

ISSN 2182-6552

# MULTIMED

REVUE DU RESEAU TRANSMEDITERRANEEN DE RECHERCHE EN COMMUNICATION

## FICHA TÉCNICA

TÍTULO: MULTIMED - Revue du Réseau Trans-méditerranéen de Recherche en Communication

© 2015 – Universidade Fernando Pessoa

DIRECTORES: **Lucienne Cornu** (Université Aix-Marseille III, France); **Bruno Ravaz** (Université Sud-Toulon-Var, France)

EDITORES DESTE VOLUME: **Rui Torres** (Universidade Fernando Pessoa, Portugal); **Kenia Maria Menegotto Pozenato** (Sapiens - Centro de Educação e Cultura, Caxias do Sul, RS, Brasil)

MEMBROS DO CONSELHO CIENTÍFICO: **Mohamed Lakhdar Maougal** (Professeur à Alger); **Luis Pinuel** (Professeur à l'Université de Madrid); **Hulya Tanriover** (Professeur à l'Université Galatasaray, Turquie); **Adela Rogojinaru** (Professeur à l'Université de Bucarest); **Benoit Cordelier** (Professeur à la Faculté de Montréal); **Mônica Rector** (Professeur de Communication à l'University of North Carolina, Etats-Unis); **Xosé Lopez Garcia** (Professeur de Communication à l'Universidade de Santiago de Compostela, Espagne); **Jorge Pedro Sousa** (Professeur de Théorie et Histoire de la Communication, UFP); **Ricardo Pinto** (Professeur de Journalisme et Multimédia, UFP); **Rui Torres** (Professeur de Communication, Cibertexte et Hypermédia, UFP); **Gino Gramaccia** (Professeur à l'Université Bordeaux 1); **Nicolas Pélissier** (Maitre de conférences à l'Université de Nice)

EDIÇÃO: **Edições Universidade Fernando Pessoa**  
Praça 9 de Abril, 349 • 4249-004 Porto - Portugal  
Tel. 22 507 1300 • Fax. 22 550 8269 • edições@ufp.edu.pt

COMPOSIÇÃO: **Oficina Gráfica da Universidade Fernando Pessoa**

ISSN: **2182-6552**

Reservados todos os direitos. Toda a reprodução ou transmissão, por qualquer forma, seja esta mecânica, electrónica, fotocópia, gravação ou qualquer outra, sem a prévia autorização escrita do autor e editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infractor.

## BIBLIOTECA NACIONAL - CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

ISSN 2182-6552

---

MULTIMED  
Multimed: Revue du Réseau Trans-méditerranéen de Recherche en Communication / Lucienne Cornu, Bruno Ravaz (dirs.) . - Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2012 - 154 p. ; 21 cm  
ISSN 2182-6552

Estudos multimidiáticos -- [Periódicos] / Cibercultura / Comunicação digital / Estudos culturais / Estudos mediterrânicos / Globalização / Redes sociais

CDU 004.7:316.77(05)  
316.77(05)

# LA DIVERSITE LINGUISTIQUE DANS LE MEDIAS ALGERIENS: FACTEUR RASSEMBLEUR POUR UN DIALOGUE INTERCULTUREL ET UN RAPPROCHEMENT ENTRE LES PEUPLES DE LA MEDITERRANEE

DJAMEL BOUADJIMI<sup>1</sup>

HAUCHE RAMDANE ZOUBIR<sup>2</sup>



**Resumé:** La Méditerranée constitue aujourd'hui un des espaces les plus marqués par le déplacement des personnes, des migrations individuelles et collectives et se caractérise donc par le plurilinguisme, le multiculturalisme, la mixité et la diversité des cultures. Dans cette optique, les langues jouent un rôle primordial. Elles sont le médium des expériences mutuelles, des environnements intellectuels et culturels, des systèmes de valeurs, des codes sociaux et surtout du sentiment d'appartenance sociale aussi bien sur le plan collectif qu'individuel. Ceci est particulièrement vrai pour l'Algérie, société plurilingue, et dont le paysage linguistique se définit par la coexistence de plusieurs variétés langagières qui vadu substrat berbère aux différentes langues étrangères en passant par la langue arabe, vecteur de l'islamisation et de l'arabisation de l'Afrique du Nord. Enfin cette diversité linguistique et culturelle appelle, dans le cadre du dialogue interculturel de l'espace méditerranéen à la diversité médiatique aussi bien pour les medias classiques que pour les supports nés des nouvelles technologies de l'information et de la communication (Internet, presse électronique, réseaux sociaux, téléphone mobile etc...).

**Mots-clé:** La Méditerranée, diversité linguistique, le multiculturalisme, dialogue interculturel, médias algériens.

---

[1] Professeur à la Faculté des Sciences de l'information et de la communication de l'Université d'Alger 3, Dely Ibrahim (Alger). E-mail: djbouadjimi@hotmail.com.

[2] Professeur à la Faculté des Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université d'Alger 3 Dely-Ibrahim. (Alger). E-mail: cr.zoubir@hotmail.fr.

**Abstract:** The Mediterranean constitutes today one of the regions most marked by the displacement of persons, individual and collective migrations and is thus characterized by the plurilingualism, multiculturalism, social and cultural diversity. In this perspective, languages play a primordial role. They are the medium of the mutual experiences, intellectual and cultural environments, systems of values, and social codes. They are actually the media of the feeling of close, social relationships at the collective as well as individual levels. This is particularly true for Algeria, a plurilingual society whose linguistic area could be described by the coexistence of several linguistic varieties from the Berber substratum to the various foreign languages via Arabic, vector of Islamization and Arabization of North Africa. Finally, this linguistic and cultural diversity calls, within the framework of intercultural dialogue of the Mediterranean region, for media diversity. This concerns both the traditional media and the supports born of communication and information (Internet, electronic press, social networks, mobile telephony etc...).

**Keywords:** The Mediterranean, linguistic diversity, multiculturalism, intercultural dialogue, Algerian media.

**Resumo:** O Mediterrâneo constitui hoje um dos espaços mais marcados pelo deslocamento das pessoas, pelas migrações individuais e coletivas e se caracteriza, portanto, pelo plurilinguismo, pela multiculturalidade, pela mistura e pela diversidade de culturas. Sob esta ótica, as línguas têm um papel primordial. Elas são o meio de experiências mútuas, ambientes intelectuais e culturais, sistemas de valores, códigos sociais e sentimento, especialmente social, tanto coletiva como individualmente. Isto é particularmente verdadeiro para a Argélia, sociedade multilíngue, e cuja paisagem linguística é definida pela coexistência de múltiplas variedades linguísticas que vão do substrato berbere às diferentes línguas estrangeiras, passando pela língua árabe, o vetor de islamização e da arabização da África do Norte. Finalmente, esta diversidade linguística e cultural apela, no contexto do diálogo intercultural na região do Mediterrâneo, para a diversidade da mídia, tanto para mídias tradicionais como os meios de comunicação nascidos das novas tecnologias de informação e comunicação (Internet, mídia eletrônica, redes sociais, celular etc.).

**Palavras-chave:** Mediterrâneo, diversidade linguística, multiculturalismo, diálogo intercultural, mídia argelina.

## 1. LA DIVERSITE CULTURELLE

Reconnaître les sources multiples des identités culturelles qui caractérisent les peuples de la Méditerranée permet de minimiser les “différences” et privilégier la capacité commune de ces derniers à évoluer par interaction mutuelle. Prendre conscience de l’histoire commune et comprendre les codes culturels constituent des facteurs décisifs afin de dépasser les stéréotypes et faire progresser le dialogue interculturel.

La visibilité de cette diversité culturelle a été accrue par le développement des TIC. Ces derniers ont transformé le monde en “village planétaire” dont le paysage constitué par la presse, les livres, la radio, la télévision, le cinéma, l’Internet et une large gamme d’équipements numériques a contribué à une “universalisation” (standardisation) des goûts, des valeurs et de la conception même du monde.

La diversité culturelle étant par définition multiple et complexe, les TIC et les nouveaux medias contribuent largement à faciliter l’accès à un public hétérogène et multiplient les occasions de nouer un dialogue interculturel en permettant aux voix les plus diverses de s’exprimer et de produire des contenus qu’elles mettent en partage.

Par cet effet, la production des contenus culturels et communicationnels, ainsi que leurs modes de diffusion et de consommation, subissent des changements significatifs, caractérisés par la connectivité, l’interactivité et la convergence.

Subséquentement, le paysage médiatique mondial change et certains pays en développement commencent à s’imposer comme exportateurs d’équipements culturels et de produits de médias, voire comme producteurs de contenus, en ce sens où les “flux” ne sont plus à sens unique.

Ce qui permet de réduire de manière significative les inégalités existantes entre les échelles locale et régionale voire mondiale, mais également de dépasser les clivages qui peuvent exister entre différents groupes au sein d’une même société et/ou au niveau d’une région.

Cependant, ces échanges interactifs entre des intervenants issus d’horizons culturels divers et de cultures variées peuvent faire apparaître un certain nombre d’“incompréhensions”, voire de “perceptions erronées” dues soit à la fragmentation des publics soit aux stéréotypes. Ces lacunes doivent être prises en compte et comblées par une mise à disposition des publics ciblés d’une information appropriée et des mesures d’initiation aux médias et à la maîtrise de l’information, afin d’éviter que cette multiplicité des choix et des nouveaux défis culturels qui les accompagnent ne fassent

naître certaines formes d'isolationnisme et/ou de repli culturel mais bien au contraire, améliorent la compréhension réciproque et facilitent le dialogue interculturel.

La Méditerranée qui constitue aujourd'hui un des espaces les plus marqués par le déplacement des personnes, des migrations individuelles et collectives se caractérise donc par voie de conséquence par le plurilinguisme, le multiculturalisme, la mixité et la diversité des cultures, ainsi que par les idéologies, les croyances et les religions. Cette caractéristique particulière fait de la région méditerranéenne à la fois une terre d'hospitalité et d'accueil ou tout un chacun, trouve sa place, mais aussi un lieu où les tensions peuvent s'exacerber.

Dans cette optique, les langues jouent un rôle primordial. Elles sont le médium des expériences mutuelles, des environnements intellectuels et culturels, des systèmes de valeurs, des codes sociaux et surtout du sentiment d'appartenance sociale aussi bien sur le plan collectif qu'individuel.

La langue, marqueur social par excellence, est considérée comme étant un des facteurs déterminants dans la construction de toute identité, qu'elle soit personnelle, collective, groupale, régionale ou même nationale. Le processus d'identification, qui inscrit l'individu dans une sphère sociale particulière, se traduit par les pratiques langagières. Dans ce cadre, la langue peut être perçue comme étant véhiculaire de l'identité.

Vue sous l'angle de la diversité culturelle, la diversité linguistique reflète l'adaptation créative des groupes humains à l'évolution de leur environnement physique et social; en ce sens où les langues ne représentent pas seulement un moyen de communication: elles constituent le tissu même des expressions culturelles, les vecteurs de l'identité et des valeurs des peuples à savoir leur propre conception du monde.

A cet effet, le rôle des langues (arabe, arabe dialectal, amazigh, français, anglais, espagnol, grec, italien...) et des médias (presse, télévision, radio, Internet, cinéma) dans la transmission de l'information, la communication pour un espace multiculturel, la construction des représentations socioculturelles et sociolinguistiques et la mise en scène des stéréotypes et des stéréotypages dans les pratiques discursives quotidiennes est primordial.

Ceci est encore plus accentué aujourd'hui, à l'ère des réseaux sociaux. Ces derniers, toujours plus étendus, reposant sur le téléphone mobile, l'Internet à haut débit et les autres technologies de l'information et de la communication (TIC), créent de nouvelles formes d'associations humaines d'une ampleur et d'une adaptabilité sans précédent, qui transcendent les limites des villes, des nations et des cultures. D'où aussi de nouvelles formes et pratiques linguistiques liées à de nouvelles identités

culturelles qui élargissent et redéfinissent les frontières entre le privé et le public, ainsi que les dimensions sociales, culturelles et éducatives.

## 2. L'ALGERIE ET L'ESPACE MEDITERRANEEN

L'Algérie partage à l'instar des autres pays maghrébins, du fait de son appartenance à l'espace méditerranéen, l'ancestralité historique phénicienne et gréco-romaine avec tous les pays du bassin; ce qui fait dire à Amin Maalouf(2001) que "(...) l'Afrique du Nord était assurément, dupoint de vue culturel, bien plus gréco-romaine que l'Europe du Nord".

En effet, avec ses 1200 kilomètres de côtes qui sont les plus denses du point de vue de l'occupation du sol, l'Algérie partage avec les autres pays riverains certaines caractéristiques particulières propres aux peuples du bassin méditerranéen, notamment les traits de personnalité, le climat, l'économie, essentiellement l'agriculture, la pêche ainsi que l'artisanat qui donnent un caractère particulier à la vie méditerranéenne, du point de vue des traditions culinaires, vestimentaires et d'habitat.

## 3. L'ALGERIE, UNE SOCIETE PLURILINGUE

Façonné par l'histoire et la géographie du pays, le paysage linguistique algérien se définit par la coexistence de plusieurs variétés langagières qui va du substrat berbère aux différentes langues étrangères qui l'ont plus ou moins marqué en passant par la langue arabe, vecteur de l'islamisation et de l'arabisation de l'Afrique du Nord.

Le plurilinguisme, en Algérie, s'articule autour de trois sphères langagières principales (Taleb Ibrahim Khaoula, 2006):

- *La sphère arabophone*: Elle est, de loin, la plus importante tant par le nombre de locuteurs que par l'espace qu'elle occupe.

La langue arabe est structurée en une large variété langagière qui regroupe l'arabe classique ou "fusha", c'est-à-dire l'arabe standard, moderne, véritable langue d'intercommunication entre tous les pays arabophones, et l'arabe dialectal ou l'arabe parlé avec des variantes propres à chaque localité et région.

On retrouve ainsi une nette distinction entre les parlers citadins particuliers aux villes séculaires (Alger, Constantine, Jijel, Nedroma, Tlemcen...) et quatre grandes régions dialectales: l'Est autour de Constantine, l'Algérois et son arrière-pays, l'Oranie puis

le Sud qui, de l'Atlas Saharien aux confins du Hoggar, connaît lui-même une grande diversité dialectale d'Est en Ouest.

Ces dialectes constituent la langue maternelle de la majorité des Algériens et sont le véhicule d'une culture populaire riche et variée.

- *La sphère berbérophone*: Le tamazight, langue maternelle d'une partie de la population, et qui constitue le plus vieux substrat linguistique de la région est constitué par les dialectes berbères actuels, prolongement des plus anciennes variétés connues dans le Maghreb, et toute l'aire berbérophone qui s'étend en Afrique de l'Égypte au Maroc et de l'Algérie au Niger.

Les parlers amazighs se retrouvent plus particulièrement dans les Aurès (chaoui), le Djurdjura (kabyte), la région de Cherchell-Gouraya (chenoui), Le Mzab (mzabi), Le Hoggar-Tassili (targui ou tamachek) et ainsi que quelques îlots disséminés ici et là dans le pays.

- *La sphère des langues étrangères*: Après l'Antiquité où la présence des langues puniques et du latin était attestée, c'est la présence des Ottomans à partir du XVI<sup>ème</sup> siècle, qui va sans toutefois bouleverser le paysage linguistique désormais partagé entre régions berbérophones et régions arabophones, sensiblement influencer sur les variétés langagières urbaines (Alger, Béjaïa, Médéa, Constantine et Tlemcen) qui ont emprunté nombre de vocables turcs dans des domaines divers de la vie quotidienne (cuisine, habillement, noms de métiers, patronymes etc...).

Cependant, pendant toute cette période et même avant l'arrivée des Ottomans, les Algériens ont été en contact avec des langues européennes.

C'est le cas de l'Espagnol dans l'ouest algérien en raison d'abord de l'afflux massif des réfugiés andalous après la Reconquista, puis de la présence coloniale espagnole durant trois siècles dans la ville d'Oran (de 1509 à 1708 puis de 1732 à 1792) puis à cause de la forte proportion de colons d'origine espagnole, réfugiés économiques profitant des opportunités offertes par le développement de la nouvelle colonie ou réfugiés républicains fuyant la répression franquiste qui s'y sont installés pendant la colonisation française.

C'est aussi le cas de l'italien dans les villes côtières de l'Est, longtemps en contact avec les grands ports italiens (échanges commerciaux, rivalités entre marins italiens et corsaires algériens), puis devenues villes d'accueil de colons d'origine italienne attirés eux aussi par la colonisation française.

À Alger, devenue la capitale du pays sous la présence ottomane, on parlait toutes les langues de la Méditerranée. Les corsaires et les esclaves venaient de tous les horizons et il n'était pas curieux pour un Algérois d'entendre de l'italien, de l'espagnol, du flamand et même de l'allemand ou du russe dans les rues. Enfin, à cette époque, la langue la plus fréquemment employée dans les rapports internationaux, à dominante commerciale, restait ce qu'on appelait, la lingua-franca, langue d'échange dans les différents portsméditerranéens entre le XIII<sup>e</sup> et le XIX<sup>e</sup> siècle (appelé aussi: "petit mauresque" ou "sabir") un mélange assez pauvre (200 à 300 mots) de mots espagnols, turcs, arabes, portugais, qui s'étaient forgés avec le temps et qui permettaient aux méditerranéens de communiquer entre eux (Dakhliya, 2008).

Mais, c'est le français qui a le plus perduré et influencé les usages, bouleversé l'espace linguistique et culturel algérien. Cent trente deux ans d'occupation coloniale, lui ont conféré un statut particulier dans la société algérienne coloniale et postcoloniale.

Jusqu'à aujourd'hui, par exemple, la langue française occupe encore une place importante dans l'administration, l'enseignement (supérieur), les affaires... Et également dans les médias. Qu'ils soient écrits: ce sont les quotidiens et périodiques de langue française (El-Watan, El-Watan Week-end, Liberté, Le Soir d'Algérie, Le Quotidien d'Oran) qui, ensembles, ont une audience appréciable même s'ils sont dépassés par le tirage par la presse arabophone qui bénéficie, depuis les années 1980, du lectorat scolarisé en masse (Echorouk et El Khabar sont devenus aujourd'hui deux des quotidiens les plus diffusés avec respectivement 399987 et 371 011 exemplaires) tandis qu'El-Watan a une diffusion d'environ 109000 exemplaires); ou audiovisuels: la chaîne III, chaîne francophone de la radio algérienne, jouit d'un succès et d'une audience remarquables (ainsi que la chaîne de télévision Canal Algérie, destinée en principe à un public émigré).

Enfin, depuis l'avènement des chaînes satellitaires, nous assistons à une prolifération d'antennes paraboliques (l'Algérie est parmi les pays les plus "parabolés" au monde) qui permettent à nombre de foyers d'être constamment branchés sur les chaînes occidentales et plus particulièrement françaises (au premier rang TF1!) du fait de la maîtrise de la langue par un nombre important de téléspectateurs, mais aussi les chaînes des autres pays occidentaux (BBC, NBC, TV5, RAI, TV Espagnole...) en plus bien sûr des chaînes satellitaires arabes qui font foison...

Dans le domaine de l'édition et de la diffusion du livre, la langue française continue à bénéficier d'une place non négligeable, même si d'énormes efforts sont consentis pour la promotion du livre en langue arabe, à travers la traduction et l'ouverture du marché aux éditeurs arabes.

## 4. MEDIAS ET DIALOGUE INTERCULTUREL

Il est acquis que les références culturelles déterminent notre identité et la manière dont nous construisons la réalité. Elles influent également sur la perception que nous nous faisons de nous-mêmes et sur la manière dont nous allons à la rencontre de l'autre ainsi que sur les modalités de notre interaction avec le monde. Dans cette optique, les médias exercent une grande influence non seulement sur ce que nous pensons mais également sur la manière dont nous agissons.

L'interaction accrue entre les peuples, la libre circulation de l'information et l'interdépendance culturelle étant des conséquences de la mondialisation qui caractérise notre époque; communiquer par-delà les différences culturelles est l'un des défis cruciaux du monde contemporain et les médias en sont le principal outil et y jouent un rôle primordial dans la promotion, l'évolution et le développement du dialogue interculturel. Et cela, en contestant les idées reçues concernant les "autres" permettant ainsi de dépasser les clichés préétablis, de faire reculer l'ignorance qui alimente la méfiance et la suspicion, et de favoriser la tolérance et l'acceptation de la différence, valorisant ainsi, la diversité en tant que source de compréhension.

## 5. DIVERSITE LINGUISTIQUE ET MEDIATIQUE

S'agissant des supports médiatiques et des supports nés des nouvelles technologies de l'information et de la communication concourant à la diversité linguistique, au dialogue interculturel et au rapprochement entre les peuples de la Méditerranée, il est utile de recenser quelques indicateurs:

## 6. LES MEDIAS CLASSIQUES

1. Pour les journalistes, leur nombre s'élève aujourd'hui à plus de 5000 avec près de 800 journalistes intervenant au niveau des différentes régions du pays.
2. La presse écrite regroupe près de 350 journaux dont plus de 130 quotidiens (plus de la moitié en arabe et le reste en français pour l'essentiel), avec un tirage quotidien de près de 3 millions d'exemplaires. Il est à noter la suprématie de 3 à 4 journaux qui totalisent à eux seuls, 50% des tirages quotidiens c'est-à-dire environ 1.5 million d'exemplaires jours.
3. Pour la radio, il y a lieu de signaler l'existence de chaînes nationales telles que la:
  - Chaîne 1: nationale (arabophone).

- Chaîne 2: nationale (berbérophone).
  - Chaîne 3: francophone.
  - Chaîne 4: (Internationale): Multilingue: arabe-français-anglais-espagnol.
  - Et des chaînes radios thématiques telles que Radio El-Bahdja (multilingue), Radio Coran (arabophone), Radio Culture (arabophone et langues locales) et 48 chaînes locales ( une par wilaya) utilisant la langue arabe et différents dialectes locaux de communication (arabe dialectal propre à chaque région, langue tamazigh avec ses différentes variétés: kabyle, chaoui, chenoui, tamachek, targui etc...).
4. Pour la télévision, suite à l'adoption de la loi organique du 12 janvier 2012 relative à l'information<sup>3</sup>, et la consécration de l'ouverture du champ audio-visuel, le paysage actuel se compose de chaînes de télévisions publiques historiques et plus d'une vingtaine de chaînes privées avec un statut «particulier».
5. Pour le secteur public:
- Chaîne terrestre (arabophone-orientée).
  - Chaîne satellitaire arabophone (A3) orientée vers la communauté algérienne établie dans le monde arabe.
  - Canal Algérie (francophone) orientée vers la communauté algérienne établie notamment en Europe et dans les autres pays du monde.
  - Télé Coran (arabophone).
  - Télé Amazigh (pour les Algériens de langue amazighe).

En ce qui concerne les nouvelles chaînes "privées" généralistes, il y a lieu de souligner que leur situation au plan de la loi relative à l'information de janvier 2012 n'est pas encore claire, la nouvelle loi "n'autorisant que les chaînes thématiques". Ces chaînes TV privées de droit étranger "off-shore" ont commencé à émettre depuis plus d'une année. Nous pouvons citer entre autres: Echourouk TV, Ennahar TV, El-Djazairia, Numidia, El-Adala, El-Maghribia TV, DZ Shop TV, Jil TV, chaînes qui dans leur majorité pratiquent le multilingue (arabe, français et langues et/ou dialectes locaux).

Notons enfin que dernièrement trois chaînes privées "off-shore" ont reçu l'autorisation d'ouvrir leurs bureaux à Alger à savoir Echourouk TV, Ennahar TV et Djazairia.

---

[3] Loi organique N° 12-05 du 12 janvier 2012 relative à l'information, Journal officiel de la R.A.D.P. N° 02 du 15/01/2012, p.p. 18-27.

## 7. LES NOUVEAUX MEDIAS

1. S'agissant d'Internet, il est à relever qu'en 2012 l'Algérie est classée en 104<sup>ème</sup> position<sup>4</sup> sur 155 pays dans le monde. Par ailleurs le nombre d'utilisateurs s'élève à un peu plus de 3 millions avec un taux de pénétration relativement faible (13.4%) contre une moyenne de 30% pour le Maroc et la Tunisie. La majorité des internautes sont jeunes, 72% sont âgés entre 15 et 19 ans tandis que la tranche d'âge des 20 et 29ans représente pour sa part un taux de 60% d'utilisateurs d'Internet suivi de celle des 30 et 39 ans ( 39%) et 40 et 49 ans (20%)<sup>5</sup>. Notons enfin que 73% des internautes consultent les réseaux sociaux.
2. Pour la téléphonie mobile, l'Algérie avec une population de plus de 38.000.000 d'habitants est classée au cinquième rang dans le top 10 des marchés de la téléphonie mobile en Afrique avec 37.692.000 abonnés<sup>6</sup> en 2012, pour les trois opérateurs de téléphonie (Mobilis ATM – Djezzy OTA- Nedjma WTA) avec une densité (nombre d'abonnements mobiles pour 100 habitants) de 103.31.

Il est intéressant de souligner que le trafic voix a totalisé 85,100 milliards de minutes, et que plus de 3 milliards de SMS (3.148 millions) dont 1.734 millions de messages en intra-réseaux) ont été envoyés en 2011 et que le taux de pénétration par message a augmenté passant de 31,6% en 2010 à 37,31% en 2011.

S'agissant de la 3G, il est utile de noter que son lancement est programmé pour le mois de décembre de cette année, ce qui va décupler le nombre d'internautes algériens et permettre l'accès à une connexion Internet haut débit directement sur leur téléphone mobile (véritable révolution numérique en Algérie). Le lancement de la 3G interviendra au plan politique cinq mois avant la présidentielle de 2014. Les TIC joueront certainement un rôle que ce soit pendant la campagne électorale ou lors des élections car elles permettront aux futurs candidats d'aller directement dans l'objet le plus répandu chez nos citoyens à savoir leur téléphone mobile.

3. La presse électronique, blogs, réseaux sociaux, sites d'information en ligne, journalisme citoyen.

Il existe une multitude de journaux électroniques (T.S.A- D.N.A – Algérie 360.com – Numidia News- Le Matin DZ etc.) ainsi que plusieurs sites électroniques dans

---

[4] Union internationale des télécommunications (UIT), in *El Watan* du 12/03/2013, p.7.

[5] *Le Quotidien d'Oran* du 29/06/2013, p.5. Etude réalisée en 2013 par la Société IMMAR Research et Consultancy.

[6] Union internationale des télécommunications (UIT).

leur majorité multilingues et des centaines voire des milliers de blogs qui utilisent les réseaux sociaux. S'agissant d'un des plus importants réseaux sociaux existant à savoir Facebook, il est intéressant de noter que les facebookers algériens sont estimés à 4.5 millions et sont âgés entre 25 et 35 ans<sup>7</sup>.

Enfin, nous pouvons dire que la magie du web qui consiste en "un clic, un partage, un statut et un commentaire" c'est –à-dire le fait que n'importe quel citoyen peut se substituer au journaliste classique se trouve freinée voire hypothéquée par les retards technologiques et les tarifs probablement exorbitants pour se connecter à la 3G.

## REFERENCES

- BENRABAH, M.** (1999). *Langue et pouvoir en Algérie. Histoire d'un traumatisme linguistique*. Paris, Séguier.
- BOUHADIBA, F.** (2004). La question linguistique en Algérie: quelques éléments de réflexion pour un aménagement linguistique. In: *Trames de langues: Usages et métissages linguistiques dans l'histoire du Maghreb*. Paris, Maisonneuve et Larose; Tunis, Institut de Recherche sur le Maghreb contemporain, pp. 499-506.
- CALVET, L.** (1999). *Pour une écologie des langues du monde*. Paris, Plon.
- CAUBET, D.** (2004). *Les mots du bled: Création contemporaine en langues maternelles*. Paris, L'Harmattan.
- DAHLGREN, P.** (2000). L'espace public et l'internet. In: *Réseaux*, vol.18, n°100, pp.159-186.
- DAKHLIA, J.** (2004). *Trames de langues, usages et métissages dans l'histoire du Maghreb*. Paris, Maisonneuve et Larose.
- DAKHLIA, J.** (2008). *Lingua Franca: histoire d'une langue métisse en Méditerranée*. Actes Sud.
- ELIMAM, A.** (2004). *Langues maternelles et citoyenneté en Algérie*. Oran, Editions Dar El Gharb.
- FRASER, N.** (2003). Repenser l'espace public: une contribution à la critique de la démocratie réellement existante. In: RENAULT, E. & SINTOMER, Y. (Dir). *Où en est la théorie critique?* Paris, La Découverte, pp. 103-134.
- GRANDGUILLAUME, G.** (2003). Les enjeux de la question des langues en Algérie. In: BISTOLFI (dir.). *Langues de la Méditerranée*. Paris, L'Harmattan, pp.141-165.
- LACHKAR, A.** (2012). (Dir.). *Langues et médias en Méditerranée*. Paris, L'Harmattan.
- LAROUCI, F.** (1997). *Plurilinguisme et identités au Maghreb*. Rouen, Publications de l'Université de Rouen.
- MAALOUF, A.** (2001). *Les identités meurtrières*. Paris, Le Livre de Poche.

---

[7] *El Watan* du 04/05/2013.

**MILIANI, M.** (2004). Les politiques linguistiques en Algérie: entre convergence et diversité. In: BOYER, H. *Langues et contact de langues dans l'aire méditerranéenne: Pratiques, représentations, gestion*. Paris, L'harmattan.

**MOHSEN-FINAN, K.** (2009). (dir.). *Les médias en Méditerranée: Nouveaux médias, monde arabe et relations internationales*. Arles, Actes Sud.

**TALEB IBRAHIMI, K.** (1997). *Les algériens et leur(s) langue(s): élément pour une approche sociolinguistique de la société algérienne*. Alger, Edition El Hikma.

**TALEB IBRAHIMI, K.** (2006). L'Algérie: coexistence et concurrence des langues. In: *L'Année du Maghreb*, 1, pp. 207-218.

ISSN 2182-6552 03



9 772182 655002



UNITED NATIONS  
PROGRAMME  
MÉDITERRANÉE



RESEAU  
TRANSMEDITERRANEEN  
DE RECHERCHE EN  
COMMUNICATION