

**Réseaux sociaux numériques Vs discours médiatiques  
télévisés en contexte algérien**  
**Quelle réalité pour quel chevauchement ?**  
**Digital social networks Vs televised media discourse in an  
Algerian context**  
**Which reality for which overlap?**

**Haif Nour El Houda** <sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Laboratoire FEU,  
Faculté des lettres et des langues,  
Université Kasdi Merbah –Ouargla-  
(Algérie).

haifnourelhouda1@gmail.com

**Pr.Dakhia Abdoulouahab**<sup>2</sup>

<sup>2</sup>Laboratoire SEPRADIS,  
Faculté des lettres et des langues,  
Université Mohamed Khider –Biskra-  
(Algérie).

abdelouahab.dakhia@gmail.com

Date de réception:11-05-2021	Date de révision:27-05-2021	Date d'acceptation:30-06-2021
------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

**Résumé:**

La densité et la diversité des plates-formes de communication modernes ont rendu l'échange d'informations et l'accès à celles-ci rapide et plus facile, notamment via les réseaux sociaux numériques, ayant pour but de stimuler l'interaction et répondre aux besoins de l'individu. En effet, les médias traditionnels maintiennent leur position auprès des masses, en adoptant de nouveaux procédés numériques. À travers cette contribution, nous cherchons à démystifier les caractéristiques de ce chevauchement qui peut réunir le discours médiatique télévisé et les réseaux sociaux et les manifestations de cette adoption numérique au sein du contexte algérien, en prenant en considération le contenu et les performances des chaînes privées.

Pour ce faire, une étude sera menée et soutenue par une enquête en optant pour une méthodologie analytique descriptive ; ayant pour objectif essentiel de déterminer les perspectives de la problématique posée mais aussi de comprendre ce phénomène entre le discours, l'être et l'écran !

**Mots clés:**

Réseaux sociaux numérique, discours médiatique télévisé, contexte algérien, chaînes télévisées privées, performance, chevauchement.

**Abstract**

The density and diversity of modern communication platforms have made the exchange of information and access to it faster and easier, especially through digital social networks, aimed at stimulating interaction and responding to the needs of the individual. Indeed, traditional media maintain their position with the masses by adopting new digital processes. Through this contribution, we seek to demystify the characteristics of this overlap that can unite the televised media discourse and social networks and how is this digital adoption manifested? Within the Algerian context and taking into consideration the content and performance of private channels.

A study will be conducted and supported by a survey opting for a descriptive analytical methodology; the essential objective is to determine the perspectives of the problematic posed but also to understand this phenomenon between discourse, being and the screen!

**Keywords:**

Digital social networks, televised media discourse, Algerian context, private television channels, performance, overlap.

\* Auteur correspondant ;

## 1. INTRODUCTION

En dépit du développement des médias numériques et la multiplicité de ses formes et plates formes, les anciens procédés médiatiques à l'image de la télévision, la presse ou la radio poursuivent leur mission de diffusion de l'information. Cependant, il est à noter que plusieurs changements sont intervenus dans la manière dont les informations sont transmises et que l'événement médiatique est partagé.

c'est ce que nous percevons fortement chez un grand nombre de personnes à savoir l'utilisation parallèle des réseaux sociaux numériques et le visionnage de programmes télévisés à l'aide de Smartphones, par exemple, ou d'autres moyens.

En effet, ce chevauchement est évident aussi bien dans les sciences du langage que dans les sciences humaines et sociales comme l'indique cette contribution qui s'intéresse en grande partie au phénomène de réseaux sociaux numériques et à l'ampleur de ce mariage combinant les médias modernes et traditionnels comme atmosphère incubatrice et contemporaine du discours médiatique télévisé notamment dans le contexte algérien: les chaînes privées algériennes et leurs performances.

L'article que nous présentons vise d'abord à comprendre cette interconnexion et à clarifier ensuite les raisons d'adopter le discours des médias télévisés par les médias numériques actuels. À partir de là et en optant pour une méthodologie analytique descriptive basée sur la conduite d'une enquête au moyen d'un questionnaire, nous soulevons la problématique suivante : dans quelle mesure les réseaux sociaux numériques constituent-ils des espaces d'incubation pour le discours médiatique télévisé? Nous nous interrogeons aussi sur les caractéristiques de ce chevauchement, ses répercussions et ses manifestations.

## 2. Réseaux sociaux numériques et changement des perceptions

Parler des médias et de leurs classifications nous mène inévitablement à prendre d'assaut le champ de sa diversité, notamment de nos jours et en tenant compte de son impact nommément dans leurs formes numériques.

En effet, la définition des médias dépend d'abord de la manière dont ils sont utilisés, ensuite des technologies qui les gèrent et des instances productives, enfin de la conduite de leurs différentes fonctions, contenus et formes et quant aux réseaux sociaux numériques en revenant à (Maestri & Profanter, 2017, p. 170): « *social media, social networks and new media are ail terms that are used interchangeably to indicate Web-based user-generated platforms where individuals can express themselves and connect with others* ».

Les médias sociaux numériques sont caractérisés initialement par :

- L'aspect social ;
- L'interactivité et le partage de différentes données (texte, images, vidéos...etc.) ;
- L'accès gratuit et aisé.

## 3. Le contexte algérien

L'étude réalisée étant spécifiquement liée au contexte algérien, il serait nécessaire de porter un aperçu général sur la réalité numérique en Algérie à travers ces statistiques, en mois de janvier 2021 selon le rapport mondial de (KEMP, 2021):

Figure 1 Internet en Algérie



On constate clairement que plus de la moitié de la population algérienne est connectée aux réseaux sociaux et quant aux sites et réseaux sociaux les plus importants en revenant à la même référence, voire les plus suivis par les Algériens :

Figure 2 Meilleurs sites suivis par les algériens



#### 4. Émergence des chaînes télévisées privées

La scène médiatique algérienne aspire à atteindre sa liberté depuis des années si bien que les instances productives cherchent à développer le contenu

médiatique et à le diversifier malgré les restrictions de l'autorité qui dominent la scène médiatique depuis des décennies et les agences étatiques qui ont entravé leurs activités et retardé l'émergence de chaînes privées à cet égard :

*Depuis 2013, date à laquelle elles sont apparues pour la première fois sur les écrans algériens, ces chaînes ne cessent de susciter le débat. Programmes racoleurs, discours haineux ou racistes, dérapages verbaux, campagnes orchestrées contre des dirigeants de l'État en exercice ou à la retraite ou contre des responsables de l'opposition, sensationnalisme et promotion de l'obscurantisme, entorse à l'éthique et à la déontologie, manque de professionnalisme... La liste des reproches, critiques et autres griefs retenus contre certaines de ces chaînes est très longue. (Alilat, 2017)*

À partir de l'année 2013, les médias télévisuels en Algérie ont connu une large indépendance vis-à-vis de la privatisation des chaînes de télévision si bien que cette année a marqué la fin de l'ère de la dépendance vis-à-vis des institutions étatiques qui monopolisent la performance médiatique en général depuis des décennies

En revanche, après son émergence les activités des chaînes privées ont fait l'objet de nombreuses critiques de la part des spécialistes et même du public quant à son contenu et ses performances et c'est ce que nous avons tenté de prendre en compte à travers l'étude proposée que nous expliquerons plus tard à travers l'enquête réalisée.

## **5. Présentation de questionnaire d'étude et stratégies de vérification**

Quant aux stratégies de vérification et l'enquête que nous avons menée pour traiter la problématique de notre contribution, il s'agit d'un questionnaire en

ligne adressé à 240 personnes en contexte algérien et quant à nos interviewés, ils ont été classifiés en fonction de leurs réponses comme suit:

Figure 3 Le sexe des interviewés

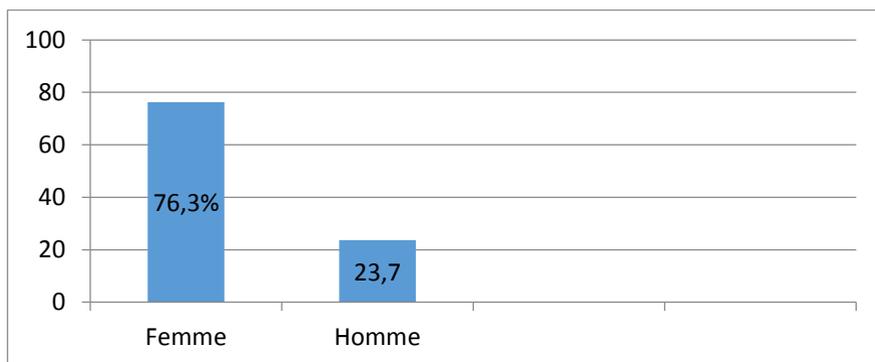


Figure 4 Tranche d'âge

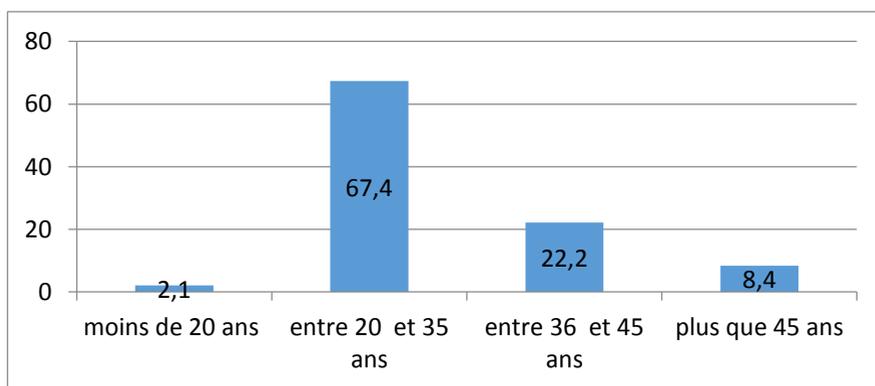
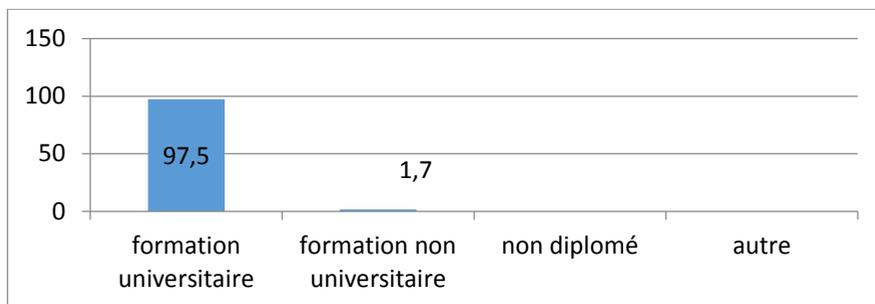


Figure 5 Niveau d'instruction



Il apparaît que le pourcentage le plus élevé d'interviewés est constitué de jeunes ayant une instruction universitaire. Quant aux références concernant les pourcentages qui n'ont pas été mentionnés ni pris en compte pour leur faiblesse, ainsi pour plus d'informations notamment sur les réponses ouvertes des participants, veuillez consulter une copie du questionnaire joint à l'article.

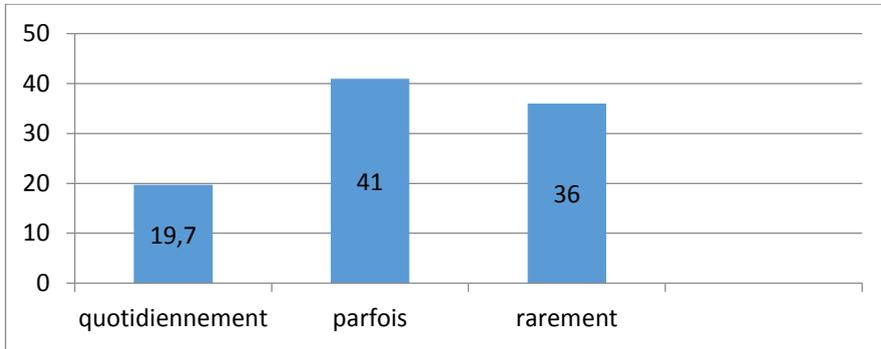
## 6. La télévision à l'ère numérique

L'abondance de l'information et sa densité à travers les plateformes Internet qui travaillent pour stimuler l'interaction et offrir de plus grandes opportunités aux internautes nous amène à s'interroger sur les médias traditionnels et leur fonctionnement : or, (Schuliaquer, 2017, p. 16) voit qu' : « *au-delà de l'avancée des médias numériques, un média traditionnel à succès reste une tribune à partir de laquelle débattre le sens social des choses et Co-construire la réalité.* »

Il est à noter que Internet nous conduit certes à reconsidérer profondément notre perception des médias traditionnels non numériques d'une part, cependant, Internet n'a pas empêché l'activité de ce type de média traditionnel, ni entravé ses activités d'autre part, il a plutôt rendu cette sphère plus prospère.

### 6.1. Taux de visionnage

Figure 6 Taux de visionnage



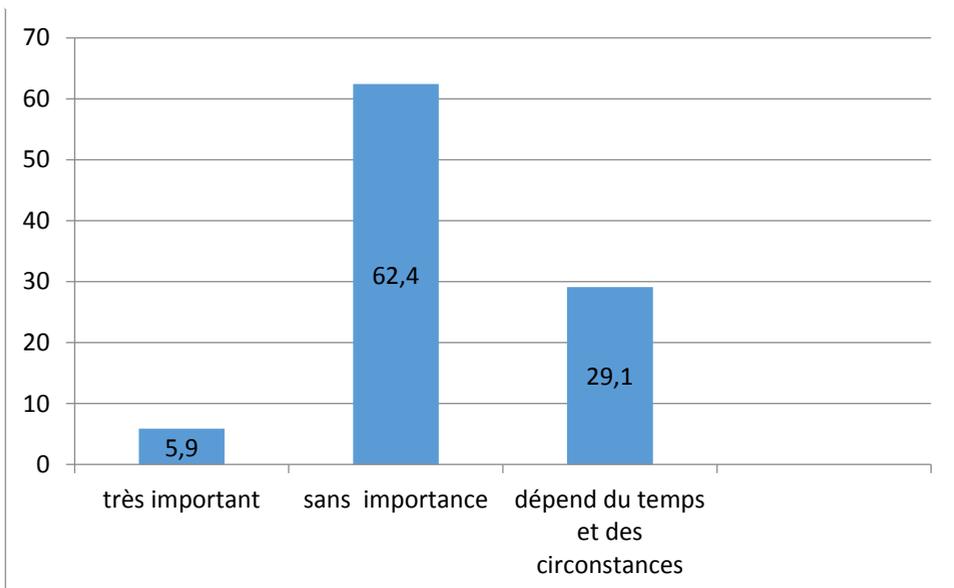
De plus, à travers des réponses ouvertes, les interrogés ont exprimé leurs opinions qui ne sont pas incluses dans les options, et nous en mentionnerons quelques-unes :

- Regarder la télévision uniquement à loisir ;
- Regarder les programmes télévisés sur les réseaux sociaux ;
- Regarder la télévision tous les jours, mais pour de courtes durées.

### 6.2. Degrés d'importance accordée au visionnage de télévision

La plus grande proportion des réponses, qui représente plus de la moitié a déclaré

Figure 7 Importance du visionnage de télévision



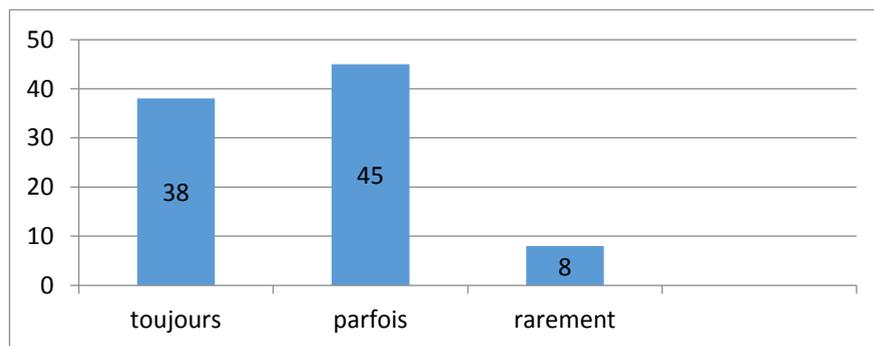
que regarder la télévision, selon leur opinion, dépend du temps et des circonstances et non du degré d'attachement ou d'intérêt.

## 7. Analyse des résultats

### 7.1. Utilisation des réseaux sociaux numériques Vs visionnage de télévision :

Nous avons interrogé les participants sur l'étendue de leur utilisation des réseaux sociaux lorsqu'ils regardent la télévision, et leurs réponses sont les suivantes :

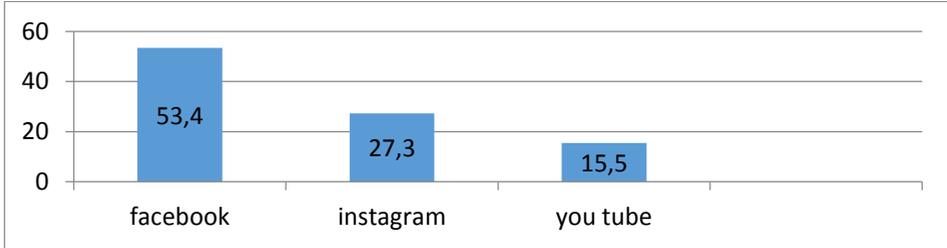
Figure 8 Utilisation des réseaux sociaux en regardant la télévision



**Commentaire :** Le plus grand pourcentage de réponses nous assure que le phénomène de création de nouveaux espaces numériques incubateurs pour le discours médiatique télévisé non seulement existe mais mérite d'être étudié, de sorte que les réponses qui ont confirmé l'accompagnement de regarder la télévision en utilisant les réseaux en même temps ont été divisées entre toujours et parfois.

En ce qui concerne les meilleurs réseaux sociaux, suivis par les participants, les résultats sont les suivants :

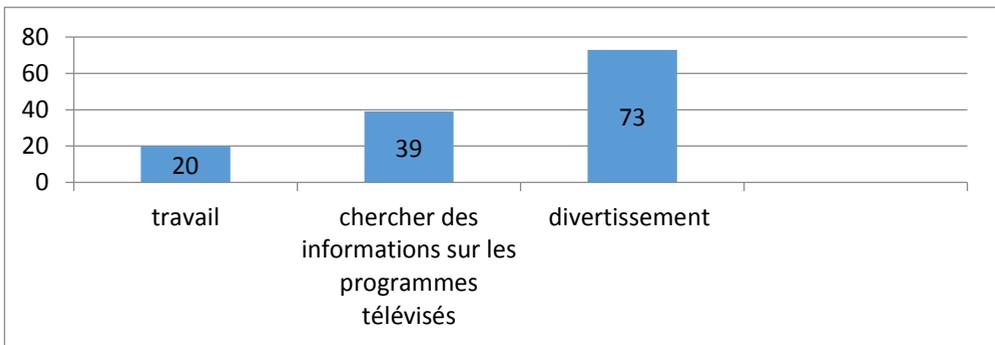
Figure 9 Meilleurs réseaux sociaux suivis par les Algériens



**Pourquoi regarder la télévision et se connecter sur les réseaux sociaux en même temps ?**

À travers cette question, nous avons tenté de sonder les opinions des participants sur ce phénomène étudié, mais nous leur avons ouvert la voie pour qu'ils expriment librement leurs idées et choisissent si possible plusieurs réponses :

Figure 10 Raisons d'utilisation parallèle des médias numériques et traditionnels



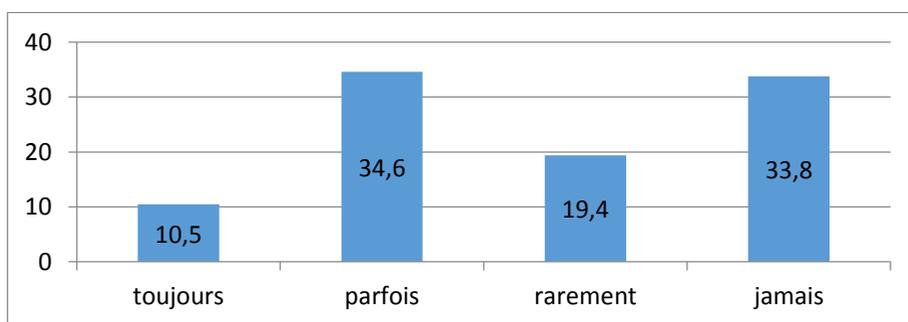
**Commentaire :** le plus grand pourcentage estime que le visionnage de divers programmes télévisés accompagne leur utilisation simultanée de réseaux sociaux pour se divertir ou pour rechercher des informations liées à ces programmes.

Nous résumons également ce qui a été mentionné dans les réponses ouvertes pour les participants dans ce qui suit :

- Suivre l'actualité ;
- Réaliser différentes recherches ;
- Communiquer avec les autres ;
- Une habitude.

**Le degré d'intérêt à suivre ce qui est dit sur les programmes télévisés via réseaux sociaux numérique :**

**Figure 11 Suivre l'actualité des programmes télévisés sur réseaux sociaux**

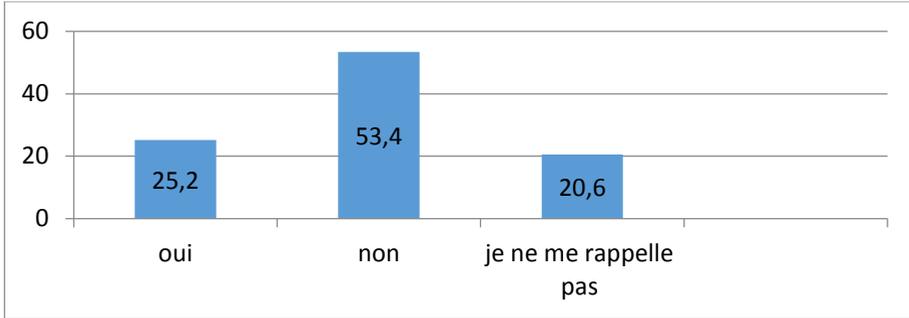


**Commentaire :** à ce stade de l'étude, et sur la base des ratios observés, il nous est confirmé que le discours médiatique télévisé, quels que soient son contenu et sa forme, fait l'objet de réaménagement et de débat via les réseaux sociaux numérique. Cependant, nous devons encore nous interroger sur les caractéristiques de ce mariage et cette transition entre les supports traditionnels et numériques.

## **7.2. Caractéristiques de l'adoption du discours médiatique télévisé par les réseaux sociaux numériques**

Nous avons demandé aux participants s'ils avaient commenté ou posté sur un contenu ou programme télévisé sur les réseaux sociaux, les réponses et les pourcentages sont les suivants :

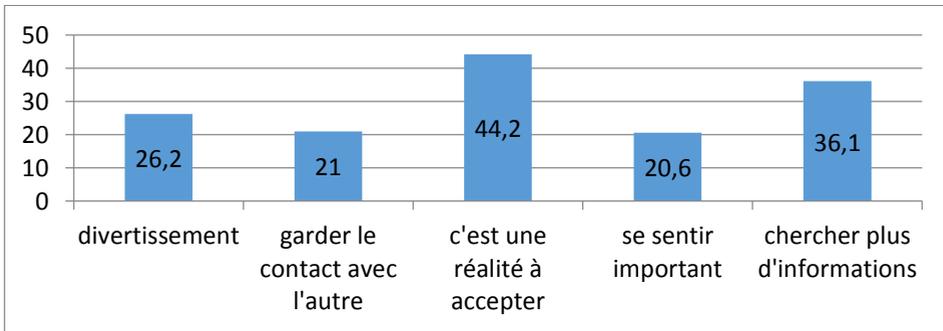
Figure 12 Adoption du discours médiatique télévisé par le réseau social



**7.3. Suivre, commenter et poster sur les programmes télévisés via réseaux sociaux numériques ; comment et pourquoi ?**

Nous avons proposé un ensemble d'hypothèses qui devraient être les principales raisons pour commenter ou poster sur les discours médiatiques télévisés regardés à travers les espaces sociaux numériques, et les pourcentages sont les suivants :

Figure 13 Pourquoi commenter et poster sur les programmes télévisés



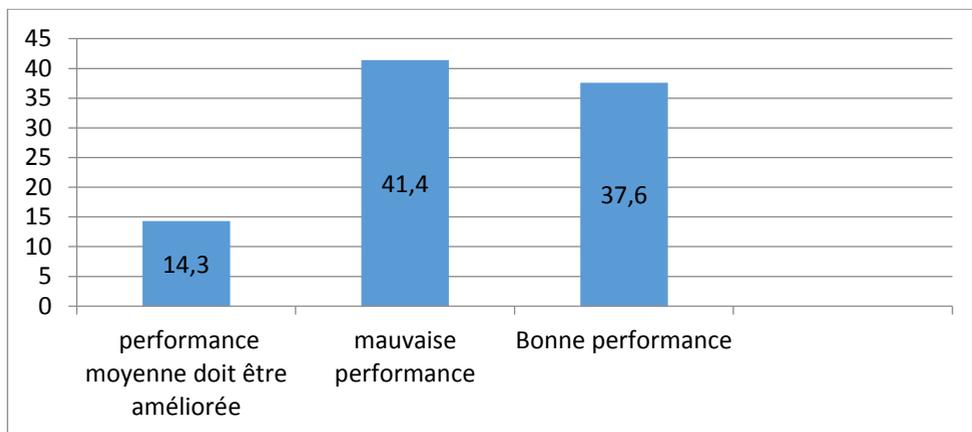
En ce qui concerne les réponses ouvertes, les participants ont exprimé leurs raisons personnelles, qui ont été résumées comme suit :

- Exprimer des opinions, des critiques et des impressions ;
- Marketing et publicité ;
- Juste un vide que certains essaient de combler.

### **8. Chaines télévisées privées algériennes**

Sur ce que pensent les interviewés du contenu des programmes télévisés diffusés sur différentes chaînes privées algériennes et de leur performance :

Figure 14 Chaines télévisés privées algériennes



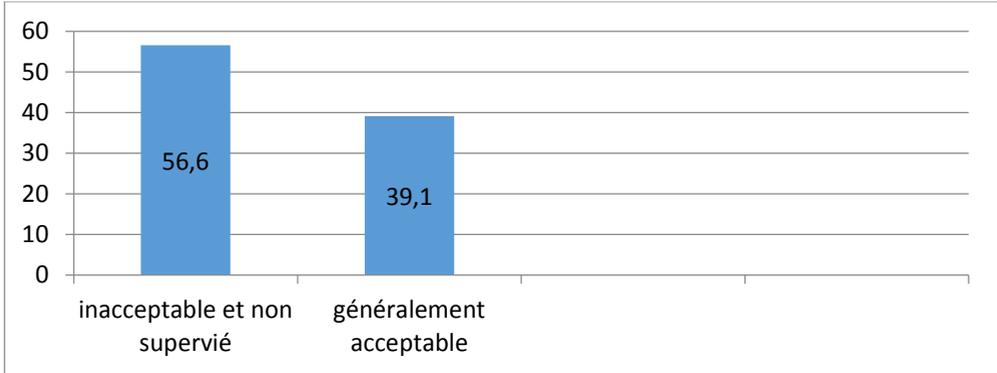
**Commentaire :** il est à constater que le téléspectateur algérien est partiellement insatisfait des performances des chaînes privées et des programmes qu'elles proposent, mentionné dans le résumé des réponses ouvertes comme suit :

- Je ne regarde pas ces chaînes ;
- Les publicités sont nombreuses et les programmes sont médiocres.

### **8.1. Communication et discours médiatiques télévisés au niveau des chaînes privées algériennes**

Nous avons essayé, à travers cette partie de l'étude, de connaître et de suivre la perception du simple spectateur sur le niveau, les mécanismes de communication et la manière de transmission des événements communicatifs véhiculant le discours médiatique télévisé:

Figure 15 Communication et langue au niveau des chaînes privées



### 8.2. Vers l'amélioration des performances des chaînes privées, propositions et tentatives

Nous avons permis aux participants à l'étude d'exprimer ouvertement leurs propositions en tant que téléspectateurs algériens pour améliorer la performance et la qualité des programmes proposés par les chaînes privées et nous vous proposons également quelques réponses :

- *توظيف اهل الاختصاص فقط خاصة فيما يتعلق بالمنشطين في البرامج الترفيهية او الثقافية، والبعد عن توظيف اشخاص اصبحوا يسمون انفسهم مؤثرين لمجرد وجود عدد كبير من المتابعين لهم على مواقع التواصل الاجتماعي*
- *Il faut apprendre la base avant d'engager à faire quelque chose*
- *المزيد من الرقابة على البرامج والافلام والمسلسلات*

- Nous attirons également votre attention sur le fait que les exemples de réponses des interviewés ont été transportées telles qu'elles ont été reçues, sans aucune correction ni traduction pour l'honnêteté scientifique.

**Commentaire :** les participants ont exprimé leurs opinions et suggestions pour améliorer la performance de la télévision algérienne privée ainsi que pour promouvoir son discours, ils ont donc suggéré ce que nous résumerons ci-dessous :

- Renforcer le contrôle du contenu télévisuel ;
- Empêcher l'octroi d'opportunités à des personnes non formées dans la carrière médiatique télévisée ;
- Accorder plus d'attention aux énergies juvéniles et à la créativité ;
- Réduire les coupures publicitaires ;
- Travailler pour créer du bon contenu ayant des objectifs ;
- Encourager l'utilisation de la langue académique correcte ;
- Accorder plus d'attention à la liberté d'expression.

## 9. CONCLUSION

À travers cette contribution, nous avons tenté d'éclairer le phénomène de chevauchement entre les médias traditionnels représentés par la télévision et médias modernes représentés par les réseaux sociaux numériques. Notre contribution a comme sous-jacent nos observations concernant l'utilisation parallèle de ces médias de différents types par l'individu afin de confirmer notre hypothèse et ayant trait à la fertilité du réseau social numérique pour adopter le discours médiatique télévisé.

Au début, il s'avère essentiel de démystifier ce que sont les réseaux sociaux numériques et leurs caractéristiques générales en tant que plates-formes de communication ainsi que les changements radicaux d'aspect communicatif et social qui en résultent.

Il est également important d'éclairer le rôle de ces réseaux et les statistiques d'accès à ceux-ci en Algérie du fait que l'étude s'intéresse spécifiquement au contexte algérien notamment en ce qui concerne les chaînes privées algériennes et leurs performances.

L'étude présentée dans cet article est étayée par une enquête à travers un questionnaire surveillant les opinions de diverses tranches sociales sur le problème en question. Ainsi, il s'est avéré comme résultat : la fertilité des réseaux sociaux pour adopter le discours médiatique télévisé.

La télévision continue de maintenir son rôle de diffusion de l'information en tant que média traditionnel et conserve toujours sa place parmi les publics à l'ère numérique. Les intersections entre les réseaux sociaux numériques et le discours médiatique télévisé sont illustrées ci-dessous :

- Transférer les discours d'information médiatique télévisée aux espaces numériques modernes ;
- Partager diverses informations et mener des recherches sur les programmes télévisés regardés ;
- Commenter et publier sur ce qui a été vu à la télévision voire nouer des dialogues ;
- Créer de nouveaux espaces numériques incubateurs pour le discours médiatique télévisé est une réalité vécue.

Enfin nous stipulons que le mécontentement du téléspectateur algérien face aux performances des chaînes de télévision privées et aux mécanismes de communication au niveau de celles-ci nous a conduit à consacrer une partie de l'étude à ce questionnement fondamental et à en trouver des réponses que nous résumons:

- Investissement médiatique télévisé non aléatoire avec objectifs spécifiques ;
- Activité médiatique télévisée soumise à la censure et inspection de son discours ;
- Procédés médiatique intéressé par les compétences et la créativité.

## 10. Liste Bibliographique:

- Alilat, F. (2017, juillet 27 ), Jeune Afrique : <https://www.jeuneafrique.com/mag/457313/culture/algerie-comment-faire-rentre-dans-le-rang-les-chaines-de-tele-privées/> , consulté le 12, 20, 2020.
- KEMP, S. (2021, février 11). *DIGITAL 2021: ALGERIA*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria> , consulté le 20,04,2020.
- Maestri, E., & Profanter, A. (2017). *Arab Women and the Media in Changing Landscapes*. Bolzano: Springer.
- Schuliaquer, I. (2017). *Les médias et le pouvoir: Six intellectuels en quête de définitions*. Paris: L'Harmattan.

## Liste des figures :

FIGURE 1 INTERNET EN ALGERIE	444
FIGURE 2 MEILLEURS SITES SUIVIS PAR LES ALGERIENS	444
FIGURE 3 LE SEXE DES INTERVIEWES	446
FIGURE 4 TRANCHE D'AGE	446
FIGURE 5 NIVEAU D'INSTRUCTION	446
FIGURE 6 TAUX DE VISIONNAGE	447

FIGURE 8 IMPORTANCE DU VISIONNAGE DE TELEVISION	448
FIGURE 9 UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX EN REGARDANT LA TELEVISION	449
FIGURE 10 MEILLEURS RESEAUX SOCIAUX SUIVIS PAR LES ALGERIENS	450
FIGURE 11 RAISONS D'UTILISATION EN PARALLELE DES MEDIAS NUMERIQUES ET TRADITIONNELS	450
FIGURE 12 SUIVRE L'ACTUALITE DES PROGRAMMES TELEVISES SUR RESEAUX SOCIAUX	451
FIGURE 13 ADOPTION DU DISCOURS MEDIATIQUE TELEVISE PAR LE RESEAU SOCIAL	452
FIGURE 14 POURQUOI COMMENTER ET POSTER SUR LES PROGRAMMES TELEVISES	452
FIGURE 15 CHAINES TELEVISES PRIVEES ALGERIENNES	453
FIGURE 16 COMMUNICATION ET LANGUE AU NIVEAU DES CHAINES PRIVEES	455

**ANNEXES :**

[HTTPS://DOCS.GOOGLE.COM/FORMS/D/1BCXQXWLRBLPBNK1VHVHMXR\\_VA7GQLD--MMW8TYXHPGQ/EDIT#RESPONSES](https://docs.google.com/forms/d/1BCXQXWLRBLPBNK1VHVHMXR_VA7GQLD--MMW8TYXHPGQ/edit#responses)