chercheurs, dont l'objectif de cette émission est de mettre en exergue tout ce qui se fait pour la promotion et le développement de la langue, et l'émission « **Izumal negh** », diffusée le lundi consacrée à la culture Algérienne dans toutes ses variétés et variantes. L'émission « **Lecteurs et adaptations** », diffusée le mardi, consacrée à l'adaptation de grandes œuvres littéraires et poétiques vers le mozabite et l'adaptation et la lecture de certains extraits vers tamazight. L'émission « **Tira** » diffusée le mercredi, consacrée à la vie littéraire

Algérienne qui connaît une riche diversité éditoriale ce dernier quart de siècle avec la multiplication des maisons d'édition et les nouvelles publications. L'émission « **Voix Eternelles** » diffusée le jeudi, qui a pour objet de rendre un hommage aux grandes voix de la chanson Algérienne vivant ou décédés dans toute sa variété, et ses différents genres musicaux, et formes d'expressions, et de revisiter les œuvres des répertoires musicaux, dont l'artiste en est l'auteur, le compositeur, l'interprète et faire connaître ses œuvres aux auditeurs. L'émission « **Fatawas** » diffusée le vendredi, porte sur la vulgarisation des concepts de l'islam afin de démystifier et simplifier certains sujets, concepts et pratiques liés à la mauvaise interprétation et compréhension de la religion ; et l'émission « **Si Tizi Ar Tayed** » une émission de proximité qui ira à la rencontre des citoyens et des autorités dans les différentes régions du pays. Cette émission s'intéresse aux acquis et réalisations socio-économiques et culturelle enregistrés dans les villages et villes, concernant la modernisation de l'administration au service de citoyen, ainsi que les projets de réussites concrétisés par les différents auteurs de la société dans les différents domaines au niveau social, économique, culturel et éducatif. L'émission « **El 3ach net sekkourt** » diffusée le vendredi, une émission consacrée à la collecte et à la diffusion des traditions anciennes, des différents genres de chants, dictons, contes, pratiques et rituels traditionnels dans les différentes régions de l'Algérie. Nous constatons que la radio chaîne 2 assure une communication de proximité basée sur la transmission de l'information, et la diffusion de la culture Amazigh, selon l'analyse du contenu des programmes diffusés par semaine, par ce qu'elle est un moyen qui informe les auditeurs, et elle veille pour satisfaire les besoins des auditeurs, ce que peut assurer des diverses fonctions comme la fonction informative, éducative et la fonction de divertissement.

D'après les résultats obtenus dans nos questionnaires auprès des citoyens de la commune de Bejaia, on déduit que, du point de vue des auditeurs de la radio chaîne 2, la communication diffusée par la radio comme média de masse est indispensable, elle permet d'informer et de faire connaître la culture berbère en Algérie, Elle sert donc, à véhiculer une bonne information et à cultiver les auditeurs par des émissions culturelles.

Donc, la radio nationale chaîne 2 donne une importance à la communication médiatisée pour attirer plus d'auditeurs et faire transmettre la culture Amazigh, et pour répondre à leurs besoins de s'informer, se cultiver et de se divertir. Donc nous pouvons dire que notre première hypothèse est confirmée.

Concernant la deuxième hypothèse qui est « L'usage de la langue Amazigh par la radio chaîne 2 avec ses différentes variantes et variétés linguistiques joue un rôle actif dans la promotion de la langue Amazigh » ; selon l'analyse de contenu des programmes diffusés par semaine ; nous avons constaté que, en première partie, d'après les programmes diffusés le dimanche, l'émission « **Anebras** » a pour objectif de mettre en exergue tout ce qui se fait pour la promotion et le développement de la langue Amazighe. Ensuite l'émission « **Immal n Tmazight** » qui aborde la question de la langue et la culture Amazigh, animée en différents dialectes de la langue Amazigh, dont le but est de mettre en évidence tous les acquis de la langue Amazigh, sa promotion et son évolution dans les milieux éducatifs et socioculturels et faire connaître aux auditeurs la culture Amazigh. Et l'émission « **Iwalen delem3ani** » qui est un espace interactif conçu à l'étymologie de la linguistique, la symbolique et l'évolution du vocabulaire et des mots et expressions berbères diffusée le mercredi, et l'émission sociolinguistique « **Iles umazigh** » diffusée le jeudi, dont l'animation est assurée par plusieurs intervenants de la langue amazighe afin d'assurer l'intercompréhension entre les différentes variantes de la langue Amazigh (Chaoui, Mzab, kabyle, targuie, chenoui, Zenet). L'objectif de cette émission est de promouvoir et mettre en exergue la langue Amazigh par ses différentes variantes et variétés linguistiques. Nous distinguons que l'utilisation de la langue Amazighe par la chaîne 2 est très indispensable pour la contribution à la promotion de la langue Amazigh, c'est grâce à ces différentes émissions et à la diversité des dialectes linguistiques tels que le kabyle, chaoui, chenoui, tergui, Mzab que la langue et la culture Amazigh sont propagées à travers la radio chaîne 2.

En deuxième partie, on a constaté que les auditeurs de la commune de Bejaia comprennent très bien le contenu des émissions diffusées en kabyle, malgré la difficulté de compréhension des émissions diffusées en d'autres dialectes tels que (chenoui, tergui, Mzab), la raison est due à la langue maternelle kabyle de la région de Bejaia mais cela ne les empêche quand même pas de suivre et comprendre les émissions diffusées en dialecte kabyle et en chaoui puisque il y a une minorité qui comprennent les émissions diffusées en dialecte chaoui. Et les citoyens de la commune de Bejaia écoutent la radio chaîne 2 pour s'informer et se cultiver, ils cherchent plus d'émissions en kabyle aussi ils attendent de la radio chaîne 2 de diffuser des émissions qui reflètent leurs régions pour les inciter à la suivre plus et mieux circuler l'information et transmettre la culture Amazigh.

# CONCLUSION

## Conclusion

---

### Conclusion

À la lumière de l'analyse des résultats obtenus au cours de la présente étude, nos hypothèses ont été confirmées en répondant à la problématique de la recherche sur le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère au sein de la radio nationale chaîne 2, tenons compte des fonctions des médias.

Aujourd'hui la communication médiatisée est comprise comme étant un facteur important de développement et de transmission de la culture aux futures générations pour se construire, ce média est un outil efficace et dispose d'un personnel capable pour qu'il soit apte à satisfaire le public assoiffé de bien être divertit, de bien être éduquer, et en fin de bien surtout d'être informer et cultiver.

Cependant, nous tenons à dire que, les masses médias sont un moyen efficace pour la transmission de la culture, et la radio chaîne 2 est un organisme qui touche un large public, à travers les différents services qu'elle représente, c'est une source de gratification et de divertissement, en raison qu'elle joue un rôle essentiel dans la diffusion de la culture.

Ainsi, la radio est le moyen de communication, qui est accessible à tout le monde par son mode de communication particulier qui se pose sur l'oralité, lui permet d'être un média de proximité, elle abolit les distances entre les interlocuteurs et joue sur l'interaction imitant les conversations à deux ou à plusieurs par des animateurs.

Dans notre recherche nous avons constaté que, la radio chaîne 2 occupe un espace important à travers la diffusion de ses programmes, elle possède des émissions assez riches, pour informer les citoyens et diffuser la culture Amazigh. Et le travail de terrain a montré que l'usage de la langue Amazigh par la chaîne 2 contribue au développement et à la promotion de la langue Amazigh. Et cela à travers les différents dialectes utilisés comme le kabyle, chaoui, chenoui, Mzab, et Tergui. On a distingué que la radio chaîne 2 peut donc, d'une part, procéder à informer les auditeurs et diffuser la culture et d'une autre part à la promotion de la langue Amazigh, Donc, il ya un lien entre la langue et le contenu des émissions diffusées par la chaîne 2, et la fonction de la transmission de la culture à la population Algérienne.

On résume que, la population de la commune de Bejaia réclame la satisfaction des besoins culturels, comme le besoin de production des émissions animées en dialecte kabyle et le besoin de diffusion des émissions qui reflètent leurs régions.



## Conclusion

---

Ouvrir le champ de recherche à d'autres études qui peuvent être réalisées sur le rôle de la communication médiatisée par la TV dans la transmission/ vulgarisation de la culture, surtout avec les chaînes de TV Algérienne privée telles que : Berbère TV (pour le public Algérien à l'étranger).

Aussi les chaînes : Dzair Tv et Numédia Tv ; qui sont des chaînes bilingues : Arabe/ Amazigh auprès des Algériens en Algérie surtout que tamazight est une langue nationale et officielle.

**LISTE  
BIBLIOGRAPHIQUE**

## La liste bibliographique

### A. Les ouvrages thématiques

- 1) DERIEUX Emmanuel, « le droit des médias », 4<sup>ème</sup> édition, Dalloz, Paris, 2010.
- 2) LAVOINNE Yves, « La radio ». Librairie Larousse, 1980.
- 3) MEUNIER Jean-Pierre et PERAYA Daniel, « Introduction aux théories de la communication », 2<sup>e</sup> édition, de Boeck & Larcier s.a, 2004.
- 4) MARROU Henri-Irénée, « Saint augustin et la fin de la culture antique », Edition de Beccord, Paris, 1958.
- 5) BAUMARD Philippe, BENVENUTI Jean-André, « Compétitive et système d'information », InterEditions paris, 1998.
- 6) DUPRIEZ Pierre et SOLANGE Simon, « La résistance culturelle : fondements, applications et implications du management interculturel », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2002.
- 7) CHAKER Salem, « La langue berbère en France, situation actuelle et perspectives de développement », INALCO/ CEDREA-CRB, paris, 1997.
- 8) CHELLI Amirouche, « Manuel didactico-pédagogique d'initiation à la langue berbère de Kabylie », édition publibook , 2012.
- 9) SACRISTE Valérie, « Communication et médias », édition Foucher, paris, 2007.
- 10) GROSJEAN Sylvie et BONNEVILLE Luc, « La communication organisationnelle : approches, processus et enjeux », chenelière éducation, Montréal, 2011.
- 11) LIBAERT Thierry, « Introduction à la communication », Dunod, paris, 2009.
- 12) BERTRAND Claude- Jean, « Médias : introduction à la presse, la radio et la télévision », 2<sup>ème</sup> édition Ellipse, 1995.
- 13) MAUGRET Éric, « Sociologie de la communication et des médias », 2<sup>ème</sup> édition, Armande Colin, paris, 2003.
- 14) LAZAR Judith, « Sociologie de communication de masse », édition Armand colin, Paris, 1991.
- 15) PEDLER Emmanuel, « Sociologie de la communication », Nathan, Paris, 2000.
- 16) ALBERT pierre, « Histoire de la presse », PUF, Paris, 1996.
- 17) ALBERT pierre et TUDESQ André-Jean, « Histoire de la radio- télévision », PUF, Paris, 1981.

- 18) LAMIZET Bernard, « Histoire des médias audiovisuels », Edition Ellipses, Paris, 1999.
- 19) MARSHALL Macluhan, « Pour comprendre les médias », Edition Mame/ Seuil, Paris, 1968.
- 20) FREDERIC Barbier et BERTHO-LAVENIR Catherine, « Histoire des medias de Diderot à internet », 3<sup>ème</sup> édition, Armand colin, Paris, 2003.
- 21) DECAUDIN Jean-Marc, « La communication Marketing », 2<sup>ème</sup> édition ECONOMICA. Paris, 1999.
- 22) COLLET Hervé, « Communiquer pourquoi, comment ? », CRIDEC Edition, Paris, 2004.
- 23) BRETON Philippe. Serge PROULX, « L'expulsion de la communication », Édition la découverte, Paris, 2012.
- 24) MEUNIER Jean-Pierre et PERAYA Daniel, « Introduction aux théories de la communication », 3<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2010.
- 25)<sup>1</sup> RIOM Aude et autres, « Toute la fonction communication », 1<sup>ère</sup> édition Dunod, paris, 2010.
- 26) OLLIVIER Bruno, « Les sciences de la communication : théories et acquis », édition Armand colin, paris, 2007.
- 27) PATEYRON Emmanuel- Arnaud et SALMON Robert, « Les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise », ECONOMICA, Paris, 1996.
- 28) THERON Michel, « Comprendre la culture générale », Edition Ellipses, Paris, 1998.
- 29) CUCHE Denys, « La notion de culture dans les sciences sociales », , Edition la découverte paris 1998.
- 30) AREZKI Dalila, « L'identité berbère. De la frustration a la violence, la revendication, en Kabylie », Edition Atlantica, France, 2005.
- 31) GAID Mouloud, « Les berbères dans histoire » 2<sup>ème</sup> Edition MIMOUNI, Alger, 2009.
- 32) CHAKER Salem, « Imazighen Ass-a : berbère dans le Maghreb contemporaine », Édition Bouchène, Saint-Denis, 1990.
- 33) OUERDANE Amar, « La question berbère dans le mouvement national Algérien, 1926-1980 », Édition Épigraphie, Alger, 1993.
- 34) ABROUS Dahbia et CLAUOT-HAWAD, « Imazighen du nord au sud : des ripostes différentes à une même négation », CNRS Éditions, Paris, 1999.

- 35) DESSALES Jean-Louis, « Aux origines du langage, une histoire naturelles de la parole », Edition hermès, Paris, 2000.
- 36) QUEFFELEC Ambroise, et autres, « Le français en Algérie : lexique et dynamique des langues », édition Duculot, 2002.
- 37) CHERIGUEN Foudil, « politiques linguistique en Algérie », In : mots, N° 52 septembre 1997.
- 38) HADDADOU Mohand-Akli, « Défense et illustration de la langue berbère suivit de l'apport des berbères a la civilisation universelle », Edition Epigraphe 1990.
- 39) GALAND-PERNET Paulette, « Littérature berbère des voix des lettres », Edition Presse universitaire de France, Paris, 1998.

## **B. Les ouvrages méthodologiques**

- 1) DEPELTEAU François, « la démarche d'une recherche en sciences humaines : de la question de départ à la question de la communication des résultats », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2010.
- 2) GIROUX sylvain et TREMBLAY Ginette, « méthodologies des sciences humaines », 3<sup>ème</sup> édition, Pearson, Québec, 2009.
- 3) TREMBLAY Marc- ADELARD, « Initiation à la recherche dans les sciences sociales », édition Chicoutimi, Québec, 1968.
- 4) ANGERS Maurice, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », 6<sup>ème</sup> édition CEC, Québec, 2014.
- 5) ANGERS Maurice, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », édition casbah, Alger, 1997.
- 6) GRAWITZ Madeleine, « Méthode des sciences sociales », 11<sup>ème</sup> édition Dalloz, paris, 1990.
- 7) GUIDERE Mathieu, « Méthodologie de la recherche », édition Ellipses », paris, 2004.
- 8) GRAWITZ Madeline, « lexique des sciences sociales », 8<sup>ème</sup> édition Dalloz, paris, 2004.

- 9) B. MILES Matthew et A. HUBERMAN Michael, « **Analyse des données qualitatives** », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, paris, 2003.
- 10) GIROUX Sylvain et GINETTE Tremblay, « **Méthodologie des sciences humaines** », 3<sup>ème</sup> édition Pearson, canada, 2009.
- 11) BRADINE Laurence, « **Analyse de contenu** », P.U.F, France, 1980.
- 12) QUIVY Raymond et CAMPENHOUDT Luc Van, « **Manuel de recherche en sciences sociales** », 3<sup>ème</sup> édition Dunod, paris, 1995.
- 13) GAUTHY-SINECHAL Martine et VANDERCAMMEN Marc, « **Études de marchés méthodes et outils** », 2<sup>ème</sup> édition de Boeck, Bruxelles, 2005.
- 14) GAY Thomas, « **l'indispensable de la sociologie** », édition Studyrama, paris, 2004.
- 15) DEPELTEAU François, « **La démarche d'une recherche en sciences humaines** », édition de Boeck, Québec, 2000.
- 16) JAVEAU Claude, « **Enquête par questionnaire: manuel à l'usage du praticien** », Institut de sociologie, 3<sup>ème</sup> édition, édition d'organisation, Paris. 1981.
- 17) BALLE Francis, « **Lexique de l'information communication** », Dalloz, 1<sup>ère</sup> édition, paris, 2006.
- 18) GIANNELLONI Jean-Luc et VEMETTE Eric, « **Etude de marché** », édition Vuibert, paris, 1998.

### **C. Les dictionnaires et les encyclopédies**

- 1) DORTIER Jean –François, « **Dictionnaire des sciences humaines** », édition Auxerre (France) ,2004.
- 2) LAMIZET Bernard. SILEM Ahmed, « **Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication** », édition Ellipse, paris, 1997.
- 3) MESURE Sylvie et SAVIDAN Patrick, « **Le dictionnaire des sciences humaines** », 1<sup>ère</sup> édition Quadrige, PUF, paris, 2006.
- 4) BALLE Francis, « **Dictionnaire des médias** », édition Larousse, paris.2013.
- 5) Akbar, « **Dictionnaire de sociologie contemporaine** », édition Zagros, 2004.
- 6) Jean Etienne, « **Dictionnaire de sociologie** », édition hâtier, paris, 1997.
- 7) BALLE Francis, « **Dictionnaire des médias** », Larousse, Paris, 1998.

## D. Mémoires et thèses de recherche

- 1) AZZOUG Zakia et AZZOUG Sabrina, « **Statut des langues et représentation en Kabylie, le français face à l'officialisation de Tamazight** », Mémoire de master, option science du langage, Université Abderrahmane mira Bejaia, faculté des lettres et des langues, département de français, directeur de recherche M.HEDDAD Mohand. 2016/2017.
- 2) AIT-MIMOUNE Ourdia, « **La place de la langue tamazight dans les attitudes et représentation linguistiques des apprenants du cycle moyen** », thèse de magister option linguistique berbère, l'Université mouloud Mammeri TIZI-OUZOU. Faculté des lettres et des sciences humaines, département des langues et culture amazigh. Président(e) TIGZIRI Nora.
- 3) LEGAULT Caroline, « **médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales Québécoises en plan d'action à découvrir** », thèse de recherche, Université du Québec à Trois-Rivières, en 2009 publié le 25 novembre 2011 à 21h02. Disponible sur le site : <http://depot-e.uqtr.ca/1572/>.

## E. Article et document électronique

- 1) CAMPA Véronique, « **Discussion autour de la notion de Culture de masse** », Séminaire de Communication Intellectuelle et Internet, Institut Nationale des Langues et Civilisation Orientales (INALCO), Paris 2002-2003, disponible sur le site : [http://semioweb.msh-paris.fr/escom/ressources\\_enligne/Enseignement/02\\_03/02\\_03\\_oipp/projets/culture\\_masse.pdf](http://semioweb.msh-paris.fr/escom/ressources_enligne/Enseignement/02_03/02_03_oipp/projets/culture_masse.pdf)
- 2) YASSAFI Moussa, « **La communication médiatisée et son rôle dans le développement des relations humains** », Revue Economie & kapital, disponible sur le site : <https://revues.imist.ma/index.php?journal=REK&page=article&op=view&path%5B%5D=10017>.

- 3) « **Projet de loi portant code de la communication médiatisée** », disponible sur le site : [http://dwizernews.com/wp-content/uploads/CODE\\_communication-version-presentee-a-lassemblee.pdf](http://dwizernews.com/wp-content/uploads/CODE_communication-version-presentee-a-lassemblee.pdf).
- 4) SANDID Amar et MELLIKECHE Achour, « **Le rôle de la radio locale dans la transmission de la culture berbère** », Mémoire de Licence, Option : Communication, Université Abderrahmane mira Bejaia, Faculté des lettres et des sciences humaines, promotrice AMROUCHE Nassima, 2009-2010.
- 5) Alexandre Roth, « **Comment médiatiser votre entreprise** », le marketeur français, en ligne. Disponible sur le site : <https://lemarketeurfrancais.com/voir/alexandre-roth/>.
- 6) PERAYA Daniel, « **Médiation, médiations : des médias éducatifs aux environnements numériques de travail** », TECFA - Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Éducation, Université de Genève (Suisse), disponible sur le site : <https://journals.openedition.org/dms/153>
- 7) CATHIA Papi, « **médiation et médiatisation** », Revue internationale sur le numérique en éducation et communication. Disponible sur le site : <https://revue-mediations.teluq.ca/index.php/Distances/article/download/61/29/>.
- 8) S. Ipek ORTAER, « **Médiation et médiatisation** », DOCPLAYER. Disponible sur le site : <https://docplayer.fr/16538389-Mediation-et-mediatisation.html>. Publié le 19/01/2012.
- 9) MARCOCCIA Michel, « **La communication médiatisée par ordinateur : problèmes de genres et de typologie** », Publié le 18 avril 2003, disponible sur : ([http://gric.univ-lyon2.fr/Equipe1/actes/Journee\\_Genre/Marcoccia\\_CMC\\_genres.rtf](http://gric.univ-lyon2.fr/Equipe1/actes/Journee_Genre/Marcoccia_CMC_genres.rtf)).
- 10) VERDURE Christophe, « **La notion de culture-dossier la culture, reflet d'un monde polymorphe** », in : Futura Sciences. Publié le 19 mai 2003. Disponible sur le site : <https://www.futura-sciences.com/sciences/dossiers/philosophie-culture-reflet-monde-polymorphe-227/page/4/>.
- 11) MARTINE-CROS Gabriel, « **Il été une fois les berbères** », dans collections 55, daté avril - juin 2012. Disponible sur le site : <https://www.lhistoire.fr/il-%C3%A9tait-une-fois-les-berb%C3%A8res>.
- 12) Jardin Majorelle, « **Introduction a la culture berbère** ». Disponible sur le site : <https://nezhatamazight.wordpress.com/introduction-a-la-culture-berbere/>.
- 13) MOUDEVILLE Monia, « Stratégies identitaires de conservation du patrimoine amazigh en Tunisie », publié le 30/09/18. Disponible sur le site (<https://www.tunisie->



[berbere.com/strategies-identitaires-de-conservation-du-patrimoine-amazigh-en-tunisie/](http://berbere.com/strategies-identitaires-de-conservation-du-patrimoine-amazigh-en-tunisie/)).

- 14) ARRAMI Stéphane « **100 million d'amazighs dans le monde** », amazigh 24. consultant SEO formateur, 2019-2013. Publié le 18 octobre 2017. Disponible sur le site : <https://amazigh24.com/guide/100-millions-damazighs-dans-le-monde>.
- 15) GUIVARCH Cécile et IKEN Ali, « **de l'oralité à l'écriture- introduction a la poésie amazigh** », publié en : septembre 2005, disponible sur le site : [www.francopolis.net/vues/presentationpoesieamazigh.htm](http://www.francopolis.net/vues/presentationpoesieamazigh.htm)).
- 16) AIT-LARBAS, « **Les monuments de la tradition berbères (1<sup>er</sup> partie)** », publié le : 30/08/2007. Disponible sur le site : <https://www.depechedekabylie.com/evenement/44686-les-monuments-de-la-tradition-berbere-1re-partie/>).
- 17) HADDADT, « **Le tatouage berbères au-delà de l'aspect esthétique, mémoire du corps** », publié le 29/11/2018. Disponible sur le site : <https://masterccs.hypotheses.org/9654>).
- 18) BOUMEKLA Madjid, « **Yennayer : les mille rites** », publié Le 10/02/2006. Disponible sur le site : <http://amazighblog.over-blog.com/article-1835206.html>.
- 19) AZITITOU, « **Le mariage traditionnel de Kabylie, l'Algérie, ses coutumes, sa culture et ses traditions** », Publié le 2juin2009. Disponible sur le site : <https://azititou.wordpress.com/2009/07/02/le-mariage-traditionnel-de-kabylie>).
- 20) « **Langage, langue, parole - Bienvenue dans la Boite à Saussure** », Edition 2018 la boite à Saussure. Disponible sur le site : [http://laboiteasaussure.fr/langage\\_langue\\_parole.htm](http://laboiteasaussure.fr/langage_langue_parole.htm).
- 21) CHAKER Salim, « **Dialecte** », in : encyclopédie berbère. Disponible sur le site : <https://journals.openedition.org/encyclopedieberbere/2252>).
- 22) BOUDRAS-CHAPON Valentin, « **Langue nationale, langue officielle, langue vernaculaire, langue véhiculaire, langue maternelle** », publié le 7octobre 2008. Disponible sur le site : <https://ripostelaique.com/Langue-nationale-langue-officielle.html>).
- 23) DOURARI Abderrezak, « **Tamazight langue nationale en Algérie: États des lieux et problématique d'aménagement** », Sidi Fredj : acte du premier colloque sur l'aménagement de Tamazight, 05, 07 décembre 2006. P44. Disponible sur le site : [https://www.academia.edu/1645765/Tamazight\\_langue\\_nationale\\_en\\_Alge%C3%A9rie\\_Etats\\_des\\_lieux\\_et\\_probl%C3%A9matique\\_dam%C3%A9nagement](https://www.academia.edu/1645765/Tamazight_langue_nationale_en_Alge%C3%A9rie_Etats_des_lieux_et_probl%C3%A9matique_dam%C3%A9nagement)).

- 24) « Les berbères en Afrique du Nord », disponible sur le site : [http://www.axl.cefanelaval.ca/afrique/berberes\\_Afrique.htm](http://www.axl.cefanelaval.ca/afrique/berberes_Afrique.htm) . consulté le 18/05/2019
- 25) « L'Algérie consacre la langue berbère après une longue lutte.. », publié le 07 février 2016 à 14h45. Disponible sur le site : (<https://www.jeuneafrique.com/depeches/300391/societe/lalgerie-consacre-langue-berbere-apres-longue-lutte/>).
- 26) « L'officialisation du tamazight scelle "définitivement" son appropriation par tout le peuple algérien titre », publié le mardi 06février 2018. Disponible sur le site (<http://www.aps.dz/algerie/69476-l-officialisation-du-tamazight-scelle-definitivement-son-appropriation-par-tout-le-peuple-algerien>)

# **Annexes**

## **Annexe n°1**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia.**

**Faculté des sciences humaines et sociales.**

**Département des sciences humaines.**

**Option :** communication et relation publiques.

**Thème :** « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère. »

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'étude pour l'obtention du diplôme de master en sciences humaines, option « communication et relations publiques » nous avons élaboré ce questionnaire pour étudier « le rôle de la communication médiatisée dans la diffusion de la culture berbère. »

Pour cela, nous vous prions de bien vouloir remplir le questionnaire suivant nous. Nous vous indiquons que vos réponses ne seront utilisées que pour des fins scientifiques.

Nous vous remercions pour votre collaboration.

**Nom et prénom :**

- LAHLAH Nawel
- MESSAOUDEN Lydia

**Sous la direction de :**

- Mme DIB Ifourah Rabiaa

**Année universitaire : 2018/2019**

## Annexe n°2

### Le questionnaire

#### Axe N° 1 : relatifs aux données personnelles

##### 1-sexe :

- Masculin
- Féminin

##### 2-Age :

- [18-28[
- [28-38[
- [38-48[
- [48-58[
- 58 et plus

##### 3- Situation familiale :

- Célibataire
- Marié (e)
- Divorcé (e)

##### 4- Niveau d'instruction :

- Sans niveau
- Primaire
- Moyen
- Secondaire
- Supérieur

##### 5- l'activité socioprofessionnelle :

- Etudiant
- Fonctionnaire
- Fonctionnaire libéral
-

- Cadre supérieur
  - Retraité
  - Sans profession
  - Autre, citez- la
- .....

**6- Le lieu de résidence :**

- Urbain
- Rural

**Axe N° 2 : relatifs aux habitudes de l'audimat de la radio nationale chaine 2**

**7- Ecoutez-vous la radio chaine 2 ?**

- Continuellement
- Régulièrement
- De temps en temps
- Rarement
- Jamais

**8- Depuis quand vous écoutez la radio chaine 2**

.....

**9- A quelle fréquence écoutez-vous la radio chaine 2 ?**

- Tous les jours
- 3 fois par semaine
- 1 fois par semaine
- 1 fois par mois
- Jamais

**10- vous écoutez la radio chaine 2**

- A la maison
- Dans le véhicule
- Au travail
- Sur portable
-

- Sur internet

**11- Quand écoutez-vous la radio chaine 2 ?**

- Le matin
- L'après midi
- Le soir

Pourquoi ?.....

**12- Généralement vous écoutez la radio**

- Seul
- En famille
- Avec des amis

Pourquoi ?.....

**13- Quel est le type d'émission que vous préférez écouter ?**

- Journal d'information
- Musique et divertissement
- Jeux et dédicace
- Religion
- Culture
- Sport

Autres.....

**Axe N° 3 :** relatifs à la chaine 2 et les programmes qui contribuent à la transmission de la culture Amazigh

**14- Quelles sont les émissions de la radio chaine 2 que vous écoutez le plus ?**

.....  
.....

**15-** pensez-vous que la radio est un moyen efficace pour la transmission de la culture Amazigh ?

➤ Oui

➤ Non

Pourquoi ?.....

.....

**16-** votre usage de la radio à t'il effectué des changements en vous sur le plan

➤ Culturelle

➤ Educatif

➤ Economique

➤ Social

➤ Psychologique

Comment ?.....

**17-** La radio chaine 2 est elle une source suffisante qui puisse vous informer ?

➤ Oui

➤ Non

**18-** Est-ce que votre besoin d'être cultivé est satisfait par ce média ?

➤ Oui

➤ Non

Si Non, pourquoi ?.....

.....

**19-** Que pensez-vous des programmes à caractère culturel diffusé ?



➤ Intéressant

➤ Non intéressant

Pourquoi ?.....

.....

**20-** Est- ce que les programmes de la chaine 2 enrichissent-ils vos connaissance ?

➤ Oui

➤ Non

Comment ?.....

.....

**21-** les émissions culturelles diffusées par la radio chaine 2 reflètent-elles la culture de votre région ?

➤ Oui

➤ Non

Comment ?.....

.....

**22-** comment définissez-vous la diffusion de la culture ?

➤ Un devoir

➤ Un droit

➤ Facultatif

**23 -** Est-ce que les événements qu'avait connu la Kabylie en 2001, ou bien se qu'on appelé communément le printemps noir avait influencé les objectifs culturels de la radio ?

➤ Oui

➤ Non

Comment ?.....

.....

**24 -** Est-ce que la radio chaine 2 aconnu une certaine évolution sur le plan culturel au cours de ces dernière années ?

➤ Oui

➤ Non

Si oui, expliquez ?.....

.....

**25-** A votre avis, la langue utilisée par la radio chaine 2 assure -telle la fonction de la transmission de la culture Amazigh ?

➤ Oui

➤ Non

Expliquez ?.....

.....

**Axe N° 4:** relatifs aurôle de la chaine 2 dans la transmission et la promotion de la langue Amazigh

**26-** comprenez-vous la langue de transmission des programmes de la radio chaine 2 ?

➤ Très bien

➤ Bien

➤ Moyennement

➤ Pas du tout

Expliquez ?.....

.....

**27-** pensez-vous que la langue Amazigh fait partie de la culture ?

➤ Oui

➤ Non

Si, Non expliquez ?.....

.....

**28-**Est-ce que les émissions diffusées par la chaîne 2 en langue Amazigh vous facilitent l'assimilation du contenu des messages émis ?

➤ Oui

➤ Non

Si Non, pourquoi ?.....

**29-**A votre avis quel est le but des émissions diffusées par la chaîne 2 en langue Amazigh ?

.....

.....

**30-** Comprenez-vous les différents dialectes de la langue Amazigh utilisés par la chaîne 2 ?

➤ Oui

➤ Non

➤ Pas vraiment

Expliquez ?.....

.....

**31-**Quels sont les dialectes que vous comprenez ?

➤ Kabyle

➤ Chaoui

➤ Chenoui

➤ Mozabite

➤ Terguie

**32-**Quel dialecte écoutez-vous régulièrement ?.....

**33-** Est- ce que l’usage de la langue Amazigh par la radio chaine 2 vous incite à suivre ses programmes ?

➤ Oui

➤ Non

Si Oui, comment ?.....

.....

**34-** Est-ce-que la diversité des dialectes de la langue Amazigh vous aident-ils à vous faciliter la compréhension de contenu des émissions diffusées ?

➤ Oui

➤ Non

**35-** pensez-vous que la chaine 2 contribue à la promotion de la langue Amazigh ?

➤ Oui

➤ Non

Comment ?.....

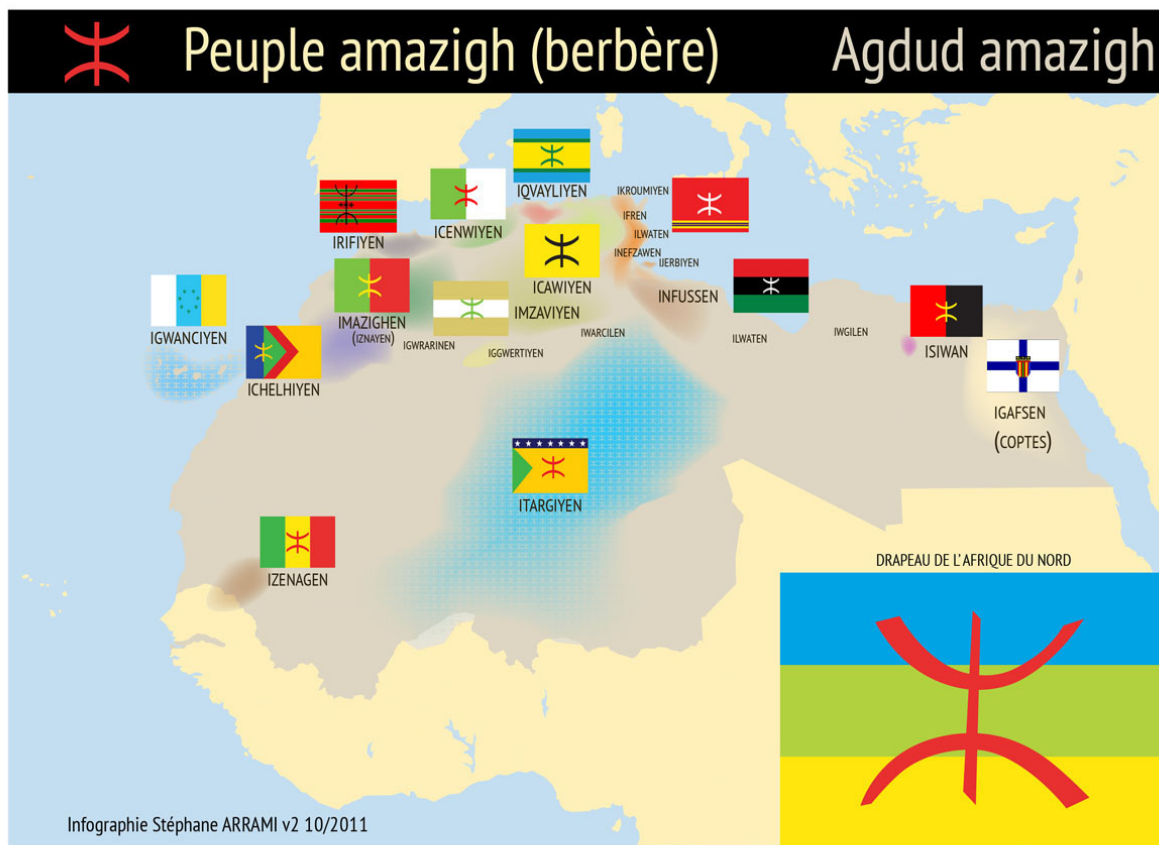
.....

**36-** Quels sont vos propositions pour améliorer les programmes de la chaine 2 ?

.....

.....

### Annexe n°3 : Qui sont les Amazighe ?

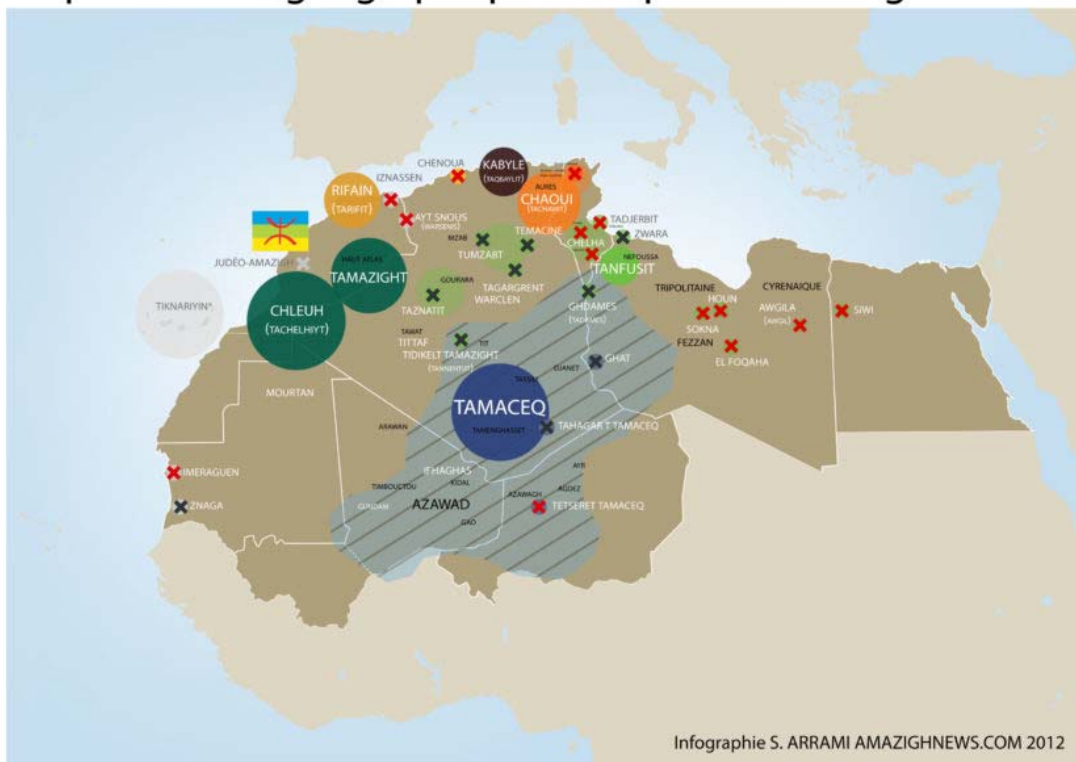


Source : « Qui sont les amazighs ? », disponible sur le site : <https://amazigh24.com/qui-sont-les-amazighs>.

**Annexe n°4 : carte des perles amazighes berbères**

# Tamazight - Langue berbère

Emplacements géographiques des parlers amazighs



Infographie S. ARRAMI AMAZIGHNEWS.COM 2012

**la Berbérie**  
Nation d'Afrique du Nord  
Tamazgha

*Sens ancien : Ta-Amaz-Ra - Ta Amaz Ra "Terre de ceux qui adorent le Soleil"*

**Touareg**  
(4 millions de locuteurs)

**Tamazight de l'Atlas**  
(13 millions dont 8 millions tachelhit)

**Tamazight zénète orientale**  
(1,5 million)

**Tamazight septentrionale**

- Kabyle (6,5 millions)
- Rifain (4 millions)
- Chenoua
- Chaoui (5 millions)

tamazight reconnue langue nationale et officielle

pays touareg

⊗ niveau de vitalité inconnu

⊗ vulnérable

○ colonie espagnole

⊗ en danger

⊗ en grand danger

Source : « cartes des perles amazighes berbères », disponible sur le site :

<https://amazigh24.com/carte-des-parlers-amazighs-berberes/>.

**Annexe n°5 : Le drapeau confédéral et culturel de Tamazigha**



Source : « Qui sont les amazighs ? », sur le site : <https://amazigh24.com/qui-sont-les-amazighs>.

