

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE
L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE ABBES LAGHROUR KHENCHELA



Faculté des lettres et des langues étrangères

Département de Français Mémoire élaboré pour l'obtention d'un diplôme de
Master2 Option : Sciences Du Langage

Titre :

**Analyse du Discours Médiatique : Etude de la Construction
Identitaire**

Cas de l'émission « Question d'actu »- Canal Algérie-

Présenté et soutenu par :

Chaima Aissaoui

Bouzaher

Sous la direction de :

Mme Hanane

Les membres de Jury :

Mansouri Mahmoud	MCB	Président	Université Abbes Laghrou - Khenchela
Hanane Bouzaher	MAA	Rapporteur	Université Abbes Laghrou - Khenchela
Araiche Dalel	MAA	Examineur	Université Abbes Laghrou - Khenchela

Année Universitaire :

2022/2023.

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je tiens à remercier Dieu pour m'avoir guidée pour atteindre ce stade.

*Je voudrais adresser tout ma gratitude à ma directrice de mémoire Mme : **BOUZAHER HANANE** pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieuses conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion .*

Un grand merci aux membres du jury :

Mansouri Mahmoud et Araiche Dalel

Pour l'honneur qu'ils m'ont fait en acceptant de juger ce travail, merci à vous tous.

Je remercie également tous ceux qui m'ont aidé de près et de loin pour l'élaboration de ce mémoire.





DÉDICACE

À ma mère au paradis

*À mon père **Abd -El-Hamid** qui a attendu avec
patience le fruit de son éducation*

*À mes très chers frères **Sissou**, **Badrou** et ma sœur
Amina et **ses enfants**, source de joie et de bonheur*

*À ma tante **Djebbara**, ma cousine **Chaima** et mon
amie **Dhikra**, source d'affection et d'encouragement*

*Et Merci pour votre amour qui a fait de moi ce que je
suis aujourd'hui .*

CHAIMA

Remerciements

Dédicace

Introduction Générale.....1-2

CHAPITE I : ANALYSE DU DISCOURS ET INTERACTIONS VERBALE

1. Analyse du discours : aperçu historique.....4

1.1.Le discours.....5

1.2. l'école française de l'analyse du discours.....7

2. l'interaction médiatique dans les discours.....9

CHAPITRE II : LES CARACTERISTIQUES DU GENRE DU DEBAT TELEVISUEL

Introduction.....12

1.la question du genre de discours.....12

1.1.la définition du terme débat.....13

1.2.le débat télévisé.....14

1.3.les composants indispensables pour une présentation médiatique efficace.

1.4.l'énonciation.....15

1.5.la notion d'identité.....15

1.6.l'ethos communicatif et la perception de soi dans la communication..17

CHAPITE III :METHODOLOGIE, CORPUS ET RESULTATS

1. Corpus.....

2. Introduction.....12

La chaîne canal algérie21

L'émission "question d'actu".....22

Outilnumérique.....23

Méthode d'analyse.....23

1. les indicateurs de personnes.....25

2. les indicateursspatio temporels.....27

Conclusion.....29Bibliographie.....

.....32Annexes.....

.....34-45

Résumé.....



INTRODUCTION

GÉNÉRALE

Dans la société actuelle, les médias jouent un rôle croissant, notamment en Algérie, où l'accès à l'information s'est étendu grâce aux avancées technologiques néanmoins Internet, la presse en ligne, les applications web ou mobiles, le câble, le satellite et la presse écrite. Malgré la disponibilité de l'information en temps réel, les émissions télévisées conservent leur importance pour la majorité des téléspectateurs en Algérie, qui les considèrent comme une pratique rituelle plutôt que comme un simple moyen d'obtenir des informations. En effet , ces journaux télévisés demeurent une source d'information primordiale pour se tenir au courant de l'actualité mondiale et nationale.

Selon les propos de Charaudeau(2001), les medias cherchent à présenter une image crédible et à capter l'attention du public, en accordant une importance primordiale à la probabilité en tant qu'élément clé de la fiabilité. Ils s'appuient sur la vraisemblance causale des événements passés ou futurs pour renforcer leur crédibilité.

Cette recherche se consacre à l'examen lexico-argumentatif des désignations attribuées aux secteurs des transports aériens et maritimes dans le contexte particulier de la pandémie de Covid-19. L'économie algérienne, qui repose en grande partie sur ces domaines, a subi d'importantes répercussions à la suite des mesures préventives mises en œuvre par le gouvernement algérien.

L'Algérie, dont le secteur maritime joue un rôle vital, notamment en termes d'importation de 90% des produits nécessaires à son économie, a été particulièrement affectée. En 2019, la croissance du PIB a diminué de 1,4% à 1% et le commerce extérieur a connu un recul de 12%, soulignant ainsi l'importance de la diversification de l'économie algérienne. Cette crise a révélé la nécessité stratégique d'un système portuaire efficace, tout en mettant en exergue les lacunes existantes en matière de flotte maritime et de pavillon algérien.

Dans ce contexte, le gouvernement algérien a tenté de répondre à ces défis par une

série de mesures visant à renforcer la flotte nationale, à participer de manière plus substantielle au transport de marchandises et à réduire les transferts de devises pour les services de transport maritime. Cependant, l'impact de la pandémie de Covid-19 sur l'économie algérienne, voire mondiale, persiste malgré ces efforts.

Face à cette situation, les médias ont joué un rôle central en relayant l'information, générant ainsi une vaste production médiatique comme l'affirme Charaudeau (2005 :122) :

L'univers de l'information médiatique est construit. Il ne reflète plus simplement ce qui se passe dans la sphère publique, il est le fruit d'un assemblage. L'événement n'est jamais transmis dans son état brut. Il fait l'objet d'une standardisation par le biais de critères de sélection des faits et des protagonistes, par la manière dont on les enferme dans des catégories de compréhension, par les choix de clarté effectués.

Nous nous proposons d'analyser cette production à travers une étude des termes utilisés pour qualifier l'impact de la pandémie sur les secteurs économiques, en particulier les transports aériens et maritimes.

Dans notre travail de recherche, nous avons pour objectif d'examiner comment cette situation a été présentée publiquement lors des émissions de débat télévisé

Notre question de recherche principale est donc la suivante :

"Comment le discours médiatique sur le transport aérien et maritime post-pandémique en Algérie construit-il l'opinion collective et influence-t-il les perceptions de la crise dans ce secteur ?"

Cette problématique examine la façon dont le discours de l'émission influence la compréhension du public des enjeux du secteur du transport dans un contexte de crise. De plus, elle permet d'aborder la question telle que :

- **Quels sont les impacts de cette construction discursive sur la perception du public concernant le secteur du transport ?"**

En guise de réponses à la question ci-dessus, nos hypothèses sont les suivantes :

- Les locuteurs lors l'émission de débat télévisé utiliseraient des embrayeurs personnels afin de renforcer la construction d'une identité collective concernant les défis et les opportunités du secteur du transport aérien et maritime en Algérie

post-pandémique.

- L'embrayeur "**nous**" renforce l'identité collective et la responsabilité partagée.

Dans notre travail de recherche, nous avons choisi d'utiliser une méthode descriptive analytique pour étudier le débat médiatique télévisé. Nous appliquerons la théorie de C. Kerbrat-Orecchioni (2005) qui propose une analyse en trois niveaux afin de mettre en évidence les différentes utilisations des embrayeurs dans le renforcement et la construction d'une identité collective.

Notre travail de recherche sera structurée en deux parties, la première est la partie théorique et comportera deux chapitres distincts et une autre partie pratique réservé au troisième chapitre. La première partie est divisée en deux chapitres, dont le premier traite les approches nécessaires à ce travail de recherche avec les concepts clés du discours médiatique. Dans un premier temps, nous exposons la notion de discours, l'analyse de discours ainsi que l'interaction médiatique dans les discours. Le deuxième chapitre est consacré aux du genre du débat télévisuel en Algérie.

La deuxième partie sera consacrée à l'analyse et la description du corpus, nous effectuons une analyse suite à une transcription du corpus d'étude via le logiciel **Maxqda**.

Notre recherche va se terminer par une conclusion générale renfermant tous les résultats de notre recherche.

Partie Théorique



CHAPITRE I

**Analyse du discours et
interactions verbales**

Introduction

Dans ce chapitre, nous aborderons d'une part, la discipline de l'analyse du discours en effectuant un parcours historique rapide. Nous mettrons en évidence certaines pensées fondatrices qui ont contribué à délimiter les contours de ce champ. Nous examinerons également les notions de "discours" et "analyse", ainsi que l'école française de l'analyse du discours et les différentes approches adoptées dans cette discipline. D'autre part, nous terminerons ce chapitre en reliant l'analyse du discours aux interactions verbales contextualisées.

1. Analyse du discours : aperçu historique

Il est difficile d'attribuer l'émergence de la discipline de l'analyse du discours à un lieu ou à un auteur spécifique, contrairement à d'autres sciences. Le linguiste et analyste français Maingueneau (2013) souligne que, en raison de son caractère multidisciplinaire, il est difficile, voire impossible, de la lier à un événement précis : « ... il n'existe pas d'équivalents de Newton, de Pasteur ou de Durkheim, de personnalités dont le rôle déterminant est reconnu par l'ensemble de la communauté. »

En effet, l'expression "analyse du discours" a été utilisée pour la première fois par le linguiste américain Zellig Harris en 1952, dans un article intitulé "DiscourseAnalysis". Selon Maingueneau (2014), l'approche de Harris est très proche du structuralisme littéraire français des années 1960, qui consiste en une analyse "immanente" du texte, et qui diffère considérablement des problématiques actuelles de l'analyse du discours.

Le modèle de Harris ne peut donc pas être considéré comme fondateur de l'analyse du discours contemporaine, il est simplement reconnu comme une naissance nominative, car de nombreux actes, publications et disciplines ont contribué à façonner et développer ce domaine d'étude. Dans les lignes suivantes, nous présenterons les ouvrages, les théories et les auteurs les plus importants de l'histoire de l'analyse du discours. Selon

Charaudeau et Maingueneau (2002: 41-45), l'analyse du discours est une méthodologie qui s'est développée au sein des sciences humaines et sociales. Ainsi, des disciplines telles que la sociologie, la psychologie, l'histoire et les sciences de la communication ont contribué, d'une manière ou d'une autre, à faire évoluer cette approche.

Maingueneau (2014) souligne que la traduction en français et la publication par le linguiste français Jean Dubois en 1969 de l'article célèbre du 13e numéro de la revue *Langage*, qui comportait cette même expression "Analyse du discours" en tant que titre pour l'ensemble du numéro dirigé par Dubois et Sumpf, ont ouvert la voie à un large développement de ce domaine d'étude en France. Cependant, il note l'utilisation assez vague de l'expression "analyse du discours" par les auteurs des articles de ce numéro.

En 1986, la publication de l'ouvrage collectif "Handbook of Discourse Analysis" par le linguiste néerlandais Teun A. van Dijk marque un tournant important dans l'histoire de l'évolution de la discipline. Cet ouvrage regroupe des travaux variés d'auteurs de plusieurs pays.

Comme mentionné précédemment, Maingueneau (2014) affirme que la naissance de ce domaine ne peut être attribuée à un événement fondateur spécifique ni à un chercheur en particulier. Il souligne que des contributions telles que celles de M. Pêcheux avec son livre intitulé "Analyse automatique du discours" et de M. Foucault avec son ouvrage "L'Archéologie du savoir", publiés la même année, ont également mis la notion de discours au centre de leurs réflexions. Maingueneau attire également l'attention sur les travaux de Jean Dubois, qui portait sur les relations entre langue et société :

« .. Dubois a joué un rôle important dans le développement de l'analyse du discours en France. Sur le plan institutionnel, il a légitimé le nouvel espace de recherche en lui donnant accès à cette revue *Langages*, dont le prestige était alors considérable... »(Maingueneau, 2012).

1.1. Le discours

La notion de discours peut être définie de différentes manières en fonction du contexte disciplinaire. Dans le domaine de la linguistique et des sciences du langage, le discours peut être appréhendé de plusieurs façons. Selon le Dictionnaire Larousse en ligne, le discours peut être défini comme un « développement oratoire, sur un sujet déterminé, dit en public, et en particulier lors d'une occasion solennelle, par un orateur ; allocution ». Par exemple, un discours de bienvenue lors d'un événement.

D'un point de vue linguistique, le discours peut également être envisagé selon deux définitions citées dans le même dictionnaire en ligne :

- a- Le langage mis en action et assumé par le sujet parlant, correspondant à la notion de parole au sens saussurien.
- b- Tout énoncé qui dépasse la simple phrase et qui est considéré du point de vue des règles d'enchaînement des suites de phrases.

En effet, selon la perspective de Harris la notion de discours est considérée comme une unité transphrastique : « La séquence des phrases constitue l'énoncé qui devient discours lorsque l'on peut formuler des règles d'enchaînement des suites de phrases » (Stumpf et Dubois, 1969 : 3-4).

Il est important de préciser que différentes disciplines comme la sociologie, l'histoire ou la psychologie peuvent également proposer leurs propres définitions du discours. Toutefois, dans le cadre de cette recherche, nous nous concentrerons principalement sur les définitions liées à la science du langage et plus spécifiquement à la linguistique.

De sa part, Benveniste a contribué de manière significative à l'analyse du discours à l'école française en consacrant ses travaux à l'étude de l'énonciation et de la sémiologie de la langue. S'inspirant de la philosophie analytique et plus spécifiquement de la théorie des actes de parole d'Austin, il a joué un rôle majeur dans l'introduction d'un nouveau thème dans la linguistique française, qui est aujourd'hui couramment désigné sous le

terme d'analyse du discours. Cette expression renvoie à l'instance d'énonciation, c'est-à-dire à la manière dont la langue est appropriée par l'individu qui parle et dans le contexte d'intersubjectivité qui permet la communication linguistique (Benveniste, 1966 : 266).

Mettant l'accent sur l'instance d'énonciation et soulignant l'importance de la communication intersubjective dans l'utilisation de la langue, Benveniste propose les éléments suivants : « toute énonciation suppose la présence d'un locuteur et d'un auditeur, et chez le locuteur, l'intention d'influencer l'autre d'une manière ou d'une autre » (ibid.:242).

Cette définition met en évidence l'importance de la relation entre le locuteur et l'auditeur dans tout acte d'énonciation, ainsi que l'intention du locuteur de produire un effet sur l'autre.

Dans son ouvrage "Discours et Analyse du Discours", Maingueneau souligne que le terme "discours" apparaît dans trois oppositions majeures : entre discours et phrase, entre discours et langue, et entre discours et texte : « Quand on oppose discours et phrase, le discours est considéré comme une unité linguistique "transphrastique", c'est-à-dire constitué d'un enchaînement de phrases (...) mais ce n'est pas l'emploi le plus fréquent de "discours" » (Maingueneau, 2014 :18).

Selon ce dernier, lorsqu'on oppose le discours à la langue, on retrouve l'opposition déjà établie par Saussure entre langue et parole. En considérant la langue comme un système de valeurs potentielles et le discours comme son utilisation concrète, l'accent est mis sur les éléments liés aux "situations accompagnant la production de l'œuvre". Autrement dit, on se concentre sur ce qui est perçu comme une trace individuelle dans l'énoncé.

En distinguant le discours de la langue, on met en avant la dimension contextuelle et pragmatique de l'usage linguistique, en accordant une attention particulière aux éléments qui reflètent l'individualité de l'énonciateur. Cette approche considère le discours comme

une manifestation tangible de la langue en action, enracinée dans des situations spécifiques et portant les marques de l'individu qui l'émet.

En considérant ces définitions, deux caractéristiques principales de la notion de discours émergent : son caractère oral et sa nature contextuelle. Ainsi, il est essentiel de prendre en compte ces facteurs fondamentaux pour appréhender pleinement le discours.

1.2. L'école française de l'analyse du discours

En 1969, deux publications ont marqué un tournant important dans l'émergence de cette discipline en France. Il s'agit du numéro 13 de la revue *Langages*, intitulé "Analyse du discours", et de l'ouvrage de Pêcheux intitulé "L'analyse automatique du discours".

Dans ce dernier, l'auteur critique les approches traditionnelles d'analyse du contenu et d'analyse du texte, qui présupposent la présence d'un sujet, potentiellement l'analyste ou le codeur, capable de déchiffrer le sens d'un texte. Ces publications sont considérées comme des actes de naissance de l'analyse du discours en France.

L'AD a connu différentes phases, dont la première, appelée par Maingueneau (1987 :15) "*l'analyse du discours de première génération*", se caractérise par les problématiques suivantes : « L'AD cherchait principalement à mettre en évidence les caractéristiques des formations discursives considérées comme des espaces relativement autonomes, abordés à partir de leur vocabulaire » (ibid.).

Cette période se caractérise par l'étude des processus de déformations idéologiques. L'AD avait pour ambition de développer une technique de lecture adaptée à ce domaine spécifique. Dans cette optique, l'analyse du discours a initialement privilégié un type particulier de discours, à savoir les discours politiques.

Au cours de la deuxième phase de l'évolution de l'AD en France, on observe une modification considérable de la situation. Ce changement est dû aux contributions qui ont façonné l'AD contemporain, qui dépasse les postulats de Harris et ne se limite pas au développement de la ligne de Pêcheux : « L'analyse du discours de deuxième génération, associée aux théories énonciatives, peut être interprétée comme une réaction systématique contre celle qui l'a précédée » Maingueneau (1987 :15)

L'approche Bakhtinienne représente l'une des principales figures de l'analyse du discours dans sa version récente. Il va au-delà des relations entre les phrases pour examiner également les relations entre les discours.

En introduisant la notion de genre du discours, Bakhtine intègre l'approche culturelle à la linguistique, considérant que le contexte d'énonciation est une partie intégrante de l'énoncé. Ces évolutions apportent de nouveaux outils d'analyse.

Aujourd'hui, les analyses du discours accordent une grande importance à la dimension sociale.

Sur ce point Maingueneau (1995 :11) affirme :

Il y a 25 ans en France l'intérêt pour le discours était inséparable d'un privilège accordé au politique. Se prolongeait ainsi la conception traditionnelle selon laquelle l'étude des textes était réservée à quelques types d'énoncés consacrés. Aujourd'hui toute situation de discours est un objet d'analyse virtuel. Corrélativement, les institutions se retournent de plus en plus volontiers vers les productions verbales : ministères, partis, entreprises, associations... veulent à diverses fins analyser leurs propres énoncés ou ceux de leurs interlocuteurs permanents.

D'après les informations présentées précédemment, la fonction de l'analyste du discours consiste à examiner des productions verbales en les reliant à leur contexte, en se concentrant sur la façon dont le sens émerge de l'interaction (Bres, 2001 :26).

Un autre critère essentiel à prendre en compte est le genre du discours. Il s'agit d'une notion linguistique et d'un outil permettant d'interpréter et de comprendre le discours. Le genre et la situation de communication déterminent ce qu'il convient de dire et comment

le dire, car le contexte implique des comportements langagiers adaptés.

Dans notre étude, basée sur des interactions en français, qui ont ensuite été transcrites par le biais d'un logiciel, nous nous concentrons sur un genre spécifique d'analyse du discours. Plus précisément, nous abordons ce que l'on peut appeler l'analyse du discours en interaction.

2. L'interaction médiatique dans les discours

Selon les travaux de Charaudeau (1993), le contrat de communication est composé de deux dimensions distinctes : la dimension situationnelle et la dimension communicationnelle. Selon ce dernier, la dimension situationnelle englobe les questions relatives à l'objectif de la communication et aux rôles à jouer dans cette situation spécifique. Elle concerne principalement les identités sociales des participants, par exemple, le statut d'élève ou de professeur dans un contexte scolaire.

En revanche, la dimension communicationnelle se concentre sur les comportements discursifs attendus en fonction de la nature du contrat de communication. Par exemple, dans un cadre scolaire, le professeur a le droit de poser des questions tandis que les élèves sont tenus de répondre (Maingueneau, 1996: 36).

Notre étude se concentre sur l'analyse des discours médiatiques diffusés à la télévision. Ainsi, dans le cadre des émissions télévisées, les acteurs directement impliqués incluent : l'animateur, les invités et parfois le public présent sur le plateau.

C'est notamment le cas de l'émissions qui constitue la partie principale de notre corpus d'étude. Toutefois, ces participants ne sont que des intermédiaires par rapport aux véritables participants ratifiés, à savoir les téléspectateurs. En d'autres termes, ce sont ces

derniers qui jouent le rôle essentiel dans l'interaction médiatique.

C. Kerbrat-Orecchioni (1990 :2) utilise l'expression "***trope communicationnel***" pour désigner ces situations de communication : « Le destinataire qui en vertu des indices d'allocution fait en principe figure de destinataire direct ne constitue en fait qu'un destinataire secondaire »

Dans le contexte des émissions médiatiques, les participants ratifiés assument tour à tour les rôles d'émetteurs et de récepteurs, or, leur rôle interactionnel diffère. L'animateur joue un rôle crucial en organisant les échanges verbaux, posant des questions auxquelles les invités sont tenus de répondre.

En revanche, les téléspectateurs ou les auditeurs, qui observent les interactions sur le plateau, sont des auditeurs silencieux. La spécificité du discours médiatique nécessite une prise en compte de la dimension médiatique dans tous les aspects de la production verbale au sein d'une émission.

Les médias ne se limitent pas à la simple transmission de l'interaction au public absent du studio, mais exercent également une influence manifeste sur le déroulement de l'activité verbale.

Ainsi, l'échange est orienté en fonction des contraintes du genre médiatique, tel que le choix des invités en conformité avec des normes préétablies ou l'utilisation de formules d'adresse aux téléspectateurs ou aux auditeurs, telles que les salutations et les remerciements. Cette attention portée à la dimension médiatique assure la performance optimale de l'émission.

Conclusion

Ce chapitre nous donne l'occasion de rassembler les différents concepts théoriques pour l'analyse de notre corpus dans la section prochaine .

Dans ce chapitre , nous nous sommes concentrer sur les concepts suivants :

_ le débat

_ le genre de discours

_ le débat télévisé

Plus les composants indispensables pour une présentation médiatique efficace , afin d'éclaircir ces concepts pour que le lecteur soit en mesure de comprendre ce qui suit.



CHAPITRE II

Les Caractéristiques du Genre du Débat Télévisuel

En analysant l'activité langagière dans une émission médiatisée, nous devons poser la question du genre et de prendre en considération les conditions de production.

Dans ce chapitre, nous nous penchons sur l'étude du débat télévisé en tant qu'une forme de communication médiatisée, caractérisée par ses propres paramètres de fonctionnement et contraintes qui le distinguent des autres formes de communication et d'échange.

1- La question du genre de discours

En 1984, le célèbre linguiste Mikhaïl Bakhtine a distingué deux genres : ceux de la vie quotidienne, appelés "genres premiers", et ceux des productions élaborées, notamment littéraires, appelés "genres seconds". Dans ses travaux, il s'est intéressé à la notion de genre de discours, à son existence et à son intitulé, en dehors des cadres théoriques.

Pour clarifier la question des genres, Adam (1992), soutient que le niveau pertinent pour une typologie textuelle est celui des types, plutôt que des genres. Les types se situent au niveau de la séquence textuelle plutôt qu'au niveau du texte global.

Kerbrat-Orecchioni et Traverso (2004) proposent de distinguer les termes "genre" et "type" :

- Le terme "**genre**" renvoie au caractère institutionnel qui distingue les discours au sein d'une société, en référence à la tradition des "genres littéraires".
- Le terme "**type**", quant à lui, indique la nature rhétorique-pragmatique des discours, c'est-à-dire les caractéristiques relevant de leur organisation discursive.

Comme le souligne aussi Adam (1999:36), le genre d'un discours dépend de divers éléments de sa situation d'énonciation ou d'interaction : « Un genre de discours est déterminable certainement par des facultés textuelles, néanmoins comme une interaction langagière achevée dans un lieu, un temps, une situation et les contraintes d'une langue

données ».

Maingueneau (1993) propose des critères précis pour qualifier un genre, en se basant notamment sur le support de transmission. Il distingue entre les énoncés oraux et graphiques. En ce qui concerne les discours médiatisés, ce dernier souligne à quel point ils dépendent de paramètres spécifiques liés à l'interaction et à l'énonciation.

« Un discours très médiatisé présumé un encadrement institutionnel, une forte restriction thématique. Ses énonciateurs ne s'expriment pas en leur nom propre mais tirent leur autorité d'un rôle ou d'un faisceau de rôles : écrivain, candidat, ministre ... Il en va de même pour les co-énonciateurs : citoyens, étudiants, fidèles, militants, etc., ils sont saisis par un statut qui leur individualité »

Le débat fait partie d'une catégorie de communication plus générale appelée l'interaction verbale. Cette catégorie englobe toutes les formes d'expression qui reposent sur un échange interactif verbal entre deux personnes ou plus, telles que l'entretien, la discussion, la conversation, etc. Chacun de ces modes d'expression présente une structure précise qui peut être comparée à des "moules" auxquels la production verbale s'adapte pour prendre forme.

1.1. La définition du terme débat

Le débat est une forme spécifique d'interaction verbale caractérisée par des échanges animés entre deux parties ou plus, portant sur un sujet controversé et reposant sur l'argumentation.

Selon Nel (1990), le débat est défini de manière exhaustive comme :

Une structure duelle au sein de laquelle les prises de parole sont réglées par des mécanismes d'alternance placés sous la responsabilité d'un ou plusieurs meneurs de jeu ; une relation de face à face obligeant à tenir compte des questions d'image (face positive/négative) et de territoire.

Il se distingue également par la présence d'un tiers chargé de gérer l'interaction. Son objectif est de persuader avec ses propres idées ou de discréditer les arguments de l'adversaire.

Il se trouve que la notion de discussion est étroitement liée au débat, comme le souligne le dictionnaire TLFi, qui la définit comme *une action d'examiner et de critiquer de manière argumentée*.

Ainsi, dans un débat, les échanges sont plus animés et marqués par un aspect conflictuel, où chaque interlocuteur cherche à convaincre ou à réfuter les arguments de l'autre.

Globalement, le débat est donc une discussion. Or, dans le débat, les échanges sont plus vifs et marqués par un aspect conflictuel, le but de chaque partenaire étant de convaincre l'autre ou de balayer son argument.

Par conséquent, le débat est une forme d'interaction verbale qui se distingue par des échanges qui peuvent être vifs entre deux parties ou plusieurs, sur un thème sujet à polémique et reposant sur l'argumentation. Il se distingue également par la présence d'un tiers qui se charge de la gestion de l'interaction. Son but est de convaincre par son idée ou de décrédibiliser l'argument de l'adversaire.

1.2. Le débat télévisé :

D'après Vion (2008), le débat télévisé se démarque en tant qu'interaction verbale médiatique ce qui lui confère une dimension formelle et organisée. Il se distingue d'une simple discussion informelle par son cadre prédéfini et structuré.

En effet, le débat est caractérisé par la confrontation publique de points de vue divergents, où les différents intervenants cherchent à défendre leurs positions avec conviction. Cette confrontation ouverte permet de mettre en lumière les controverses et les débats d'idées, tout en offrant aux téléspectateurs une perspective multiple sur un sujet donné.

(Kerbrat-Orecchioni, 2017 : 16) affirme ainsi qu'« une interaction peut être qualifiée

de débat à partir du moment où elle se présente comme la confrontation publique de points de vue au moins partiellement divergents sur l'objet de discours »

Le débat télévisuel est défini comme un phénomène audio-visuel qui peut être classé parmi les genres télévisuels (Nel, 1989). Il représente un domaine d'étude qui se situe à l'intersection de trois disciplines majeures : la politique, la linguistique et les médias.

Depuis leur première diffusion aux États-Unis en 1954, les émissions de débat télévisé et les talk-shows ont connu un succès croissant.

En France, le premier débat télévisé est apparu en 1954 avec l'émission Face à l'opinion animée par Corval. Cependant, selon les indications de Nel (1990), le véritable essor de ce genre a commencé avec l'émission Faire face, diffusée en 1960.

Ce n'est qu'à partir des années 2010 que l'on a pu observer un progrès vers l'autonomie des émissions de débat en Algérie du moment que le climat démocratique constitue un facteur essentiel pour favoriser l'émergence d'une parole libre et transparente.

Ainsi, les émissions sont devenues plus longues grâce à une plus grande liberté d'expression accordée aux intervenants, ce qui a permis au débat de prendre une dimension plus spectaculaire, tant sur le plan de la mise en scène que de l'expression.

1.3. Les composants indispensables pour une présentation médiatique efficace

Dans le débat télévisé, les intervenants sont généralement des experts ayant une certaine expertise dans un domaine lié au sujet abordé. Ils expriment leurs activités, accusent, défendent une opinion ou un secteur, ou s'y opposent, apportent leur témoignage, proposent parfois des solutions, etc. L'animateur, quant à lui, est responsable de la gestion du débat, de la distribution des tours de parole, de l'introduction des sujets et des invités, de la conclusion de l'émission, etc.

La mise en scène joue un rôle primordial dans le débat télévisé. Elle renforce les

éléments caractéristiques de ce genre. Selon Veron (1981), dans son étude sur les dispositifs d'énonciation du journal télévisé, la mise en scène matérielle du studio de télévision fait partie intégrante de l'énonciation télévisuelle.

L'organisation choisie par l'animateur, les catégories des invités et du public présents dans le studio (le cas échéant) sont des indices qui influencent le message transmis. Par exemple, la disposition en demi-cercle ou face à face, la présence d'un public hétérogène ou la diffusion d'images significatives en arrière-plan, etc.

Ainsi, le plateau de télévision a un impact sur la relation entre les sujets filmés, mais aussi sur la relation induite par le tournage avec le destinataire de l'émission.

Nous notons également que la mise en scène utilise des outils/dispositifs pour renforcer et transmettre les principales caractéristiques du débat télévisé, tels que les échanges vifs voire conflictuels et le caractère polémique du sujet abordé. Cela peut se faire par le biais de mouvements de caméra, de la division de l'écran pour mettre en scène la situation conflictuelle entre deux ou plusieurs intervenants, ou encore par la création d'effets sonores accompagnant la diffusion de certains documentaires pendant l'émission. Tout cela revêt une fonction émotionnelle.

1.4. L'énonciation

L'énonciation est un phénomène complexe où un énoncé est produit dans des conditions spécifiques et dans le but de s'adresser à un public particulier. L'énoncé résulte de l'acte d'énonciation, qui consiste à utiliser la langue pour produire un discours répondant à des objectifs précis.

Grammaticalement, la notion d'énonciation est difficile à appréhender avec les outils de la grammaire traditionnelle, bien que l'énoncé puisse être étudié dans ce domaine.

Selon Austin (1970), l'énonciation résulte de trois activités complémentaires,

également appelées la situation d'énonciation : l'acte locutoire (que dit-il ?) qui correspond à la production d'une suite de sons ou de lettres ayant un sens linguistique ; l'acte illocutoire (que fait-il ?) qui consiste à produire un énoncé ayant conventionnellement une certaine "force" (déclaration, promesse, engagement, etc.) ; et l'acte perlocutoire (pour quoi faire ?) qui va au-delà du langage et peut provoquer des effets ou des changements dans la situation de communication.

L'énonciation étudie des indices permettant de repérer les différentes positions du sujet parlant. Maingueneau (1994: 11) les appelle "**embrayeurs**", qui sont des marqueurs linguistiques qui aident à analyser la situation de communication. Ces embrayeurs sont des unités linguistiques qui permettent d'analyser la subjectivité d'un discours.

Dans cette étude, nous nous intéressons aux traces linguistiques du discours identitaire qui émerge lors des débats médiatiques sur la migration.

Dans notre recherche, nous nous concentrons sur les embrayeurs qui font référence à l'identité des locuteurs "énonciateurs" et "co-énonciateurs" dans les émissions de notre corpus.

Il s'agit notamment des pronoms personnels, des pronoms possessifs et d'autres déterminants spatiaux et temporels qui concernent l'instance communicationnelle.

Les embrayeurs offrent de nombreuses possibilités pour analyser la subjectivité d'un discours en général, ainsi que les indices de l'identité des locuteurs dans les émissions de notre corpus en particulier. Ils peuvent être des pronoms (je, tu, etc.), des verbes avec un usage particulier, ou des adverbes indiquant le temps ou le lieu (maintenant, demain, chez moi, etc.). Selon Kerbrat-Orecchioni (1980), ils peuvent être regroupés en trois grandes catégories :

- Les embrayeurs personnels : pronoms personnels, possessifs, démonstratifs, etc.

- Les embrayeurs temporels : adverbess de temps, expressions temporelles, etc.
- Les embrayeurs spatiaux : adverbess de lieu, expressions spatiales, etc.

Dans l'émissions de notre corpus, la construction de l'identité des participants se fait à travers l'utilisation de certains marqueurs qui leur permettent d'établir un type spécifique de relation, à la fois avec les autres participants et avec le sujet du débat.

Il est important de souligner que l'identité qui se manifeste est étroitement liée à la situation de communication dans laquelle elle se produit.

Sur ce point, Kerbrat-Orecchioni, (2005 : 157) affirme :«...ce qui se trouve investi dans une interaction donnée, ce n'est évidemment pas l'identité globale de X, mais certaines composantes seulement de cette identité, qui sont seules pertinentes dans le contexte interlocutif ».

1.5.La notion d'identité

Charaudeau (2009) soutient que la notion d'identité, dans son ensemble, n'est pas suffisamment développée dans l'analyse du discours, mais trouve une plus grande élaboration dans le domaine psychosociologique du langage. : «Elle [la notion d'identité] a davantage été exploitée par les psychosociologique du langage qui parlent d'"identité sociale", d'"identité collective" ou d'"enjeu identitaire" ».

Dans le dictionnaire Larousse en ligne nous avons trouvés la définition suivante :« ... caractère permanent et fondamental de quelqu'un, d'un groupe, qui fait son individualité, sa singularité : Personne qui cherche son identité. Identité nationale... » .

- Le concept d'identité s'articule ainsi autour de deux dimensions :
- La première est individuelle, car elle concerne l'identité du sujet qui s'exprime en disant **"je"**.

- La seconde est collective, car elle renvoie à la représentativité des appartenances que nous portons et qui englobent nos pratiques sociales.

Ces définitions de l'identité nous invitent à réfléchir à un concept associé qui est souvent lié à cette notion est celui de l'ethos.

En effet, l'éthos communicatif fait référence à l'impact historico-culturel sur la construction et la modification de l'identité discursive d'une société donnée. L'ethos reflète les valeurs, les croyances et les normes sociales qui influencent notre identité et notre manière de nous exprimer dans le discours.

1.6. L'éthos communicatif et la perception de soi dans la communication

En sciences du langage, l'ethos est principalement étudié par la rhétorique : « l'ethos, qui désigne à la base le caractère, l'état d'âme ou la disposition psychique, correspond en rhétorique à l'image que le locuteur donne de lui-même à travers son discours. Son objectif principal est d'établir sa crédibilité en mettant en scène les qualités morales qu'il est censé posséder ». (Kafetzi, 2013, p. 44).

La tradition rhétorique a été utilisée dans l'analyse du discours pour reprendre et développer le concept d'ethos discursif. Selon les auteurs du Dictionnaire de l'Analyse du discours, en l'occurrence P. Charaudeau et D. Maingueneau, (2002 : 238) :

Chez Aristote (la notion d'éthos) acquiert un double sens : d'un côté, il désigne les vertus morales qui rendent l'orateur crédible, à savoir la prudence, la vertu et la bienveillance (...) d'un autre côté, il comporte une dimension sociale dans la mesure où l'orateur convainc en s'exprimant d'une façon appropriée à son caractère et à son type social....

Parallèlement, l'analyse des interactions verbales s'est inspirée des travaux de Goffman en psychologie sociale (1973), qui a substitué le terme "ethos" par sa propre notion de "présentation de soi" ou "gestion de l'identité". Selon Goffman, chaque

interaction sociale implique une influence réciproque entre les partenaires lorsqu'ils sont physiquement présents les uns pour les autres.

D'un autre côté, La pragmatique a contribué au développement de la question de l'image de soi dans le discours en étudiant les modalités par lesquelles le locuteur agit sur son destinataire lors des échanges verbaux. Récemment, Le terme "ethos" a connu un regain d'intérêt grâce aux travaux de Ducrot, même si, comme le souligne Amossy (2010: 33), ses recherches portent davantage sur la polyphonie énonciative que sur les stratégies verbales de présentation de soi. Selon Ducrot, il est important de ne pas confondre les instances présentes dans le discours avec l'individu empirique qui les exprime.

L'attention se porte désormais sur l'interaction plutôt que sur l'interlocution. Ainsi, parler est considéré comme un processus d'échange qui engendre également des transformations, comme l'exprime la citation de Kerbrat-Orecchioni (2010:17) : « parler, c'est échanger, et en échangeant, on change ».Kerbrat-Orecchioni affirme que l'ethos individuel se nourrit de l'ethos collectif et vice versa. L'ethos collectif ne peut être observé qu'à travers les comportements individuels dans lesquels il se manifeste.

Dans son livre *"Le discours en interaction"*, l'auteure distingue trois niveaux de localisation de l'ethos, allant du plus "superficiel" au plus "profond", et correspondant respectivement aux niveaux "micro" et "macro" (Kerbrat Orecchioni, 2005: 304-306).

La différence entre l'ethos en rhétorique et la pragmatique contrastive réside dans le fait que la notion aristotélicienne concerne les individus, tandis qu'en pragmatique contrastive, elle s'applique à des collectifs d'individus, appelés **"communautés de parole"**.

Catherine Kerbrat-Orecchioni (2002: 43-44), explique à ce sujet :« L'ethos collectif ne peut être appréhendé que par le biais des comportements individuels dans lesquels il s'incarne (ce sont les individus qui, par leur comportement, confirment et consolident les valeurs du groupe, tout en manifestant en même temps leur adhésion à ces valeurs collectives) ».

Les individus en général sont soumis à des normes socioculturelles d'appartenance ; ils partagent la langue ainsi que les normes communicatives.

L'ethos communicatif, selon Catherine Kerbrat-Orecchioni, se manifeste à trois niveaux (2005: 304) :

premier niveau	deuxième niveau	troisième niveau
-celui de surface, - se trouvent des éléments isolés qui ont une pertinence culturelle, tels que les termes d'adresse, les formules rituelles, les actes de langage et les comportements proxémiques.	-les marqueurs de différentes natures qui contribuent à la construction du profil communicatif ou du style conversationnel d'une société spécifique.	-l'ensemble des valeurs constitutives d'une culture donnée, telles que proposées par l'ethnographie. - À ce niveau, on retrouve l'ethos collectif.

Dans le contexte du discours socio- politique médiatisé une place cruciale est accordée aux éléments socio-culturels et à l'ethos.

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons entamé une émission médiatisée et nous avons concentré sur l'activité langagière et sur le genre et les conditions de production à travers des procédés d'analyse de discours médiatique et nous avons pu extraire les indices enunciatifs qui marquent la présence dénonciation :

_ les indices enunciatifs

_ les embrayeurs

Qui nous aident à analyser la situation de communication .

Partie pratique :
Analyse et description du
corpus



CHAPITRE III
METHODOLOGIE, CORPUS
ET RESULTATS

Introduction

Dans cette deuxième partie, nous procédons à une présentation détaillée du corpus en utilisant des tableaux afin de faciliter l'identification des embrayeurs. Par la suite, nous examinons les repères historiques de la chaîne de télévision "Canal Algérie". Nous exposons le contexte global des échanges, car l'analyse du discours ne se limite pas à l'énoncé lui-même, mais prend également en compte ses conditions de production politiques, historiques, sociales, etc.

De plus, nous nous intéressons au fonctionnement et au déroulement global de l'interaction. Nous abordons la structuration et le cadre situationnel de l'émission choisie afin de préparer le terrain pour la deuxième phase de l'analyse. Nous avons choisi de concentrer nos réflexions dans un contexte médiatique interactif, en observant les représentations linguistiques des déplacés et les termes faisant référence à l'identité produits par les acteurs au cours des émissions.

Enfin, nous expliquons la méthodologie que nous avons suivie pour la transcription des données orales des corpus et nous détaillons la manière dont ces textes seront présentés dans le format écrit qui sera annexé à cette thèse

1. Corpus

Le corpus analysé consiste en une émission de débat portant sur l'actualité. Plus spécifiquement, ce corpus se compose d'une émission de débat algérienne en langue française. Dans cette situation, nous assistons à un débat animé par une présentatrice dans un studio, où un groupe d'invités est réuni pour discuter du sujet de la crise du transport aérien et maritime en Algérie dans le contexte post-pandémique. Cette recherche utilise un corpus constitué d'enregistrements d'une heure et 34 minutes de la chaîne « Canal Algérie ».

Tableau1. Métadonnées des vidéos du corpus

Titre	Questions d'actu Transport aérien et maritime sous la loupe
Publication	2022-12-01 16:04:52Z
ID	YT05cCRc_al
Nombre de Vues :	2491
Nombre de commentaires	48
Nom de l'auteur	Canal Algérie

Source : YouTube

Le tableau 1 présente les métadonnées de la vidéo du corpus mentionnée précédemment. On observe que la vidéo a été publiée le 01/12/2022, en termes de statistiques : le nombre de vues et de « *j'aime* » pour cette vidéo (adressée à la communauté algérienne résidant en France et en Algérie) est considérable. En effet, les spectateurs de la chaîne YouTube Canal Algérie sont en grande partie des algériens, ce qui peut influencer leurs réactions.

2. La chaîne Canal Algérie :

[26]



Figure 1 : Canal Algérie

Canal Algérie est une chaîne de télévision généraliste publique algérienne à dominante francophone appartenant à l'Établissement public de télévision (EPTV). Lancée en 1994 sous le nom d'Algerian TV, la chaîne était initialement diffusée par satellite et avait pour objectif de maintenir un lien culturel avec la communauté algérienne à l'étranger, principalement en Europe. Par la suite, elle a été renommée Canal Algérie et a élargi sa portée pour intéresser également le public étranger intéressé par les développements politiques et économiques en Algérie.

Depuis le début de l'année 2002, la chaîne est également diffusée via l'émetteur UHF de Bordj El Bahri, couvrant ainsi la capitale, Alger. Selon un sondage réalisé en 2001 par l'Institut Abassa, Canal Algérie était classée sixième en termes d'audience télévisuelle en France et se positionnait en deuxième position parmi les chaînes maghrébines, derrière 2M. Elle aspire ainsi à devenir une chaîne internationale francophone. Cependant, avec la multiplication des chaînes privées, Canal Algérie et les autres chaînes publiques ont connu une perte d'audience, comme indiqué par l'institut de statistiques Immar lors du ramadan 2013, où Canal Algérie était la sixième chaîne la plus regardée en Algérie, avec une part de marché de 5%.

3. L'émission "Question d'Actu"

L'émission est diffusée sur la chaîne Canal Algérie, qui est une chaîne algérienne d'expression française. Animée par plusieurs journalistes, cette émission est de nature

socio-politique et se présente sous la forme d'un débat.

"*Question d'Actu*" est diffusée en direct chaque lundi soir à partir de 21h00 (heure algérienne) sur Canal Algérie. Le programme vise un large public et propose la participation de trois à quatre invités qui répondent à des questions d'actualité. La durée totale de l'émission est de 60 minutes, avec un temps de parole limité à environ 2 minutes par intervenant.

Le plateau de l'émission est aménagé dans les locaux de Canal Algérie, avec une disposition en forme de triangle pour la table autour de laquelle les invités sont assis, deux de chaque côté, en face l'un de l'autre. Un grand écran bleu est positionné derrière l'animateur, reflétant le concept, le genre et la thématique de l'émission.

L'émission "Question d'Actu" aborde les problèmes du transport aérien et maritime en Algérie dans le contexte post-pandémique. Les invités et la journaliste évoquent les défis et les enjeux liés à ces secteurs, en examinant les conséquences de la pandémie sur le transport aérien et maritime en Algérie.

Les débattants discutent des mesures prises pour relancer ces industries, des problèmes rencontrés, tels que les restrictions de voyage, les protocoles sanitaires, les impacts économiques, et des solutions possibles pour surmonter ces difficultés. L'émission offre un espace de débat et de réflexion sur les perspectives d'amélioration du transport aérien et maritime en Algérie dans un contexte post-pandémique.

4. Outil numérique

L'outil numérique utilisé dans cette recherche est le logiciel d'analyse qualitative des données appelé *Maxqda* : un logiciel d'aide à l'analyse mixte quantitative et qualitative des données. Il permet de mettre en place une approche thématique et socio-sémantique. Ses outils décrivent les données de façon peu automatisée, c'est-à-dire que ses analyses ne

sont pas basées sur des algorithmes prédéfinis, mais permet au chercheur d'associer un code à une unité.

Son approche thématique s'effectue par le biais d'un découpage de texte selon des unités de sens. Cette démarche donne la possibilité de limiter tout recours à l'intuition ou à la subjectivité. Donc il faut à chaque fois procéder à une programmation préalable pour avoir des résultats pertinents.

5. Méthode d'analyse

Dans le contexte de notre recherche sur le discours identitaire dans le débat médiatique sur le transport maritime et aérien post pandémie en Algérie, nous nous intéressons aux déictiques, qui sont des marqueurs linguistiques permettant d'analyser la subjectivité d'un discours. Selon Maingueneau (1994 : 11), *les embrayeurs* sont des unités linguistiques qui aident à comprendre la situation de communication.

Dans notre étude, l'analyse se fait sur des logiciels d'analyse qualitative et quantitative des données afin de repérer, en premier lieu, les énoncés contenant nous avons choisi d'analyser et de repérer les traces linguistiques en l'occurrence les embrayeurs présents dans les émissions du corpus.

Cela comprend :

- Le repérage des énoncés : qui consiste à repérer les énoncés dans lesquels :
 - a- Les embrayeurs personnels : renvoient aux participants à la communication et permettent d'identifier leur position subjective dans le discours.
 - b- Les embrayeurs spatiaux : renvoient aux lieux ou aux directions mentionnés dans le discours et peuvent fournir des indications sur l'identité spatiale des locuteurs.
 - c- Les embrayeurs temporels : renvoient au temps et peuvent indiquer des repères temporels qui influencent l'identité des locuteurs.

BIBLIOGRAPHIE

L'analyse de ces embrayeurs linguistiques nous permettra de mieux comprendre comment l'identité des locuteurs se manifeste dans le discours sur la situation du transport maritime post pandémie en Algérie.

Dans notre corpus, chaque participant a exprimé des marqueurs de son identité qui lui ont permis d'établir une certaine relation avec les autres participants et avec le sujet du débat.

Il est important de noter que l'identité manifestée est liée à la situation de communication spécifique.

Comme le souligne Kerbrat-Orecchioni (2005: 157), ce qui est investi dans une interaction donnée n'est pas l'identité globale de chaque individu, mais seulement certaines composantes de cette identité qui sont pertinentes dans le contexte interlocutif : «... ce qui se trouve investi dans une interaction donnée, ce n'est évidemment pas l'identité globale de X, mais certaines composantes seulement de cette identité, qui sont seules pertinentes dans le contexte interlocutif »(Kerbrat-Orecchioni, 2005 : 157).

Dans cette émission, l'identité qui se dégage est à la fois singulière et collective. Ainsi, les invités occupent une double position énonciative. En raison de leur statut social ou professionnel, ils représentent la position politique d'un État spécifique (comme c'est le cas dans l'émission française où les invités sont des personnalités politiques reconnues dans leurs pays et au niveau régional).

Il faut rappeler que les invités de cette émission sont des experts dans le domaine du transport aérien et maritime en Algérie. Il s'agit de monsieur Rabah Midoudirecteur général de la filiale fret d'Air Algérie, Chakib Belaili, expert en aviation civile et ancien PDG d'Air Algérie, Mohamed Achir, consultant économique dans les questions économiques à la chaîne Canal Algérie, Abdallah Seriai, président de la fédération patronale des transports et de la logistique. Ces individus économiques ne sont pas uniquement des porte-parole de

leurs opinions personnelles, mais ils représentent également les positions du gouvernement algérien.

Nous allons désormais entreprendre l'examen d'indices linguistiques révélateurs d'identités présentes dans les interactions qui composent notre corpus, accompagnés d'illustrations permettant de les illustrer et de les analyser.

6. Les indicateurs de personnes

Nous procéderons à l'analyse des pronoms personnels ainsi que des déterminants possessifs qui ont été observés dans les discours des participants.

a- Le pronom *Je* :

En effet, L'analyse des pronoms personnels nécessite une compréhension de la situation d'énonciation ou de la communication dans laquelle ils sont utilisés. Par exemple, le pronom "je" est généralement utilisé pour désigner la personne qui parle, tandis que les pronoms "tu" et "vous" désignent la ou les personnes à qui le locuteur s'adresse.

J / la journaliste	merci avant d'ouvrir le débat je vous propose de revenir sur les dernières mesures donc annoncées par le Conseil des ministres concernant les deux secteurs dont je vous ai parlé (.) le transport maritime et aérien avec Malika Bellal".
--------------------	--

La journaliste, dans le cadre de ce débat médiatique, assume le rôle d'organisatrice de la parole au cours de l'interaction, ce qui entraîne l'utilisation du pronom "**je**" lors de la communication. En effet, "J" utilise le pronom "je" le plus fréquemment avec un total de **13 occurrences**.

RM/Rabah Midou directeur	- non j'ai parlé-en fait j'ai parlé -j'ai parlé de -de -d'un semestre - d'un semestre par rapport au chiffre d'un semestre ;
-----------------------------	---

BIBLIOGRAPHIE

général de la filiale fret d'Air Algérie	- je suis tout à fait d'accord avec ce qui a été dit précédemment sur la nécessité d'une meilleure coordination entre les secteurs - je pense que nous devons investir davantage dans la recherche et le développement pour stimuler l'innovation.
--	---

Dans ces passages, l'utilisation du pronom "je" est influencée par les critères de l'énonciation médiatique, qui exigent que le locuteur, lorsqu'il s'exprime en public, relate les faits, tout en assumant sa position.

Locuteur	Nombre total de "je"
J	13
AS	3
CB	3
MA	3
RM	2

b- Les pronoms *Tu* et *Vous*

Les pronoms "*tu*" et "*vous*" sont deux exemples parmi de nombreuses formes utilisées par un locuteur pour communiquer avec son interlocuteur. La manière dont on s'adresse à l'autre dépend principalement de la situation de communication, de la relation interpersonnelle en cours et de la culture prédominante dans une société donnée.

"*Tu*" est employé pour s'adresser à une personne spécifique, généralement présente lors de la communication. Son utilisation est également restreinte aux relations caractérisées par une familiarité.

AS/	- bonsoir merci à vous
-----	------------------------

J/Journaliste	- si vous voulez il y a une refonte de -du -du -du transport maritime en Algérie
---------------	--

c- Le pronom Nous

Dans le domaine de l'analyse du discours, les pronoms personnels ont une signification qui dépasse leur simple référence grammaticale.

Maingueneau (1994: 20) soutient que les pronoms "Nous" et "Vous" ne sont pas simplement des pluriels de "Je" et "Tu". Au lieu de cela, ils sont mieux compris comme des "personnes amplifiées".

Cette notion suggère que l'usage de "Nous" et "Vous" a le potentiel d'élargir ou d'intensifier la portée de la première et de la deuxième personne du singulier.

Dans le cadre des corpus examinés, le pronom "Nous" a été employé de plusieurs manières distinctes, chacune répondant à un objectif spécifique. Il a été constaté que l'emploi de ce pronom a servi principalement à trois fins, qui seront détaillées ci-après :

Mohamed Achir (MA)	2
Traducteur 1 (T1 Trad)	1
Traducteur 2 (T2 Trad)	0
Malika Bellal (MB)	0
Abdallah Seriai (AS)	0
ournaliste (J)	2

Dans le passage que nous avons sélectionné pour pouvoir **l'analyser (à partir de 00 :02:12 jusqu'à 00 :05:10)** l'embrayeur "**nous**" est utilisé plusieurs fois, notamment pour exprimer l'opinion de plusieurs personnes, englober un groupe de personnes ou une entité collective.

En effet, l'utilisation de cet embrayeur sert à établir un sentiment d'appartenance et d'identité commune.

"Nous avons aussi Mohamed Achir" : Ici, **"nous"** est utilisé par le journaliste pour se référer à l'équipe de l'émission ou de la station de télévision. Cela suggère une entité collective qui englobe l'ensemble de l'équipe, y compris le journaliste et le consultant économique.

"Merci d'être avec nous monsieur Seriai" : Dans ce contexte, **"nous"** est également utilisé par le journaliste pour se référer à lui-même et à l'équipe de l'émission. Cela peut également suggérer une forme de solidarité ou de cohésion avec le public de l'émission.

"Durant cette année nous avons enregistré une amélioration" : L'utilisation de **"nous"** par le traducteur (T1.Trad) sert à désigner une entité plus grande, probablement l'industrie du transport ou l'entreprise spécifique dont il est question. Cela suggère une responsabilité collective pour l'amélioration enregistrée.

"Aujourd'hui nous dépendons carrément" et "ça nous permet quand-même" : Dans ces deux exemples, le consultant économique (MA) utilise **"nous"** pour faire référence à l'Algérie dans son ensemble, y compris ses institutions, son gouvernement et son peuple. Cela souligne l'impact national des problèmes et des opportunités qu'il décrit.

En résumé, dans ce passage, **"nous"** est utilisé pour créer un sentiment d'identité collective, que ce soit au sein de l'équipe de l'émission, de l'industrie du transport, ou de la nation algérienne dans son ensemble. Cette utilisation contribue à donner du poids et de la gravité aux points discutés, en soulignant leur pertinence pour un groupe plus large.

d. Les indicateurs spatio-temporels :

Les embrayeurs spatio-temporels sont des éléments du discours qui renvoient à une situation d'énonciation, c'est-à-dire à un lieu (espace) ou à un moment (temps). Ils servent à ancrer le discours dans un contexte spatio-temporel.

Embrayeur Spatio-Temporel	Locuteur	But de leur utilisation
<i>"durant cette année"</i>	T1 Trad	Établir un contexte temporel pour les informations qui suivent.

BIBLIOGRAPHIE

"les 8 premiers mois de l'année 2022"	T1 Trad	Donner un contexte temporel précis aux informations présentées.
"désormais"	MB, T2 Trad	Mettre en évidence une nouvelle situation ou un changement.
"Interrompu depuis mars 2020"	MB	Donner un contexte historique à la situation actuelle.
"dans les plus bref délais"	J	Donner un contexte spatial à la conversation, créer un sentiment d'inclusion.
"sur ce plateau"	J	Donner un contexte spatial à la conversation, créer un sentiment d'inclusion.

Les embrayeurs spatio-temporels sont essentiels pour aider les auditeurs à situer le discours dans un contexte spécifique, améliorant ainsi la clarté et la compréhension du discours .

Conclusion

dans ce dernier chapitre nous avons réussi d'exposer le contexte global des échanges , et de prendre également en compte ses conditions de production . En observant les représentations linguistiques des déplacés et les termes faisant références à l'identité produits par les acteurs avec des tableaux .

..... Saut de section (page suivante)

Conclusion générale



CONCLUSION

Dans cette recherche portant sur l'analyse discursive du discours médiatique lors d'une émission télévisée, nous avons d'abord présenté en détail certains procédés langagiers présents dans notre corpus, en nous appuyant sur les approches de l'analyse discursive. Notre objectif était d'identifier les termes faisant référence à l'identité des participants dans le discours.

Nous avons observé que l'identité des participants se manifeste à travers l'utilisation de pronoms personnels, en l'occurrence le pronom personnel « *nous* », mettant en évidence certains éléments : les participants préfèrent mettre en avant leur statut d'expert ou de témoin, adoptant ainsi un vocabulaire neutre et une identité plus discrète. Malgré cette attitude réservée et prudente, quelques indicateurs spatiaux ont pu être repérés.

Enfin, l'analyse des émissions de débat télévisé nous permet également de mieux comprendre ce genre discursif. Le débat télévisé est une forme spécifique d'échange verbal en public. À travers l'histoire, on trouve des événements et des lieux témoignant de la pratique de ce genre discursif, ce qui reflète clairement l'établissement de valeurs civiques et humaines.

BIBLIOGRAPHIE

- 1) Adam, J-M (1992), Les Textes : types et prototypes, Paris : Nathan
- 2) Adam J-M, (1999) : Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes, Paris : Nathan.
- 3) Austin J-L (1970) Quand dire, c'est faire, Paris : Seuil.
- 4) Amossy, R (2010). La présentation de soi : Ethos et identité verbale, Presses Universitaires de France.
- 5) Austin J-L (1970) Quand dire, c'est faire, Paris : Seuil.
- 6) Amossy, R (2010). La présentation de soi : Ethos et identité verbale, Presses Universitaires de France.
- 7) Bakhtine, M. (1984), Esthétique de la création verbale, Paris : Gallimard
- 8) Benveniste, E (1966), Problèmes de linguistique générale, Tome 1, Paris : Gallimard
- 9) Bres, J (2005) « Savoir de quoi on parle : dialogue, dialogal, dialogique ; dialogisme, polyphonie... », Dans Actes du colloque de Cerisy sur Dialogisme et polyphonie. Approches linguistiques, 3-9 septembre 2004, Bruxelles : de Boeck.duculot,
- 10) Charaudeau, P (1992), Grammaire du sens et de l'expression, Paris : Hachette.
- 11) Charaudeau, P (2005) « Les médias de l'information. L'impossible transparence du discours », Bruxelles : éd. De Boeck
- 12) Charaudeau, P (dir.), (2009a) : Identités sociales et discursives du sujet

- parlant, Paris : L'Harmattan.
- 13) Kafetzi, E (2013). L'Ethos dans l'Argumentation : Le cas du face à face Sarkozy / Royal 2007 [Thèse de doctorat, Université de Lorraine].
<https://www.theses.fr/2013LORR0053>
- 14) Kerbrat-Orecchioni (1980) Catherine Kerbrat-Orecchioni, L'énonciation de la subjectivité dans le langage, Paris, Armand Colin, 1980
- 15) Kerbrat-Orecchioni, C (1990) Les Interactions verbales, Tome 1, Paris : Armand Colin.
- 16) Kerbrat-Orecchioni, C, & Traverso, V. (2004) «Types d'interactions et genres de l'oral», Dans : Langages, 38^e année, n°153.
- 17) Kerbrat-Orecchioni, C (2005) Les Actes de langage dans le discours, Paris : Armand Colin.
- 18) Maingueneau, D (1993) « Analyse du discours et archive », in Semen n°8,
<http://semen.revues.org/4069>,
- 19) Maingueneau, D (1996), Les termes clés de l'analyse du discours, Paris : Seuil.
- 20) Maingueneau, D et Charaudeau, P (2002), Dictionnaire d'analyse du discours, Paris: Seuil.
- 21) Maingueneau, D (2012), Analyser les textes de communication, Paris : Hachette.

ANNEXES

-	00:00:00	[Musique]
J	00:00:18	<p>bonsoir à tous merci de nous retrouver ce soir dans question d'actu 90 minutes d'actualité décortiquée avec nos invités et nos consultants (.) ce soir il sera question de transport aérien et maritime et pas que juste pour notre premier plateau deux gros dossiers traités lors du dernier conseil des ministres le président Abdelmadjid Teboune a donné une nouvelle fois des directives au sujet de la compagnie aérienne nationale Air Algérie qui devra adopter un plan de restructuration un nouveau mode de fonctionnement pour se conformer aux normes internationales (.) la gestion du transport maritime mise sous la loupe également(.) le président de la République a ordonné d'engager immédiatement une enquête pour demander des comptes aux responsables de la détérioration de ce secteur stratégique à tous les niveaux et des responsabilités (.) le chef de l'État par la même occasion exigeait de revoir radicalement la structuration et la politique du transport maritime de marchandises en vue de sa réhabilitation et soumettre le projet de la nouvelle stratégie de gestion dans un délai d'un mois (.) le deuxième thème portera sur l'agriculture (.) le gouvernement va plafonner les prix des viandes blanches (.) ce plafonnement des prix devrait aider selon le ministre à préserver le pouvoir d'achat des citoyens (.) la décision est prise et son application serait imminente (.) d'autres mesures seront prises afin de stabiliser les prix des œufs et des viandes rouges nous en parlerons dans notre second plateau (...) et on terminera avec la réunion du gouvernement tenu aujourd'hui à Tissemsilt (.) cette réunion (.) la seconde en dehors du Palais du Gouvernement sera consacrés à l'examen de la feuille de route relative à la mise en œuvre du programme complémentaire de développement de la wilaya de Tissemsilt (.) tout sera débattu avec nos invités (.) et nos experts sur le plateau mais d'abord (.) donc cette première partie sera réservée aux transports aérien et maritimes et nous accueillons sur ce plateau pour commencer monsieur Rabah Midou bonsoir.</p>
RM	00:01:57	Bonsoir
J	00:01:58	<p>vous êtes le directeur général de la filiale fret d'Air Algérie merci d'avoir accepté notre invitation (.) nous avons également avec nous monsieur Chakib Belaili bonsoir (.) vous êtes expert en aviation civile et ancien PDG d'Air Algérie merci d'être ce soir avec nous</p>
CB	00:02:11	Bonsoir
J	00:02:12	<p>Nous avons aussi Mohamed Achir notre consultant économique dans les questions économiques merci d'être sur ce plateau</p>
MA	00:02:17	merci
J	00:02:19	<p>et par Skype monsieur Abdallah Seriai vous êtes président de la fédération patronale des transports et de la logistique merci d'être avec nous monsieur seriai</p>
AS	00:02:26	bonsoir merci à vous
J	00:02:29	<p>merci avant d'ouvrir le débat je vous propose de revenir sur les dernières mesures donc annoncées par le Conseil des ministres</p>

ANNEXES

		concernant les deux secteurs dont je vous ai parlé (.) le transport maritime et aérien avec Malika Bellal
MB	00:02:40	considéré comme le cœur palpitant de l'activité commerciale en Algérie le transport (.) maritime et aérien de marchandises est appelé aujourd'hui à ce moderniser davantage (.) et afin de revoir la politique et la stratégie de la flotte nationale (.) de transport maritime et aérien de marchandises (.) une feuille de route a été mise en place (.) désormais les deux sociétés CNAN Med et CNAN Nord (.) spécialisées dans le transport maritime sont appelés à fusionner afin de créer une seule société (.) et de revoir radicalement la structuration et la politique du transport maritime de marchandises en vue de sa réhabilitation (.) le président de la République a d'ailleurs ordonné lors du dernier conseil des ministres devraient par tous les moyens à la régularisation technique des navires algériens dont les ports internationaux et d'ouvrir la voie aux expertises algériennes spécialisées dans le maritime (.) notamment les jeunes compétences en vue de créer des entreprises spécialisées dans la réparation des navires]
T1 Trad	00:03:46	durant cette année nous avons enregistré une amélioration au niveau du transport de marchandises (.) les 8 premiers mois de l'année 2022 (.) il y avait une augmentation de 25% par rapport à 24,5% l'année précédente
MB	00:04:00	par ailleurs (.) l'opération d'acquisition d'avions dans les plus bref délais (.) est désormais une nécessité (.) afin de développer la flotte aérienne algérienne]
T2 Trad	00:04:14	un programme de réforme est mis en place par l'administration générale de la compagnie aérienne nationale Air Algérie (.) portant acquisition de nouveaux avions (.) quelques anciens appareils destinés auparavant pour le transport de civil seront utilisés (.) après l'acquisition de nouveaux avions (.) pour le transport de marchandises (.) l'opération d'exportation va ainsi toucher d'autres marchés internationaux (.) notamment ceux de l'Asie (.) les pays du Golfe (.) et les marchés américains
MB	00:04:41	Interrompu depuis mars 2020 (.) en raison de la pandémie du covid 19 (.) le transport maritime et aérien reprend de plus belle (.) tout comme le transport des voyageurs (.) dans les vols seront intensifiés notamment ceux de la Omra (.) et les vols à caractère touristique entre Paris et Janet]
J	00:04:59	voilà donc le transport aérien et maritime (.) deux secteurs stratégiques et pourtant loin de répondre aux exigences internationales et en compétitivité (.) un vrai manque à gagner pour notre pays monsieur Achir
MA	00:05:10	effectivement (.) le secteur de transport (.) que ce soit transport aérien au transport maritime (.) euh représente actuellement un enjeu majeur pour l'économie algérienne (.) une économie qui se diversifie davantage (.) et qui euh cherche également à pénétrer des marchés à l'international (.) pour cette raison donc il faut un outil national (.) susceptible justement d'aider nos opérateurs (.) à pénétrer les marchés

		<p>internationaux avec des coûts compétitifs (.) parce qu'aujourd'hui nous dépendons carrément euh (.) des armateurs étrangers notamment pour le transport euh (.) maritime (.) avec environ 95% qui est assuré par des armateurs étrangers (.) alors que (.) la compagnie nationale assure donc 5% et là lorsqu'on est dépendant des euh -des armateurs étrangers ou bien des opérateurs étrangers donc là on peut pas réellement (.) optimiser ou même (.) essayer de mutualiser un certain nombre d'opérations que ce soit l'importation ou à l'exportation (.) donc cela veut dire que un manque à gagner énorme en terme d'abord de couts - de couts parce que lorsqu'on a une flotte nationale par exemple (.) que ce soit aérienne ou maritime (.) donc ça nous permet quand-même (.) de tracer des politiques intégrées qui vont bien entendu favoriser (.) bien sûr dans un cadre toujours commercial (.) favoriser des opérateurs nationaux mais actuellement le coût est énorme (.) c'est en milliards de dollars et c'est en devise (.) donc l'Algérie bien sûr elle a entamé un programme même de rationalisation de des importations (.) et lorsqu'on regarde la balance des opérations au service donc on retrouve toujours le coût euh (.) du transport est très important (.) c'est la devise hein (.) c'est un manque à gagner pour des réserves du change (.) du pays (.) donc si on arrive (.) à construire quand-même euh (.) une flotte nationale que soit aérien ou [inaud] pour -pour le maritime et gagner des parts de marché importantes dans ce cadre-là (.) donc ça va revenir euh -ça va revenir en termes d'abord (.) on va économiser quelque sorte euh (.) les réserves de change (.) mais aussi ça va donner quand-même (.) toute une économie (.) parce que il y a un effet d'entraînement qui va se créer en termes de création d'emploi (.) en termes aussi de développement d'autres services qui sont (.) annexes à l'activité de transport (.) parce que il y a tout une logistique autour euh de transport maritime ou de transport aérien]</p>
J	00:07:52	<p>donc on a compris aujourd'hui l'importance de miser sur ces deux secteurs stratégiques (.) alors souvent quand on parle d'Air Algérie concernant le transport des voyageurs (.) on pense pas aux frettes (.) alors qu'aujourd'hui il y a une filiale (.) la deuxième filiale d'Air Algérie qui est méconnue du grand public et qui lui permet d'amortir un peu les pertes (.) c'est ce qui s'est passé pendant la pandémie de la covid-19 alors en 2021 le trafic cargo mondial (.) a enregistré la deuxième plus forte croissance de son histoire 18,7 % (.) c'est devenu même la principale source de profit ce qui n'est pas (.) le cas pour notre cas même si on a enregistré une euh croissance euh (.) parlez-nous un peu de cette filiale est-ce que aujourd'hui il y a un plan de développement (.) qui la concerne.</p>
RM	00:08:35	<p>merci Madame (.) donc pour le (.) l'activité frette au sein de la compagnie Air Algérie elle a toujours existé en 2016 (.) il a été décidé de créer une filiale justement pour le développement de cette activité (.) et le rayonnement international de euh -de -de cette activité (.) et pareillement à l'activité passager (.) vous avez raison quand vous dites c'est méconnu par le public (.) en fait le fret monsieur Belaili là il était ancien PDG d'Air Algérie le connaît (.) le fret est connu- ça a été toujours (.) une source marginale des recettes par la nature de l'activité elle-</p>

ANNEXES

		même (.) maintenant (.) effectivement euh la -la pandémie en fait (.) elle avait de- elle a été à double tranchant (.) une crise à double tranchant (.) c'était pas bien pour l'activité passage (.) on a assisté à euh (.) l'ensemble de -de la flotte d'Air Algérie qui -qui est un petit peu clouée au sol (.) il n'y avait que l'activité fret (.) et là ça a été la joie de la filiale (.) bien que elle a à peine deux ans et demi trois ans de sa euh (.) création (.) vous savez après la création il y a toujours l'implémentation de la filiale donc il y a des -des problèmes administratifs à -à gérer (.) malheureusement quand on a euh commencé à -à -à voir (.) pour l'avenir (.) il y avait le covid (.) pour la compagnie (.) pourquoi je dis double tranchant (.) parce qu'effectivement (.) nos avions cargo (.) nous avons deux avions cargo à l'époque il y a bien ancien avion et (.) un Boeing 737 800 moyen porteur (.) et un moyen courrier aussi (.) mais euh nous avons aussi d'autres avions (.) d'autres avions qui étaient [J : convertis] -utilisé en -sous forme de -sur la version passager (.)
J	00:10:17	c'est-à-dire qu'au total vous utilisiez combien d'avions pendant la période de la pandémie ?
RM	00:10:20	pendant la période Covid on a atteint l'utilisation de cinq avions [J : cinq avions] cinq avions en cargo (.) mais maintenant avec la reprise des vols passagers évidemment [J : ça a diminué il vous reste euh deux avions] c'est une question -c'est une question de gestion des priorités parce que il y avait une pression sur l'activité passage après le retour donc [J : ça a trainé un petit peu la filiale fret euh j'imagine] c'est juste année nous avons euh (.) mais il y a un programme de -il y a un problème
J	00:10:48	vous parliez tout à l'heure du sujet de 25% d'une croissance 25% sur combien ? c'est-à-dire l'équivalent en termes de chiffres ça donne quoi ?]
RM	00:10:54	non j'ai parlé -en fait j'ai parlé -j'ai parlé de -de -d'un semestre -d'un semestre par rapport au chiffre d'un semestre [inaud] notre part de marché est actuellement entre exactement 56% à 60% le chiffre du fret aérien en Algérie il tourne autour de 34000 à peu près 34000 euh (.) Air Algérie assure à peu près (.) le traitement de à peu près de euh (.) 20000 tonnes (.) par année mais (.) ça reste très loin de -de deux choses de la première (inaud) ça reste très loin de l'activité du maritime maintenant (.) parce que la réalité est là
J	00:11:34	ah ou il le disait monsieur euh 95% du commerce est assuré par le maritime c'est-à-dire qu'il y a 5% pour le fret aérien c'est rien du tout (.) aujourd'hui pourquoi euh ce retard occasionné au niveau du fret cargo alors qu'il pourrait apporter beaucoup (.) puisque je pense que le fret aérien peut opérer dans -dans le transport des marchandises périssables dans certaines euh où il est nécessaire je veux dire (.) il peut trouver sa place euh (.) dans le marché international
RM	00:12:00	non je veux dire que 5% par rapport au trafic maritime il n'y a pas de problème dans le chiffre de 5% par rapport au trafic maritime (.) parce que c'est la nature de l'activité du maritime (.) il est beaucoup moins cher il est 10 fois moins cher que le que l'aérien (.) l'aérien c'est très

ANNEXES

		cher il est très réglementé (.) le -la nature du fret aérien (.) c'est elle englobe le périssable elle englobe l'urgent (.) le fragile (.) le valeureux donc le reste c'est 95%, il y a pas d'anomalie dans ce [inaud] mais peut-être la faiblesse -la faiblesse (.) c'est pas le 5% par rapport à maritime mais la faiblesse est par rapport au potentiel (.) que l'Algérie peut ressaisir]
J	00:12:34	on va arriver (.) on va en parler avec monsieur Belaili justement sur ce manque à gagner que nous avons dans la filière du fret cargo aujourd'hui
CB	00:12:39	bon le (.) effectivement au cours de la pandémie de (.) -récentes pandémie euh (.) un intérêt nouveau pour le fret aérien (.) euh (...) les chiffres qui viennent d'être donnés concernant Air Algérie (.) sont significatifs (.) mais il y a eu des compagnies qui ont encore beaucoup plus profité de cette aubaine (.) je prends Ethiopian Airlines qui a converti 22 avions qui étaient avions passagers qui les a convertis en avions cargo (.) et qui a utilisé 24 autres avions (.) passagers (.) en euh qui est des terrestres en version passagers (.) donc ça fait un bénéfice énorme pendant cette période qui a couvert sur le déficit qu'elle]
J	00:13:27	[occasionné par les [inaud] de passagers
CB	00:13:28	maintenant il y a aussi des -des -des compagnies (.) maritimes qui viennent de s'allier avec des compagnies euh aériennes (.) je prends le cas de d'Air France donc euh elle s'est alliée avec la compagnie maritime pour (.) justement développer le fret euh -de faire la combinaison entre le fret aérien euh (.) et le fret maritime (.) donc ça -et je pense qu'en Algérie aussi on pourrait euh (.) du fait qu'il y a euh (.) un déficit (.) peut-être de capacité ou peut-être de gestion dans le frottement maritime (.) le fret aérien pourrait aussi prendre le -combler (.) et peut-être pourquoi pas plus tard une alliance entre le fret maritime et le fret aérien si je prends Ethiopian Airlines (.) ils ont fait cette euh -Air France a fait cette alliance avec une grande compagnie maritime (.) Ethiopian Airlines vient de faire aussi cette alliance (.) Ethiopian Airlines sont allés un petit peu plus loin et ils ont fait des alliances aussi même avec le rail (.) avec un seul billet d'Ethiopian Airlines on peut voyager sur euh -en aérien (.) en maritime et (.) le rail]
J	00:14:27	[c'est là qu'on est compétitif euh c'est là que euh voilà (.) il y a une modernisation de tout le secteur en terme de compétitivité de numérisation d'offres de services il faut]
CB	00:14:36	[mais aussi que vous dites numérisation il y a aussi le développement du e-commerce aussi a favorisé -va favoriser et favoriser de plus en plus l'aérien]
J	00:14:47	[ça peut encore jouer sur les maritime]
CB	00:14:48	[oui -oui un chiffre d'affaires nouveau pour les compagnies euh aériennes]
J	00:14:51	[le transpo- le secteur des transports maritimes (.) a été lui z aussi euh mis sous la loupe lors de ce conseil des ministres (.) euh monsieur Seriai aujourd'hui il y a des mesures urgentes aujourd'hui pour la refonte

ANNEXES

		du transport maritime en Algérie bien sûr qu'il y a beaucoup de ventes si vous voulez il y a une refonte de -du -du -du transport maritime en Algérie
AS	00:15:08	Bien sûr qu'il y a beaucoup de refonte (.) y a une refonte à -à refaire juste (.) dire que le transport maritime est quand-même un mode de transport qui est euh (.) j'allais dire sinistré depuis quelques années déjà c'est pas mais je pense que la décision (.) prise par le Conseil des ministres tombe à point pour réorganiser refendre -reprendre un peu (.) ce -ce secteur (.) euh je pense que la décision d'unifier ou de réorganiser ou de di- j'allais dire d'assembler les deux entreprises (.) est -est une bonne chose en soi (.) si (.) elle est accompagnée (.) de décisions importantes (.) euh pa- parallèlement (.) je m'explique (.) euh si on doit (.) euh reprendre les deux CNAN (.) les deux sociétés (.) effectivement (.) ça peut donner une bonne euh (.) issue (.) mais à condition de créer une nouv- total- une nouvelle société (.) complètement nouvelle (.) euh par rapport aux anciennes (.) euh au plan pratique (.) ce serait de ré- réorganiser ou remettre disons à -à la holding gatma les navires (.) qui elle-même peut les remettre à une nouvelle société ou les (.) louer ou les affréter ou les -les -les vendre à la nouvelle société et permettre donc à cette société de ve- reprendre euh (.) comme on dit son envol sur des -sur des conditions solides (.) éviter donc euh tout ce qui s'est passé jusque-là parce que si (.) on reprend les deux sociétés sur le- avec le même mode de gestion avec le même (.) personnel j'allais dire que dans deux ou trois ans reviendra pour pratiquement un point]
J	00:17:09	on demande une nouvelle vision de nouveaux objectifs totalement un nouveau mode de management]
AS	00:17:16	un nouveau mode de management (.) un euh un sang neuf (.) avec des jeunes disons euh professionnels mais également euh (.) disons qui sont des managers hein (.) vraiment j'allais dire qui euh hum qui ont le ma- qui savent manager des entreprises parce que ce n'est pas euh (.) en mettant comme euh (.) je m'excuse un commandant de navire sur à la tête d'une entreprise de transport maritime qu'on va euh (.) sauver le transport maritime]
J	00:17:46	[on parle de professionnalisation hein du secteur aujourd'hui et]
AS	00:17:53	Ça ne veut pas dire permettre de -je vous dis le management est une chose (.) la conduite d'un navire c'est -c'est -c'est autre chose
J	00:18:00	oui mettre les personnes à leurs places s'il vous plaît mais (.) je reviendrai à vous monsieur Seriai (.) on va rester avec votre idée hein sur l'importance de la fusion des deux entreprises aujourd'hui euh (.) on en parlait monsieur Achir (.) il est important aujourd'hui d'affronter le marché international avec une entreprise forte (.) cette fusion donc euh (.) est la bienvenue est une bonne idée monsieur Seriai parle (.) d'une nouvelle société carrément de -d'un nouveau personnel jeune (.) moderne (.) un nouveau mode de management on a besoin (.) d'un sang frais]
MA	00:18:26	tout à fait il faut euh (.) tout une stratégie globale (.) une stratégie globale qui va intégrer toutes les dimensions (.) euh de l'entreprise (.)

		<p>d'abord cette décision effectivement de fusionner (.) est très importante étant donné que (.) ce marché est très concurrentiel (.) et il est -il est géré par de grandes multinationales (.) euh toutes les multinationales adoptent parfois la stratégie (.) que ce soit de focalisation ou bien recentrage (.) cette stratégie de recentrage consiste à mieux consolider (.) surtout euh un certain nombre de créneaux (.) qu'ils jugent très importants pour son activité (.) donc euh filialiser davantage pour avoir une taille critique et faire face à la concurrence (.) et justement c'est dans l'optique (.) euh de massification de transport et de la conteneurisation par exemple (.) et ce qu'il a euh ce qu'il a dit notre ami tout à l'heure (.) euh effectivement euh (.) maintenant on est dans des - dans des démarches euh c'est-à-dire multimodales (.) c'est-à-dire euh (.) il y a massification des flux de transport en profitant de développement de la conteneurisation (.) mais aussi avec (.) euh des partenariats de euh (.) par exemple Air Cargo (.) des partenariats pour développer le transport aérien et (.) avec des partenariats avec le transport (.) euh par voie ferrée (.) donc avec une transport -avec les trains et tout ça -ça crée donc euh (.) une certaine mutualisation d'abord des moyens (.) et certaines maîtrises (.) aussi de lignes maritimes par exemple (.) ou même de -de certains euh aériennes (.) donc lorsqu'on est (.) dans cette taille euh critique (.) lorsque euh on mutualise (.) et lorsqu'on a un plan stratégique aussi parce qu'il faut un plan stratégique (.) et un -une rénovation aussi (.) du modèle managérial (.) euh c'est-à-dire pour mieux (.) viser les objectifs et introduire des indicateurs en mesure de performance dans l'entreprise (.) cela veut dire que -ça concerne en fait tout le secteur public marchand en Algérie donc (.) euh surtout un certain nombre d'entreprises donc nécessitent un effort (.) de -de -de - un effort de changement de mode de gouvernance carrément]</p>
J	00:20:49	[tout cela peut apporter énormément c'est-à-dire si on investit dans ce domaine-là]
MA	00:20:52	[justement c'est euh (.) maintenant euh pourquoi une taille critique - une grande taille de -d'entreprise (.) parce que euh si on -on veut être compétitif sur le marché international de transport que soit le maritime ou le cargo aérien donc on doit (.) euh faire l'acquisition de -de grands appareils (.) et de grand navire (.) par exemple euh euh (..) euh il y a un DG un PDG du port Jenjen qui a cité un exemple donc euh (.) un navire de 100000 tonnes au port de Jenjen (.) ça a fait gagner aux opérateurs 10 dollars par tonne (.) donc (.) voilà la capacité (.) donc pour pouvoir investir dans cette grande capacité de navire (.) donc il faudrait avoir (.) quand-même une fusion (.) de filiale et avoir une entreprise qui a les moyens importants sur le plan financier et sur le plan humain (.) surtout humain (.) donc il faut investir davantage dans les ressources humaines (.) le capital humain (.) et bien sûr développer cette massification des flux avec (.) donc l'investissement (.) dans la logistique (.) des services (.) l'assurance avec l'aérien mais avec le -le chemin de fer (.) donc même des conventions (.) d'ailleurs il y a une entreprise (.) c'est le troisième mondial dans le transport maritime qui a fait une convention avec la SNCF (.) la société nationale de transport ferroviaire (.) donc elle a fait une convention vous voyez (.) parce qu'ils ont cette vision

ANNEXES

		stratégique donc ils ont]
J	00:22:26	[on reparle justement un peu de ce que peut apporter cette euh -cette compagnie maritime troisième mondiale (.) mais on va revenir un peu au transport euh (.) aérien (.) alors on parle de plan stratégique d'une vision claire pour transport maritime (.) il est -il en est de même pour le transport aérien aujourd'hui on a besoin d'une vision claire -d'un plan stratégique pour le secteur aérien (.) on parle de nouvelles visions -d'un nouveau modèle managérial de faire des profits de la performance (.) quel est aujourd'hui le plan de développement sur lequel vous comptez vous appuyez ? (.) est-ce qu'il y a un plan de développement ou est-ce qu'il est en préparation ? parce qu'on pense]
RM	00:22:58	il est déjà -il est en cours d'élaboration il y a même des parties qui sont déjà validées et (.) communiquées (.) d'autres parties qui sont toujours à l'étude (.) effectivement avec la direction générale de -du groupe (.) -de notre groupe Air Algérie (.) ça a été coordonné tout ça (.) donc on commence premièrement par le renforcement de -de la flotte elle-même (.) y compris la flotte passager (.) parce que beaucoup (.) pensent que la flotte passager c'est le passager seulement (.) mais il y a aussi du fret (.) par exemple (.) surtout par exemple sur cette fois pour la première fois avec la nouvelle acquisition qui est déjà (.) inch'Allah pour les 15 ans (.) donc ça va être euh (.) pour le prochain conseil des ministres (.) là on va passer de 8 avions Airbus 330 qui sont des gros porteurs à 15 avions donc + 7 [J : qui font les deux] non (.) l'avantage - l'avantage de ces avions c'est que des avions qui ont un rang qui peut aller jusqu'à Shanghai (.) qui peut aller jusqu'à au Canada ou au Brésil (.) là ils couvrent tout le monde (.) toute la planète (.) c'est l'avantage stratégique (.) qu'on a euh et en même temps (.) ils peuvent offrir une capacité fret (.) qui est importante quand-même (.) c'est pas la même capacité de des avions cargo mais c'est pas un avion passager ordinaire (.) alors là
J	00:24:10	alors justement [inaud] compétitif on a besoin aussi d'avoir une flotte dédiée spécialement au fret cargo aujourd'hui on parle de tonnage de euh -est-ce qu'il est prévu d'acquérir ou de faire l'acquisition de]
RM	00:24:25	d'abord qui a été coordonné (.) c'est que euh parce que on doit -on doit jumeler le -le -le -la rentabilité -le coup et le besoin lui-même (.) c'est -à-dire euh pour le moment euh (.) la meilleure option et d'ailleurs c'est la tendance de toutes les autres compagnies aériennes (.) la meilleure option d'avoir et d'acquérir des avions cargo c'est d'utiliser ces mêmes avions passagers pour beaucoup de considérations (.) les mêmes avions passagers en avions porteurs (.) c'est-à-dire un gros porteur passager (.) une fois qu'on voit qu'il a qu'il va atteindre un petit peu un âge critique (.) de ne pas l'utiliser ce compte de passager (.) on peut -on peut le gagner dans un autre cycle de vie pour l'utiliser en cargo (.) ce qui est le cas par exemple qu'on avait quelques avions de moyen -moyen porteurs (.) on avait des moyens porteurs Boeing x73800 il a été décidé de convertir un avion en tout cargo (.) on a d'autres -deux autres avions qui sont potentiellement (.) qu'on peut les utiliser en cas de besoin (.) en cas de crise (.) ils sont actuellement utilisés en passagers

ANNEXES

		comme j'ai dit parce qu'il y a une priorité de pression sur le passage mais qui peuvent être réutilisés par la compagnie et par la collectivité nationale (.) en cas de besoin ce qui a été déjà fait durant la covid et on a la collectivité nationale (.) ça je -j'enlève la casquette d'un dirigeant au sein de la compagnie d'Air Algérie (.) pour parler en comptant que le citoyen pour le besoin d'une -de la collectivité nationale maintenant]
J	00:25:40	je rappelle quand-même que depuis la crise euh sanitaire (.) je vous interrompre mais Air Algérie cargo a transporté quotidiennement 80 tonnes de marchandises soit 6 à 8 vols euh programme par jour (.) c'est quand-même euh (.) très peu en termes de chiffres (.) si on doit se comparer à ce qui se fait à l'international est-ce qu'on ambitionne (.) justement d'aller plus loin ?]
RM	00:25:54	justement madame ça -ça tout dépend des capacités qui sont mis à notre place (.) là les capacités on a -on a essayé de -de tout faire parce que euh (.) un basculement il y avait un grand basculement du fret mixte entre parenthèses c'est les fret de passagers au fret tout cargo (.) maintenant (.) est-ce qu'il y a un besoin d'avions cargo ? (.) oui (.) il y a un besoin d'avions cargo (.) c'est un besoin stratégique pour le pays (.) nous-même c'est-à-dire en tant que dirigeant en tant que personnel et en tant qu'entreprise (.) la filiale Air Algérie cargo nous étions sous pression durant la pandémie covid (.) il y avait à l'époque si vous vous souvenez (.) y avait la crise des masques (.) de ramener des masques (.) on a essayé de faire notre maximum on a essayé de faire pratiquement 2000 vols (.) ce qui est énorme par rapport à une situation euh (.) qui reste trop loin de la potentialité ou des potentiels que -que l'Algérie elle-même peut -peut offrir (.) vous savez la position géographique de l'Algérie entre]
J	00:26:44	vous ouvre beaucoup de portes justement et j'espère qu'on arrivera à les (.) rentabiliser (.) je reviens à vous monsieur Belaili (.) pour la filière euh aérienne (.) l'Algérie ambitionne d'intégrer plusieurs zones (.) commerciales notamment africaines (.) [inaud] nous avons peut-être des besoins qui vont venir à l'avenir comment redynamiser (.) euh réellement (.) euh cette filiale ?
CB	00:27:23	bon de euh (.) il y a pas que euh (.) enfin la filiale (.) aussi je pense que vous gérez aussi les capacités (.) en soute (.) donc capacité en soute (.) sur le plan mondial hein (.) le fret transporté est transporté à 80% par les avions (.) [J : passagers euh] qui sont aussi passagers (.) parce que le fret (.) quand on (.) utilise l'avion passagers (.) le coût est très faible (.) c'est un coût marginal (.) donc euh (.) maintenant [inaud] voilà c'est très rentable -c'est très rentable (.) maintenant effectivement il faut avoir une flotte (.) -une flotte fret (.) si (.) si les besoins -si les besoins sont (.) il y a aussi le besoin au niveau stratégique (.) ça dépend de la vision et donc avec ces nouvelles lignes qui vont être (.) prochainement ouvertes en particulier les États-Unis il y a une densification un peu plus de lignes vers le Canada (.) et un peu (.) le commerce international qui va peut-être dans l'Algérie qui va peut-être se dynamiser (.) que ce soit vers l'Afrique [inaud] l'Afrique on fait pas grand-chose (.) aujourd'hui vers Afrique on fait pas grand-chose (.) donc

ANNEXES

		il y a quand-même un espoir [J : il y a un potentiel ... tout dépendra de la stratégie] que la stratégie les méthodes de gestion sur le plan commercial et sur le plan opérationnel
J	00:28:20	très bien alors justement monsieur Seriai euh (.) le potentiel de marché existe que ce soit pour l'aérien ou pour le maritime tout dépendra (.) de la stratégie de développement c'est bien cela
AS	00:28:29	c'est exact (.) tout dépend de la stratégie de développement par contre je voudrais revenir quand-même sur deux points (.) quand on me dit transforme maritime évidemment euh (.) on doit (.) penser port (.) et -et -et je dois là malheureusement (.) je dois dire que nos ports également ont pris beaucoup de retard et doivent être modernisés et notre ami tout à l'heure (.) un l'expert disons (.) monsieur Achir parlait de réception de grands navires (.) je dois dire que malheureusement aujourd'hui on ne peut pas recevoir de grands navires dans les ports algériens notamment les portes conteneurs (.) [J : on a aussi un grand navire à Jenjen] non ça c'est une autre chose (.) ce n'est pas des conteneurs donc pour recevoir des conteneurs il faut des -des -des zones (.) il faut moderniser les ports il faut approfondir également les - enfin il faut avoir des ports modernes (.) euh corriger également autre chose (.) je crois que monsieur Achir a parlé de 95% du transport maritime qui est fait par les étrangers et 5% qui est fait par les -par l'armement national (.) à ne pas confondre avec 5% de transport aérien [J : d'accord] parce que si notre transport aérien faisait 5% c'est déjà énorme]
J	00:29:53	très bien on reviendrait sur ces chiffres euh monsieur Midou (.) donc euh 5% pour le transport national]
RM	00:30:03	et 95% des armateurs étrangers donc voyez un peu c'est tout ça qu'il va falloir (.) reprendre par contre moi je reviens sur une chose -c'est le mode de gestion de nos entreprises publiques (.) je crois que ce mode de gestion euh (.) il a été mis en place il y a un peu plus de 30 ans (.) et évidemment un mode de gestion ne peut pas passer si vous voulez autant d'années (.) sans être revu complètement -réorganisé (.) et je (.) non je tiendrai (.) si vous voulez uniquement pour lecture le dernier rapport de la Cour des comptes (.) en 2022 (.) il parle de contribution du secteur public de moins de 4% au PIB (.) alors que le secteur privé qui a beaucoup moins de moyens fait (.) nettement plus (.) c'est vous dire que en fait que ce n'est pas les managers -c'est pas les managers qui - qui sont mauvais (.) c'est le mode de gestion qui ne convient plus à notre environnement et qu'il va falloir reprendre dans le futur pour rehausser le niveau de la -de gestion de nos entreprises publiques]
J	00:31:13	très bien alors justement c'est ce qui a été souligné aussi par le Conseil des ministres on parle d'urgence aujourd'hui et de restructurer euh (.) ce secteur (.) de la détérioration de ce secteur (.) cela a été souligné pour revenir justement (.) à ce que ça nous coûte euh aujourd'hui le (.) fret maritime euh (.) on parle de quatre à cinq milliards de dollars
MA	00:31:31	oui c'est ça euh (.) c'est la déclaration même euh des pouvoirs

	<p>publics (.) donc les compagnies nationales participent à 4-5% d'abord de -de transport maritime sinon (.) le 95% peut-être 94 est assuré par des armateurs étrangers ça c'est euh (.) donc et là la facture en devise est très importante effectivement parce que (.) maintenant j'ai dit tout à l'heure que nous sommes sur quand-même une démarche de rationalisation des importations un effort a été fait donc dans la balance des opérations commerciales (.) mais ça reste un peu les services donc euh (.) ces services de transport donc l'Algérie aura tout à gagner si elle développe [inaud] d'abord c'est une question de stratégie (.) qui dit question de stratégie donc c'est une question aussi nationale (.) c'est pour l'économie nationale (.) donc il faut s'affranchir relativement de cette dépendance des armateurs étrangers surtout pour (.) ce qui concerne les produit euh stratégiques (.) les produits de première nécessité comme les céréales par exemple (.) donc il faudrait développer un outil national euh (.) que ce soit pour le maritime ou l'aérien (.) maintenant euh la question effectivement (.) il y a une question de gouvernance et y a une question de management (.) maintenant il y a des recommandations justement lues et j'ai lu euh le rapport de la Cour des comptes et il a formulé des recommandations à la refondation carrément de -de -de mode de gestion du secteur publique marchand (.) justement en donnant surtout une certaine autonomie décisionnelle et opérationnelle (.) lorsqu'il s'agit de -de la gestion opérationnelle de la décision (.) du management (.) il faut laisser les managers décider (.) maintenant lorsqu'il s'agit d'action stratégique (.) là euh effectivement l'état il est actionnaire donc il a le droit de -de tracer la décision stratégique (.) mais consciemment l'autonomie stratégie euh l'autonomie décisionnelle et opérationnelle (.) donc il faudrait quand-même (.) donner toute la latitude à ces entreprises euh publiques euh de -d'agir (.) et le potentiel qui existe (.) donc nous pouvons quand-même (.) surtout développer euh cette question de massification des flux de conteneurisation avec des partenariats (.) Air Algérie pourquoi pas (.) avec la voix [J : avec l'Afrique effectivement le marché sont saisissables] pourquoi même le coup l'inflation on a l'inflation importée (.) une partie aussi des due (.) à cette dépendance vis-à-vis des armateurs étrangers (.) on maîtrise pas cette logistique parce qu'il y a toute une logistique aussi -il y a toute une chaîne (.) donc pour pouvoir (.) justement pour pouvoir maîtriser cette chaîne logistique internationale (.) il faudrait des compagnies compétitives hein (.) des compagnies maritimes et aériennes compétitives (.) surtout maritimes parce que l'essentiel du commerce mondial se fait par (.) voie maritime donc il faut le dire (.) donc là (.) il faudrait investir davantage sur un plan stratégique (.) parce que il y a l'économie nationale -je dirais l'économie nationale -c'est l'intérêt de l'économie nationale c'est-à-dire construire un outil national (.) et puis (.) il y a toute une chaîne logistique qu'il faut développer au niveau national (.) juste pour enchaîner sur le plan national [J : rapidement il nous reste un peu de temps hein] justement on est -on est -on parle maintenant d'une exportation (.) de 1,5 milliards de dollars (.) de fer et d'acier (.) donc voilà mais il va profiter à qui ? aux armateurs étrangers (.) on parle de grande exportation de ciment (.) donc il faudrait développer l'outil national pour (.) le commerce extérieur</p>
--	---

ANNEXES

		et puis avoir une vision pourquoi pas (.) une vision de pénétration de -des ports à l'international]
J	00:35:22	c'est ça pénétration de -des ports à l'international (.) alors avant justement on a pas beaucoup de temps hein je pense que -qu'on va en parler pendant deux heures (.) est-ce qu'aujourd'hui pour que nos compagnies soient plus compétitives (.) que nous soyons plus présents (.) que ce soit euh au niveau mondial (.) il faudrait pas aussi aller vers le privé]
CB	00:35:42	juste ajouter quelque chose (.) on a parlé des décisions du Conseil des ministres il faut dire que pour le secteur qui nous concerne c'est-à-dire l'aérien (.) il y a eu quand-même des décisions qui ont été prises par l'équipe gouvernementale (.) euh à savoir des mesures organisationnelles puisqu'il y a eu désignation ce mois-ci d'un PDG de l'aéroport d'Alger vous savez on parle du hub (.) comme il faut quand-même créer des aéroports qui fonctionnent bien etcetera (.) qui serait capable d'accueillir aussi bien les passagers que le -que le fret et (.) il y a eu aussi la désignation -la nomination du directeur général de l'Agence nationale d'aviation civile qui a été créée (.) il y a deux ans et que tout le monde attendait (.) parce que les opérateurs souffraient d'une -d'un déficit de gestion administrative au niveau du ministère (.) donc pour ça (.) maintenant euh (.) pour répondre à (.) votre question s'il vous plaît [J : sur le privé] bon sur le privé il y a eu des décisions (.) qui ont été (.) vous savez (.) il y a quelques temps il y a eu des accords de principes qui ont été donnés à des -à des investisseurs potentiels mais les textes n'étaient pas là c'est à dire (.) en particulier (.) les interdits qui ont été euh (.) formulés dans la loi de finance complémentaire 2009 qui a empêché pratiquement beaucoup de secteurs de se développer (.) ça - ça a été corrigé par la loi de finance complémentaire 2022 (.) mais il reste maintenant les applications (.) donc je pense qu'avec la nouvelle -la nouvelle organisation ça -ça va donner euh]
J	00:37:09	vous voulez intervenir monsieur Midou ? oui bien sûr
RM	00:37:12	non j'ai juste très bien alors on va rejoindre corriger j'ai dit tout à l'heure que on va passer de oui 8 Airbus à 15 en fait (.) on va partir de 8 Airbus à 15 gros porteur ah non je sais pas encore juste une correction]
J	00:37:25	Très bien (.) alors Monsieur justement on parlait euh (.) aujourd'hui euh (.) de l'organisation et de l'actualisation des textes de loi -le transport maritime également a besoin d'une réorganisation (.) et de euh l'actualisation des textes de loi encadrant ce secteur
AS	00:37:37	exact (.) d'abord je voudrais tendre le coup à une idée qui est -qui euh fait son chemin euh pratiquement et (.) pour dire que on doit (.) avoir ou bien l'État doit avoir une flotte maritime pour assurer (.) le -le -le contrôle de la marchandise ou (.) alléger disons les coûts de transport maritime (.) c'est quelque part (.) pas tout à fait vrai (.) je ne prends pour exemple que (.) des grands pays des grandes puissances (.) comme les États-Unis la Grande-Bretagne (.) n'ont pas une propriété des flottes (.) n'ont pas de flotte maritime en propre (.) par contre (.) elle contrôle parfaitement le transport maritime de leur marchandises (.) et c'est ce

ANNEXES

		<p>qu'on doit faire en Algérie (.) il n'est pas question d'acheter pour acheter des bateaux (.) mais il faut contrôler notre transport maritime (.) et pour contrôler notre transport maritime (.) on a toujours dit (.) il faut permettre aux opérateurs nationaux (.) privés et public (.) d'affréter des navires (.) donc quand on affrète un navire (.) on contrôle son point de départ son point d'arrivée (.) on contrôle ce qu'il transporte etcetera (.) donc ça c'est le -le -le -un -une idée qui est en train -qui fait beaucoup de -de bruit en -chez nous (.) mais en fait qui n'est pas -qui n'est pas euh vrai en définitif (.) le deuxième point vous avez dit qu'il fallait (.) euh effectivement il faut réorganiser la -la marine marchande on peut appeler ça Marine marchande (.) et pour ce faire (.) il y a effectivement des textes à revoir (.) notamment je parlais du code maritime (.) et dans sa -sa un de ses articles (.) et il faut euh revoir cet article-là pour permettre (.) comme je le disais (.) à nos opérateurs algériens de faire du transport maritime (.) je ne comprends pas pourquoi par exemple l'OAIC qui importe à peu près 10 millions de tonnes (.) on lui permet pas d'affréter ou d'acheter ses propres bateaux (.) c'est -c'est -c'est des choses qu'on peut (.) qu'on doit à l'avenir imaginer et réfléchir dans ce -sur ces pistes là (.) il y a d'autres sociétés éventuellement (.) qui font -qui ont des grandes masses (.) à qui on doit permettre d'avoir le -le -le flot ou bien d'affréter leur navire pour pouvoir contrôler le transport (.) contrôler les coûts et euh éviter justement tous les -tous les [inaud] (.) il y a évidemment d'autres -d'autres éléments (.) d'autres textes à parfaire (.) euh c'est peut-être euh une autre forme on en parlera]</p>
J	00:40:16	<p>oui (.) nous n'avons malheureusement plus beaucoup de temps (.) en terminant sur cette question avec vous il est essentiel aujourd'hui aussi de taper sur la formation si on veut arriver à un mode managérial plus performant (.) je vous laisse la parole pour terminer monsieur Belaili ou monsieur Midou</p>
RM	00:40:30	<p>oui effectivement (.) bien sûr pour la formation enfin surtout (.) je parle de -du secteur que je connais pour la formation (.) nous avons même des informations obligatoires (.) des formations obligatoires (.) en plus des formations obligatoires qui sont réglementaires (.) on doit aussi réfléchir à fournir euh (.) d'autres types de formation (.) maintenant euh (.) c'est -c'est pour tout ce qui est gestion de la -de -des clients tout ce qui est gestion de comportementale avec le -enfin l'accueil tout ce qui est aussi pour nous le gestion du périssable (.) gestion des frais de valeur (.) gestion tout ça (.) il y a un effort à faire (.) de toute façon]</p>
J	00:41:11	<p>très bien (.) monsieur Belaili]</p>
CB	00:41:13	<p>oui je voulais juste ajouter pour l'aérien (.) si vous voulez le réservoir d'expertise (.) aéronautique se trouve principalement à Air Algérie (.) nous avons de très bons techniciens aéronautiques nous avons des (.) d'ailleurs la base de maintenance d'Air Algérie est agréée européenne (.) donc ça veut dire il y a un certain niveau (.) niveau très élevé (.) nous avons des pilotes qui sont -qui sont de standard international (.) maintenant là où ça pèse c'est la gestion générale (.) et c'est aussi (.) au niveau commercial (.) les méthodes commerciales d'Air Algérie sont</p>

ANNEXES

		restées (.) sont en retard de 20 ans minimum (.) parce qu'on est resté sur le partage entre (.) un pavillon étranger ou un pavillon national 50-50% au niveau de l'offre donc on est tranquille (.) maintenant il faut aller vers la compétition vers la concurrence aussi bien en qualité qu'en prix
J	00:42:00	très bien (.) monsieur Achir rapidement oui]
MA	00:42:02	je voudrais dire que nous avons besoin de construire des sociétés nationales ou de compagnie nationale qui vont maîtriser la chaîne logistique internationale globale (.) qui vont insérer même notre économie dans cette chaîne logistique euh de transport (.) et euh une compagnie nationale de ferait gagner à notre économie énormément (.) et c'est une compagnie qui va tirer (.) notre économie vers l'export (.) qui se dirige vers l'export (.) juste je termine par dire que (.) une compagnie est la troisième compagnie maritime mondiale elle a 44 ans d'existence (.) elle réalise actuellement des bénéfices déplacement (.) des bénéfices de la cinquième compagnie pétrolière mondiale qui est Totale Energie (.) [inaud] mais à l'avenir avec un plan stratégique avec un plan de développement donc on peut réaliser donc des bons performances dans -dans ce cadre]
J	00:43:00	dernier mot très rapidement monsieur Midou
RM	00:43:02	encore une fois c'est comme le maritime n'est pas simplement le bateau (.) simplement le bateau aussi pour l'aérien c'est pas simplement le -l'avion (.) il y a d'autres intervenants qui doivent être - enfin faire des efforts (.) on doit synchroniser entre l'avion -la compagnie euh nos partenaires euh (.) très liés avec nous (.) le régime douanier le gestion aéroportuaire (.) il faut synchroniser tous les efforts parce qu'il y a pas ça (.) il faut développer les logistiques (.) maintenant pour le -pour l'autre problème des avions cargo -pour notre part on doit réfléchir ce qui (.) si j'emprunte le langage militaire (.) ce qui est tactique et stratégique (.) il y a des avions tactiques qui sont là (.) les moyens porteurs qui font ce qu'ils peuvent faire (.) mais il y a des avions stratégiques qu'on doit réfléchir à les acquérir (.) je pense que l'expérience du covid nous a montré qu'il y a faiblesse là-dessus
J	00:43:52	merci (.) monsieur Seriai très court euh quelques secondes pour un mot de fin
AS	00:43:57	je vous remercie d'avoir -de nous avoir invité à cette euh -à cette table ronde et puis (.) je dis on est euh toujours là (.) à l'écoute pour pouvoir faire avancer les choses (.) effectivement nous avons besoin de compagnie nationale (.) d'opérateurs nationaux (.) pour pouvoir nous insérer dans le transport logistique d'une manière générale au niveau international (.) ça c'est très important (.) parce que nous ne sommes pas tout seuls (.) nous vivons dans un environnement (.) et nous devons trouver notre place dans cet environnement tout en contrôlant (.) au moins les marchandises qui sont algériennes et qui viennent en Algérie]
J	00:44:36	merci (.) merci monsieur Seriai et merci à tous ceux qui ont participé à ce premier plateau sur (.) donc le transport aérien et maritime]

Résumé

Cette étude se focalise sur l'analyse de l'emploi de l'embrayeur "nous" dans le discours médiatique sur le transport aérien et maritime en Algérie après la pandémie. L'usage de "nous" permet de détecter les moments où le locuteur se situe et associe son interlocuteur à lui. Les résultats démontrent un usage fréquent du "nous" inclusif au sein de la conversation, impliquant une responsabilité et une identité collective.

Mots-clés : Discours médiatique, embrayeur "nous", transport aérien et maritime, Algérie.

Abstract

This study focuses on the analysis of the use of the pronoun "we" in media discourse on air and maritime transport in Algeria post-pandemic. The usage of "we" allows detecting the moments where the speaker positions himself and associates his interlocutor with him. The results show a frequent use of the inclusive "we" within the conversation, implying collective responsibility and identity.

Keywords: Media discourse, pronoun "we", air and maritime transport, Algeria.

الملخص

تركز هذه الدراسة على تحليل استخدام الضمير "نحن" في الخطاب الإعلامي حول النقل الجوي والبحري في الجزائر بعد الجائحة. يتيح استخدام "نحن" تحديد اللحظات التي يحدد فيها المتحدث موقعه ويقترن بمحاورة. تظهر النتائج استخدامًا متكررًا لـ "نحن" الشامل في المحادثة، مما يعكس المسؤولية والهوية الجماعية.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإعلامي، الضمير "نحن"، النقل الجوي والبحري، الجزائر.