



UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

FACULTE DES LETTRES, ARTS ET SCIENCES HUMAINES

DEPARTEMENT DES SCIENCES DU LANGAGE ET DE LA
COMMUNICATION



MEMOIRE DE MAITRISE

Option: *Information et Communication*

Thème:

*Usage des langues nationales par les radios
communautaires: un outil de changement social ou un
moyen de divertissement? Cas de la radio FM Ahémé*

Réalisé et soutenu par
SOSSOU Mathieu

Membres du jury

Président : Pr. Flavien GBETO

Rapporteur : Dr. Julien K.
GBAGUIDI

Examineur : Dr. Adjéran
MOUFTAOU

Maître de mémoire

Dr Julien K. GBAGUIDI
Maître-Assistant en
Linguistique et Didactique
des Langues

Sous la Supervision de :
Pr .Flavien GBETO
Directeur scientifique du
Labo DYLCAL

←—————→
Juillet 2013
←—————→

SOMMAIRE

Dédicace	i
Remerciements	ii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I GENERALITE	8
CHAPITRE II CADRE CONCEPTUEL THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE.....	28
CHAPITRE III COLLECTE ET ANALYSE DES DONNEES.....	38
CHAPITRE IV CRITIQUES ET APPROCHES DE SOLUTION	65
CONCLUSION.....	70
BIBLIOGRAPHIE	71
ANNEXES.....	76

Dédicace

A

*Toute ma famille et tout particulièrement à mon tendre frère-aîné
Codjovi Théophile SOSSOU sans qui je ne saurais ni lire ni écrire.*

Remerciements

Mes sincères remerciements à vous

- ✓ Dr Julien K. GBAGUIDI, enseignant-chercheur au Département des Sciences du Langage et de la Communication qui, malgré vos multiples occupations avez bien voulu accompagner ce travail jusqu'à terme;
- ✓ Professeur Flavien GBETO pour la supervision;
- ✓ Les enseignants, le personnel administratif et le chef de Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSL) qui avez contribué d'une manière ou d'une autre à notre formation;
- ✓ Professeur, Maxime da CRUZ, vice –recteur chargé des affaires académiques et de la recherche universitaire de l'université d'Abomey Calavi;
- ✓ Monsieur MOUSSOU COKOU Ambroise, directeur de la radio FM Ahémé et tous le personnel de la radio.

Nos remerciements vont égale à l'endroit de:

Mes parents, ma merveilleuse maman TOSSOU Akouélé, mon papa SOSSOU Marcellin, Mon oncle TOSSOU Akouété, mes aînés SOSSOU C. Théophile, SOSSOU Marcel, SOSSOU Marcelline pour leur soutien moral.

Mes amis Madame ADEKOU Fernande Epouse KANHONOU, Madame Marthes LOHOU, Julien KPEDJI, OKOUNDE Kadjayé, MESSANH Ayaba, ANATO Estelle, BOKO Sègbegnon, AYAMOU Paul, GBEZE Romain et Padonou Houéfa pour leur soutien tout au long de notre parcours.

Introduction

Le développement d'une nation est un processus qui nécessite la participation et l'implication de tous les fils et filles de cette nation. Cet apport dépend du degré de l'information dont dispose chaque composant de cette nation. En Afrique et particulièrement au Bénin où les moyens d'information sont rares les populations ont été pendant longtemps privées de l'information, facteur de motivation et de décision. Les populations rurales dans leur majorité sont restées étrangères à tout ce qui se passe autour d'elles et dans leur pays. La promulgation de la loi n°97- 010 du 20 août 1997¹ intervenue grâce au renouveau démocratique marque le début d'une aire nouvelle dans le paysage médiatique béninois, brisant ainsi le monopole quasi absolu de l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Bénin (ORTB) le principal organe de presse. Le paysage médiatique béninois compte aujourd'hui 76 radios dont 36 à caractère communautaire². A la différence des radios commerciales, les radios associatives et communautaires sont celles créées par les communautés elles-mêmes. Implantées au cœur des communautés villageoises elles assurent l'équilibre de l'information par les langues nationales et participent de ce fait au développement des communautés à la base à travers la valorisation de nos patrimoines culturels et culturels. C'est le cas de la radio FM Ahémé dans le département du Mono qui depuis plus de treize ans³ participe à l'éveil des citoyens analphabètes, longtemps marginalisés par rapport aux affaires de la nation. La mission de cette radio va surtout s'élargir à l'avènement de la décentralisation et de la déconcentration du pouvoir où toutes les communautés s'efforcent pour sortir de la précarité. Il s'agira pour nous d'évaluer l'utilisation des langues nationales sur la radio FM Ahémé afin de

¹ Loi organique de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication au Bénin.

² Observatoire de la Déontologie et de l'Éthique dans les Médias (ODEM), Etude sur l'état des médias, imprimerie COPEF, Cotonou 2001 220p.

³ Création de la radio FM Ahémé: le 04 Juillet 1999.

ressortir l'impact de cette radio sur le quotidien des populations essentiellement rurales. Le présent travail s'articule autour de quatre chapitres. Le premier a abordé les généralités, Le deuxième a porté sur le cadre théorique et méthodologique. Le troisième chapitre intitulé: collecte et analyse des données constitue le cœur même de notre étude. En fin, le quatrième chapitre nous a permis de présenter les difficultés rencontrées par cette radio. Et comme à la fin de toute étude nous avons exploré des pistes de solution pour l'amélioration de la qualité de service de la radio cette radio.

Telle se présente l'ossature de ce travail dont nous avons évidemment fini par une conclusion.

➤ **Problématique et justification de l'étude**

Le Bénin est l'un des rares pays africains où la liberté de presse et de pensée sont reconnues et garanties par la constitution⁴. Le paysage médiatique béninois fait partie des plus denses de la sous-région ouest-africaine.

En effet, la presse béninoise exerce dans un climat juridique favorable et essaie tant bien que mal de combler les attentes des populations en matière d'information, de formation, d'éducation et de divertissement. Mais la majorité des médias émet en langue française, occultant de ce fait les réalités liées à l'analphabétisme de la grande masse de la population⁵. La station nationale de radiodiffusion, seul organe audiovisuel de service public, émettait exclusivement en langue française à partir de la capitale économique (Cotonou). Les émissions en langues nationales, elles se heurtaient à trois obstacles majeurs, qu'on peut résumer ainsi: la désaffection manifeste des journalistes, l'insuffisance et l'irrégularité des éditions, et enfin l'inexistence de l'actualité étrangère. «Pour la majorité des béninois, la radio est restée un outil de communication à sens unique dont l'animateur leur est étranger»⁶. Il a fallu attendre le début des années 80 pour assister à une décentralisation progressive avec l'installation d'une antenne régionale de la Radio Nationale à Parakou (ville secondaire située au Nord du pays). Malgré cet effort, l'ORTB n'a pu véritablement accomplir sa mission de renforcement de l'unité nationale, de promotion et de l'intégration des différents groupes tribaux, ethniques et linguistiques. La radio nationale est restée pour les milliers de ruraux et les

⁴ Article 23 de la constitution de la République du Bénin.

⁵ Enquête INSAE (2002) Institut National de Statistique et d'Analyse Economique.

⁶ O.MAMADOU: La situation de la radio communautaire au Bénin.

villageois une sourde qui s'adresse à des muets, (l'accès à la radio, au micro relevait plutôt d'un rêve)⁷.

Comprenant l'intérêt à disposer d'un outil de dialogue avec le monde rural et d'appui au développement, le Gouvernement béninois avec l'aide de l'Agence de Coopération Culturelle et Technique (actuelle Agence Intergouvernementale de la Francophonie), a créé en 1994, le réseau des Radios Rurales Locales installées à Banikoara, Lalo, Tanguiéta, Ouèssè et Ouaké. Ainsi, l'engouement pour l'outil radiophonique est devenu de plus en plus grandissant et cela se justifie par le fait que huit béninois sur dix vivent en campagne⁸. Dans ce contexte caractérisé par la ruralité, où l'analphabétisme est dominant et les moyens d'information en langues nationales rares, la radio de proximité s'est révélée très utile et très importante surtout devant les limites affichées par la radiodiffusion nationale. Les Radios Rurales Locales ont permis de faire une avancée dans la réduction des déséquilibres en matière d'information et de communication. Leurs émissions traitent de tous les domaines de la vie rurale (Santé, hygiène, techniques agricoles...) et sont réalisées en langues locales tout en s'appuyant sur l'écoute collective. Mais les Radios Rurales Locales ont toujours fonctionné comme des appendices de la station nationale. Leurs programmes et leur ligne éditoriale sont fortement influencés par les directives et orientations de la Station Nationale. Les Radios Rurales Locales vont hériter des soucis financiers et administratifs de l'ORTB. La faiblesse des financements a conduit à une diminution des possibilités de déplacement indispensables à la rencontre du monde rural, des auditeurs. Les animations villageoises avec les chants, les contes, les jeux, la musique qui auraient pu faire la richesse de la radio rurale se sont considérablement réduites. Les animateurs de ces radios étaient alors contraints à produire des

⁷ O. MAMADOU: La situation de la radio communautaire au Bénin. Enquête 2008.

⁸ Enquête INSAE (2002) Institut National de Statistique et d'Analyse Economique.

émissions uniquement en studio. Le rêve des populations était ainsi brisé. La libéralisation de l'espace audiovisuel, intervenue à la faveur de la démocratie, a donné l'occasion aux organisations de la société civile ainsi qu'aux communautés à la base de s'intéresser à l'outil radiophonique pour briser les barrières de l'exclusion et sortir du désenclavement. C'est dans ce contexte que la radio FM Ahémé est née à Possotomè avec quatre autres radios communautaires dans les localités comme: Bassila, Bembéréké, Kétou, et Tchetti⁹ pour faire émerger un modèle de radio communautaire entièrement promue et gérée par les communautés elles-mêmes.

En 1999, des fréquences ont été attribuées à ces cinq communautés marquant ainsi le début des premières émissions. L'apparition dans le paysage radiophonique de ce modèle de radio marque le passage de l'ère de la radio de consommation à celle de la radio de communication. L'introduction de l'outil radiophonique au niveau local a contribué à faire reculer les limites de l'enclavement et à réduire les inégalités sociales en matière d'accès à l'information et à la communication. Désormais, le combat pour la revalorisation des langues nationales, gage d'un développement harmonieux passera par les radios communautaires.

Tout le monde est unanime à reconnaître aujourd'hui que le développement ne saurait se réaliser sans une prise de conscience rigoureuse de ceux qu'il concerne et sans leur participation en vue d'un développement endogène, c'est-à-dire conçu de l'intérieur. Or, quel moteur plus puissant que la radio pour parvenir à cette prise de conscience. Les populations rurales, constituent un vaste public dont il faut obtenir l'adhésion, susciter la conviction, un public qu'il faut écouter et informer. Sans doute, la radio communautaire constitue un véritable moteur de développement. Selon

⁹ Observatoire de la Déontologie et de l'Ethique dans les médias(ODEM), Etude sur l'état des médias, imprimerie COPEF, Cotonou 2001, 227p.

Amadou Mahtar Mbow, ancien Directeur général de l'UNESCO, "Les stations de radio communautaire sont porteuses d'un espoir nouveau et peuvent offrir de nouveaux horizons de liberté. Elles sont à même d'insuffler le désir d'agir et par dessus tout de s'organiser pour le changement".¹⁰ La radio FM Ahémé essaie depuis plus de treize ans de relever à travers les langues nationales le déficit lié à l'information des populations essentiellement analphabètes du département du mono afin de leur offrir des opportunités de développement. Il est important, voire indispensable d'évaluer l'impact de cette radio dans le quotidien des populations.

C'est ce qui justifie le choix du thème: « Usage des langues nationales par les radios communautaires : un outil de changement social ou un moyen de divertissement : cas de la radio FM Ahémé ».

➤ Objectifs

L'objectif général de cette étude, est d'analyser l'impact de la radio FM Ahémé dans le développement des communautés environnantes. Il se décline en objectifs spécifiques comme suit :

(OS1) Etudier le programme et le contenu des émissions en langues nationales de cette station de radio ;

(OS2) Examiner la conception et la réalisation des émissions en langues nationales sur la radio FM Ahémé ;

(OS3) Evaluer l'audience et l'impact des émissions en langues nationales sur les comportements au quotidien des populations.

¹⁰ Extrait d'un discours inaugural à la conférence internationale sur la communication communautaire..

➤ Hypothèses

La présente étude part de trois hypothèses:

h1 : L'usage fréquent des langues nationales selon le programme radiophonique améliore l'audience de la radio FM Ahémé ;

h2 : Les émissions en langues nationales bien conçue et réalisées atteignent la cible et participent au changement de comportement ;

h3 : L'usage fréquent des langues nationales par la radio FM Ahémé constitue un moyen de divertissement des communautés et accroît l'audience en audimat.

CHAPITRE I GENERALITES

1.1 Clarification conceptuelle

1.1.1 Langue nationale

Elle est définie comme un ensemble de signes linguistiques et de règles de combinaison de ces signes entre eux, qui constitue l'instrument de communication d'une communauté donnée. D'après Marandais STELIO (1994:119), toute langue est à la fois « un système phonétique, morphosyntaxique, référentiel socioculturel historiquement datée ». La langue est aussi perçue comme « un système de signes verbaux propres à une communauté d'individus qui l'utilise pour s'exprimer et communiquer entre eux ». Elle est un élément de communication, un système de signes vocaux spécifiques aux membres d'une communauté. De par sa spécificité, elle exerce à la fois un charme et un pouvoir sur la façon de penser et les mentalités de la communauté qui la parle et sur chaque membre de cette communauté. Etant l'objet de la Linguistique, elle est un système organisé de signes et est constituée de mots. Ce système se crée le plus souvent d'une façon naturelle, spontanée et permet aux hommes de communiquer entre eux. Pour F. de Saussure, elle est à la fois « un produit social de la faculté du langage et un ensemble de conventions nécessaires adoptées par un corps social pour permettre l'exercice de cette faculté chez les individus »¹¹. André MARTINET estime que la langue est un « instrument de communication selon lequel l'expérience humaine s'analyse différemment dans chaque communauté en unités douées d'un contenu sémantique et d'une expression phonétique, les monèmes; cette expression phonétique s'articule à son tour en unités distinctives et successives, les phonèmes en nombre déterminé dans chaque langue, dont la nature et les rapports mutuels diffèrent eux aussi d'une langue

¹¹ Saussure F., Cours de Linguistique Générale, édition critique préparée par Tullio Mauro, Payot, Paris, 1979.

à une autre. De même, elle est comme toutes les autres formes de la pensée ou de la société, une réalité complexe, équilibrée et vivante »¹². Selon le linguiste Edward SAPIR, elle est un moyen parfait d'expression et de communication d'un groupe d'individus. Quant au sociologue R. LADO¹³, la langue est premièrement un instrument de communication pour les êtres humains dans la communauté.

De ces définitions, nous pouvons dire que la langue est un moyen qui favorise et enracine la communication. Elle fait partie du caractère culturel d'un peuple. Elle est indispensable à l'homme et pour le bon fonctionnement de toute société. On distingue plusieurs types de langues : la langue maternelle qui est la première langue acquise par l'enfant. C'est la langue qu'une personne comprend le mieux et dans laquelle elle préfère exprimer ses pensées et ses émotions. Dans le cadre du développement communautaire, c'est la langue d'origine de la communauté ou bien la langue utilisée pour la communication au sein de la population elle devient une langue nationale lorsqu'elle est reconnue officiellement à l'intérieur d'un pays, elle peut ne pas être la langue de sa mère. La langue peut être morte ou ancienne c'est-à-dire qu'elle se parle rarement et vivante c'est-à-dire qui vit à travers les locuteurs. Elle est dite étrangère quand elle n'est pas la langue propre à un groupe social, c'est le cas du français dans notre pays. Elle peut être mère quand elle sert de base de création d'autres langues : c'est le cas du Latin qui a donné naissance à la langue française et la langue italienne. Les langues qui sont issues de cette langue sont dites des langues sœurs. Enfin elle peut être véhiculaire quand elle devient une langue de contact ; c'est le cas du fongbé dans le Département de l'Atlantique. Ce qui nous intéresse ici est la langue nationale qui est d'abord maternelle dans le contexte béninois. On ne peut douter que la langue est un

¹² A. Martinet, 1970:9 Eléments de Linguistique Générale.

¹³ R. LADO¹³ 1961 :2,

facteur d'unification et créatrice de conscience nationale. Les frontières culturelles correspondent généralement, mais pas nécessairement, aux frontières politiques. Lorsqu'une nation a comme langue officielle une langue étrangère, cette nation « assume, développe et défend la civilisation des autres ».Akoha¹⁴.

La communauté scientifique est unanime quand elle dit que le groupe social manifeste sa pensée et sa vision du monde au moyen de sa langue, c'est-à-dire, comme le dit Martinet, que la pensée ne peut pas exister sans la langue¹⁵. En toutes circonstances, et indépendamment de son niveau scolaire, l'homme pense d'abord dans la langue qu'il parle et c'est à travers elle qu'il transmet sa pensée. En niant la possibilité de l'expression par la langue parlée dans la société – parce qu'elle ne correspond pas à la langue de communication officielle – on limite la pensée. En d'autres termes, la langue qui n'autorise pas l'expression complète de la pensée de l'homme n'est pas représentative de la société à laquelle elle appartient; elle crée une situation contraire aux intérêts de cette même société. Les langues nationales constituent le moteur de nos cultures, le socle de notre identité. “Nier ces langues et le rôle qu'elles peuvent et doivent jouer, c'est les réduire au niveau de sous langues, véhicule de la sous culture pour une sous-classe, lieu d'une double aliénation et d'une double marginalisation, c'est nier à l'Afrique entière toute possibilité de développement spécifique, c'est lui enlever le droit à la parole”¹⁶. Si l'on souhaite changer les croyances et les comportements d'une communauté, il vaut mieux utiliser sa langue maternelle pour éviter d'être mal compris.

¹⁴ A. Akoha 1979,14.

¹⁵ A. Martinet, 1970:9.

¹⁶ F. Ball, 1979:247.

1.1.2 Radio communautaire

La radio est l'un des composants des supports de communication de masse. Elle est perçue comme une station émettrice d'émissions radiophonique. Elle fait partie de la famille des mass medias (radio, télévision, journaux, internet, publicité, cinéma... etc.) qui sont définis comme l'ensemble des moyens capables de transmettre des messages visuels ou auditifs. « Mass » renvoie au caractère global, à la foule innombrable qui écoute, regarde ou lit. Le message des médias est destiné au grand nombre. Il est construit pour être décodé par un public large qui le plus souvent recevra le message de façon isolée, hétérogène, seul ou en petit groupe. J. Euloge A. GBAGUIDI¹⁷. F. BALL propose une définition pratique du mot média. Un média est selon lui, « un équipement technique permettant aux hommes de communiquer l'expression de leur pensée, quelle que soit la forme et la finalité de cette pensée ».

La communication, elle, est définie comme « l'ensemble des processus par lesquels l'information est cherchée, rendue accessible, échangée, transférée, discutée, négociée ». Ainsi, on peut dire sans risque de se tromper que les médias vivent par la communication. Les médias non seulement informent mais également forment et éduquent les populations. Dans les pays en développement, la radio est le moyen de communication le plus rapide et le plus accessible au grand public. Elle possède un pouvoir de pénétration très élevé. On peut distinguer plusieurs types de radios: les radios nationales étatiques: elles sont des radios qui émettent sur toute l'étendue du territoire national elles privilégient l'information nationale à celle étrangère. Ces radios contrôlées par les Etats ont été pendant longtemps en Afrique les seules

¹⁷ J- Euloge A. GBAGUIDI, Médias Audiovisuels et Construction Démocratique au Bénin : de la nécessité de deux niveaux de lecture, Edition Culturems, 2008 ; pp 30-31.

sources de l'information. Nous avons également les radios privées, intervenues grâce à la démonopolisation des ondes. Elles sont gérées par des particuliers. Elles peuvent être commerciales. Elle est dite communautaire ou associative lorsqu'elle est créée et gérée par une communauté que ce soit géographique, social éthique... donnée. Elle est dite religieuse lorsqu'elle est créée et gérée par une communauté religieuse : (le christianisme, l'islam...etc). Elle est dite rurale lorsqu'elle permet aux populations de s'exprimer de donner des opinions sur des sujets dans leurs langues maternelles. Les radios rurales ou communautaires à la différence des radios commerciales bénéficient d'une aide financière étrangère (UNESCO), UNICEF, FAO, ACCT). Elles sont apparues dans le but d'équilibrer le droit à l'information des populations analphabètes. Babacar Sine soulignait que «l'usage d'une langue africaine à la radio ou à la télévision a une portée beaucoup plus révolutionnaire que l'usage du français. Car l'audiovisuel est connoté par l'africain comme l'outil de l'étranger: il y a un rapport extérieur entre cet outil et lui. Mais l'usage d'une langue africaine est une réconciliation, le fait que le Mossi ou le Peul ou encore le Wolof écoute sa propre langue à la télévision ou à la radio crée un rapport de transparence»¹⁸. Cette communication lui apporte confiance non seulement dans l'outil qui cesse d'être distant, mais dans sa propre langue.

La radio communautaire à laquelle nous nous intéressons dans notre étude est définie par LESLIE B. et M. BALAGNY comme « une radio libre, associative, rurale, citoyenne, populaire, éducative, participative, interactive, alternative, la radio des sans voix ». Elle est un organisme de communication indépendante à but non lucratif, à propriété collective, gérée et soutenue par des gens d'une communauté donnée, elle est un outils de communication et d'animation qui a pour but d'offrir des émissions de qualité répondant aux

¹⁸ S, Babacar, ancien Directeur du Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de Dakar (Cesti).

besoins d'information, de culture, d'éducation, de développement, de divertissement de la communauté dont elle est issue. Elle est également comprise comme le reflet de l'identité et de la culture locale, source d'une diversité de voix, d'opinions, de programmes et de contenu des émissions, mais également comme moyen de promotion du processus de démocratisation, du progrès social, du développement, de la société civile et de la bonne gouvernance.¹⁹ Son objectif n'est pas de faire quelque chose pour la communauté. Mais plutôt de donner l'occasion à la communauté de faire quelque chose pour elle-même. Le caractère local de la radio communautaire lui est attribué par le fait que le contenu de ses émissions répond d'abord à des priorités locales et répercute des informations issues de la localité. Dans certaines régions rurales, ces radios sont les seuls médias d'information. Ailleurs, elles peuvent offrir une alternative à celle dispensée par les chaînes dominantes, non seulement parce qu'elles peuvent poser un autre regard sur l'actualité (régionale, nationale et internationale) et/ou répercuter une information locale négligée par les autres ou basée sur les besoins concrets de leur auditoire. Une radio communautaire est bien plus qu'un média. C'est une association privée, établie par une communauté ou en son nom, dotée d'un outil audio de communication et d'information destiné à promouvoir et favoriser l'application de valeurs sociales, économiques et culturelles déterminées collectivement et jugées utiles pour toute cette communauté afin de se donner les moyens d'accomplir des choses par elle-même dans l'observance de ces valeurs collectives²⁰».

La radio communautaire contribue à dynamiser la vie socioéconomique des collectivités, à mettre en valeur leur diversité culturelle et à enrichir leur patrimoine culturel. Elle favorise la participation et l'implication citoyenne en

¹⁹ J. Ignacio Lopez Vigil, *Manual urgente para Radiolistas Apasionados*, 1997. Site Internet de l'AMARC (www.amarc.org) février 2011.

²⁰ O. Amadou *Radios communautaires en Afrique de l'Ouest* | Page 27.

plus de soutenir le maintien de la sécurité et de la santé publique. «Les radios communautaires ont élevé les langues nationales à des niveaux que des décennies de lutte politique pour leur revalorisation n'ont permis d'atteindre »²¹.

1.1.3 Changement social

Le changement selon le dictionnaire universel est le fait de passer d'un état à un autre, il est dû à une modification, à une mutation, à une transformation ou à une variation. Ainsi, le changement social peut être compris comme la transformation durable de l'organisation sociale ou de la culture (au sens sociologique) d'une société. Le changement social affecte non seulement la structure et le fonctionnement de l'organisation sociale mais le cours de l'histoire de la société concernée.

Selon G. Rocher le changement social est « toute transformation observable dans le temps, qui affecte, d'une manière qui ne soit pas que provisoire ou éphémère, la structure ou le fonctionnement de l'organisation sociale d'une collectivité donnée et modifie le cours de son histoire»²². Les facteurs dominants qui expliquent le changement social sont : le milieu physique, le développement technologique ou l'accroissement des forces productives, le mode de production, le savoir et le savoir-faire, les valeurs éthiques. La Conduite du changement vise à permettre à une personne d'évoluer dans ses comportements et ses perceptions du monde et des situations. C'est la modification de par l'apprentissage. Le changement apparaît de ce fait comme un besoins vital. Mais il intervient après un processus. Dans ce processus, l'apport des mass médias en l'occurrence la radio est éminent surtout dans les pays en développement. Le changement dans une société est

²¹S., Babacar, ancien Directeur du Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de Dakar (Cesti) .

²² Lexique de Sociologie Edition DALLOZ 2007.

possible grâce à une prise de conscience individuelle et collective. Cette adhésion volontaire et spontanée ne peut être possible sans une stratégie de communication adéquate, celle qui prend en compte les spécificités de la communauté concernée : la culture et notamment la langue maternelle véritable véhicule de l'identité et le socle de tout développement. Toute communication qui ignore ces deux valeurs est vouée à l'échec.

Les indigènes disaient N. Romaine (Willis 2005) « savent de quoi ils ont besoins et savent beaucoup mieux que les étrangers ce qui fonctionnent » Le changement social, en lui même, peut être source de souffrances car il se traduit par le déclin des anciennes appartenances sociales et l'apparition de nouvelles identités plus valorisées que les anciennes. Le changement social a un lien étroit avec le développement. Car il se traduit par le développement des communautés à la base. Et ce développement aboutit à une amélioration de la qualité de vie physique, sociale et/ou culturelle au niveau d'une communauté quelle que soit son importance. Selon Matemba, « un développement durable des communautés dépend de la compréhension profonde des facteurs socioculturels de la société dans laquelle on veut introduire un changement. Le changement social intervient dans les milieux ruraux lorsque les populations sont convaincues de l'importance de la scolarisation des enfants, lorsqu'elles s'approprient les normes sanitaires et agricoles et enfin leurs droit et devoir envers la communauté. Par ailleurs, l'expression désigne «un processus de dialogue privé et public par lequel la population définit ce qu'elle est, ce qu'elle veut et comment l'obtenir.

1.1.4 Divertissement

Le divertissement est défini par le dictionnaire universel comme l'action ou le moyen de recréer ou de se recréer, de s'amuser. C'est ce qui détourne l'homme de l'essentiel, ce qui le détourne momentanément de ce qui l'occupe.

Le terme désigne aussi toute activité qui permet aux hommes d'occuper leur temps libre en s'amusant et de se détourner ainsi de leurs préoccupations quotidiennes. Les divertissements forment l'essentiel de la famille plus large des loisirs. Le divertissement a été étudié par différents philosophes, en particulier Blaise Pascal. Depuis l'ère de la société de consommation et des loisirs, il est devenu un secteur d'activité économique florissant notamment concernant les parcs de loisirs et de divertissement ainsi que les médias.

Le terme divertissement est d'origine latine, il est apparu en Europe à la fin du XV siècle. Il désignait alors l'action financière de détourner à son propre profit, ou distraire, une part de l'héritage. Par la suite, cette définition a été reprise pour l'appliquer à l'action de détourner l'essentiel en général et, par extension, à ce qui détourne quelqu'un de l'essentiel. Progressivement, il s'est associé à l'idée de plaisir et plus tard de loisir. Le divertissement est un facteur de bien-être, en particulier dans les zones reculées où les médias "conventionnels" ne peuvent accéder et où les infrastructures de divertissement font défaut. La musique, les sketches, les contes, les jeux, peuvent être chargés d'autres intentions et servir à propager des messages ou illustrer un propos. Ils sont aussi un moyen de captiver l'attention de l'auditeur, lui permettre de se relâcher dans le cadre d'une émission au contenu trop pesant.

1.2 Présentation de la radio FM Ahémé

La radio FM Ahémé est située dans le sud ouest-ouest du Bénin, département du mono dans la commune de Bopa et précisément dans l'arrondissement de Possotomè. Cet arrondissement doit sa réputation à la richesse de sa source thermale. Possotomè abrite l'une des toutes premières industries béninoise de production d'eau minérale l'une des plus prisées de l'Afrique. Cet

arrondissement tout comme la commune toute entière est situé le long du lac Ahémé. Ce lac dont le nom est attribué à la radio constitue la principale richesse de la localité. L'activité la plus pratiquée est sans doute la pêche. On y rencontre les locuteurs des langues des départements du Mono et du Couffo.

1.2.1 La création de la radio FM Ahémé

Tout comme toute entreprise, la radio FM Ahémé est née après un processus bien précis.

1.2.2 Les facteurs favorables

On peut les résumer en deux points essentiels à savoir:

- le contexte juridique
- la volonté des populations à disposer d'un outil de communication

▪ la promulgation de la loi n°97- 010 du 20 août 1997

La constitution du 11 décembre 1990 reconnaît et garantit la liberté de presse²³, mieux, elle attribue à la presse le quatrième pouvoir et une institution de régulation des médias a été créée²⁴.

▪ La création de la HAAC

LA Haute Autorité de l'Audiovisuelle et de la communication (HAAC) est une institution de régulation indépendante de tout pouvoir politique. Cette institution qui est installée en juillet 1994 a pour mission :

- De garantir et d'assurer la liberté et la protection de la presse, ainsi que de tous les moyens de communication de masse,

²³ Article 24 de la constitution de la république du Bénin.

²⁴ A. Emmanuel V. Les instances de régulation des médias en Afrique de l'Ouest, le cas du Bénin, ed Karthala, 2003, p14.

- De veiller au respect de la déontologie en matière d'information et à l'accès équitable des partis politiques, des associations et des citoyens, aux moyens officiels d'information et de communication,

- De garantir l'utilisation équitable et appropriée des organes publics de presse et de communication audiovisuelle par les institutions de la République, chacune en fonction de ses missions constitutionnelles et d'assurer, dans le cas échéant, les arbitrages nécessaires.

La Haute Autorité de l'Audiovisuelle et de la Communication assure d'une façon générale, le respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinions dans la presse et dans la communication audiovisuelle.

Elle est composée de neuf membres nommés par décret par le président de la République dans les conditions définies par la loi organique. Les membres ont droit à un passeport diplomatique, et sont désignés à raison de:

- Trois par le président de la République (un communicateur, un juriste, une personnalité de la société civile) ;

- Trois par le bureau de l'Assemblée Nationale (un communicateur, un juriste, une personnalité de la société civile) ;

- Trois par les journalistes professionnels et les techniciens de la communication, et des télécommunications (deux (2) journalistes professionnels, l'un de l'audiovisuel et l'autre de la presse écrite et un (1) technicien des télécommunications.

La HAAC est dirigée par un bureau composé de :

- Un président nommé par décret pris en conseil des ministres ;

- Un vice président ;

- et deux rapporteurs élus par leurs pairs au scrutin secret et à la majorité absolue. Ce bureau est assisté d'un secrétariat administratif. La durée de fonction des neuf membres est de cinq ans non renouvelables. Toutefois, à l'expiration de leur mandat, les neuf membres perçoivent leur traitement pendant une durée de trois mois supplémentaires.

Par ailleurs, la HAAC est la seule institution habilitée à recevoir toutes les demandes d'installation des radios et de télévisions privées. En cas de non respect des règles déontologiques, la HAAC a le pouvoir de sanctionner. Comme sanction, la HAAC peut mettre en demeure les titulaires d'autorisation en vue du respect des obligations qui leur sont imposées (cas de l'audiovisuel). Cette mise en demeure est rendue publique. En cas de non observation de la mise en demeure, la HAAC peut prendre des sanctions suivantes :

- 1- Suspension de l'autorisation ou d'une partie du programme pour un mois au plus ;
- 2- La réduction de la durée de l'autorisation dans la limite d'une année ;
- 3- Le retrait de l'autorisation.

Ainsi, l'avènement de cette institution de contre pouvoir a favorisé la diversification des sources de l'information à travers la licence accordée à plusieurs radios privées : commerciales, confessionnelles, associatives ou communautaires. Signalons qu'à la suite de la HAAC, les hommes des médias ont créé eux-mêmes plusieurs structures d'autorégulation dont la plus connue est l'Organe de Déontologie et de l'Ethique dans les Médias (ODEM).

▪ **La mobilisation sociale**

Le contexte juridique étant favorable, la volonté des populations de disposer d'un outil de communication, véritable facteur d'identification et d'unification s'affirmait de plus en plus et celle-ci à travers l'impulsion d'une organisation de la société civile: le Centre Africa Obota. Les populations ont

saisi l'intérêt de créer et de gérer un outil de communication qui se révèle indispensable pour amorcer le développement de leur communauté. Plusieurs séances de sensibilisation ont été organisées afin de motiver les populations à la cause. Ces séances de sensibilisations ont débouchés sur une réunion importante sous l'égide du secrétaire général du Centre Africa Obota en 1998²⁵ dans la sous-préfecture de Comè, actuelle commune de Comè. Quatre sous-préfectures d'alors qui ont aujourd'hui chacune le statut de commune ont pris part à cette réunion. Elles venaient de deux départements dont trois du Mono (Bopa, Comé, Houéyogbé), et une de L'Atlantique (Kpomassè). Les délégations des populations venant des quatre sous-préfectures, étaient constituées essentiellement des sages, notables, des représentants des associations des jeunes, des femmes, des cultivateurs, des pêcheurs des artisans etc. Elles étaient épaulées par des sous-préfets, des maires et des chefs quartier. A l'issue de cette réunion, qui avait pour objectif la création d'une radio autour des communautés qui partagent le lac Ahémé certaines recommandations ont été faites non seulement à l'endroit des participants mais aussi à l'endroit des pouvoirs publics et des populations en général. Les participants avaient pour mission de:

- Sensibiliser les populations à la base ;
- Susciter la conviction l'adhésion et la participation des populations à la création de la radio pour la communauté ;
- Œuvrer effectivement pour la création de la radio.

Quant aux populations, elles avaient pour mission de participer financièrement et matériellement chacun en ce qui le concerne à la création de la radio. Ainsi, chaque sous-préfecture devait mobiliser une somme de deux millions cinq cent mille franc Cfa (2.00500 f Cfa) pour la construction du

²⁵ Enquête radio Fm Ahémé.

bâtiment devant abriter la radio. Il revient à chaque sous-préfecture de s'organiser pour s'acquitter de cette obligation. Les pouvoirs publics ont été invité à soutenir par tous les moyens la noble initiative des populations. Dans le but de coordonner les actions et de combiner les énergies, pour une bonne application des décisions issues de cette réunion, un comité a été mis sur pied. Ce comité a effectivement joué son rôle et la sous-préfecture de Bopa a été unanimement retenue pour abriter la radio qui sera baptisée FM Ahémé.

1.2.3 Naissance de la radio FM Ahémé

L'implication et surtout l'apport financier des populations a permis d'amorcer véritablement le processus devant consacrer la naissance de la nouvelle radio. Ainsi, les populations ont été accompagnées dans leur détermination par la Suisse à travers le Programme d'Appuis à la Communication (PACOM), actuel (ASCOM), Appuis Suisse à la Communication Communautaire qui a d'ailleurs financé non seulement à quatre vingt pour cent (80/%) la construction du bâtiment mais a également octroyé l'essentiel du matériel radiophonique²⁶. Un conseil d'administration a été élu et celui-ci à son tour a recruté un personnel composé de quatre (4) hommes et d'une (1) femme chargé d'animer la radio. Le quatre juillet mille neuf cent quatre vingt dix neuf (1999) à huit heures, les populations ont éprouvés le bonheur et la fierté d'écouter avec enthousiasme dans leur langue maternelle la toute première émission sur la radio FM Ahémé fréquence 87.7 MGZ. Cette date marque de ce fait le démarrage des activités sur la nouvelle radio qui venait de naître.

²⁶ Enquête radio FM Ahémé.

1.2.4 Les objectifs de la radio FM Ahémé

La radio FM Ahémé a pour objectif principal d'œuvrer pour la résolution des problèmes auxquels sont confrontées quotidiennement les populations vivant autour du lac Ahémé. Elle doit pouvoir permettre à ces populations essentiellement analphabètes de cerner ou d'appréhender ces problèmes sur le plan endogène afin d'envisager elles-mêmes la résolution de ces problèmes.

- Les différentes évolutions intervenues dans le fonctionnement de la radio

- Au niveau du personnel

Le personnel limité à cinq agents était incapable d'accomplir efficacement la mission assignée à une radio. D'autres agents seront recrutés progressivement pour pallier à cette insuffisance chronique. Ainsi nous avons dénombré au cours de notre séjour à la radio quinze agents permanents, huit collaborateurs extérieur, des stagiaires et quelques agents bénévoles.

- La masse horaire

Les émissions au départ se faisaient de façon intermittente dans la journée. Les populations avaient droit d'abord à cinq heures d'émission par jour, ensuite à dix heures d'émission, puis à quatorze heures d'émission par jour. La radio émet au moment de notre enquête de six heures à zéro heure sans interruption soit dix huit heures d'émission par jour.

- Au niveau de la grille des programmes

A l'origine, trois langues étaient prises en compte dans les programmes de la radio. Il s'agit de: le saxwegbé, la langue dominante, le xwélagbé la deuxième langue et le gengbe la langue véhiculaire de la localité. Hormis le français, sept

autres langues minoritaires seront intégrées dans les programmes de la radio. Les programmes autrefois limités ont connu une certaine diversification.

▪ **Organisation et structures de la radio FM Ahémé**

La radio FM Ahémé est une radio à caractère associatif, communautaire. Elle est créée et gérée par quatre différentes communes dont trois du département du Mono et une de l'Atlantique.

Les programmes de cette radio font une large part aux émissions à caractère éducatif, culturel et à l'information. Elle émet essentiellement en dix langues locales. Dans le but d'atteindre ses objectifs, la radio FM Ahémé s'est dotée de plusieurs structures à savoir :

▪ **Le Conseil d'Administration** : il est composé de treize membres dont trois par commune, élus en assemblée générale au niveau de chaque commune le treizième est désigné de façon rotative. Le conseil d'administration a pour rôle de :

- Veiller au respect scrupuleux de la mission assignée à la radio ;
- Œuvrer pour atteindre les objectifs de la radio ;
- Mettre à la disposition de la radio les moyens adéquats ;
- Mobiliser les populations autour de la radio.

▪ **Le Directeur**: Recruté par le Conseil d'Administration, il participe à toutes les réunions du Conseil d'Administration en qualité de conseiller technique. Il n'a pas le droit de vote. Mais il assure la coordination entre les différents services, règle les conflits internes et externes qui pourraient survenir entre le personnel, entre la radio et ses partenaires et entre la radio et ses auditeurs.

Sous le directeur, existe quatre différents services à savoir :

▪ **Le service programme** : Il est chargé de l'élaboration du suivi et la gestion des programmes.

- **Le service technique** : Ce service a pour mission d'assurer la mise en onde, le mixage et la réalisation des émissions. Il s'occupe aussi du montage, de la maintenance et de la gestion des appareils radiophoniques.

- **Le service finance** : Ce service s'occupe de la comptabilité de la radio.

- **Le service des relations publiques** : ce service est chargé d'établir des partenariats avec les organisations non gouvernementales et les structures Etatiques. Ce service se charge aussi d'accueillir les particuliers désirant s'offrir les services de la radio.

A la tête de chaque service se trouve un responsable appelé chef service. Ils sont nommés par le directeur et le reste du personnel est repartis sous les différents chefs service. Il faut signaler qu'il y a trois types d'agent qui interviennent à la radio FM Ahémé, Il s'agit des:

- Agents salariés déclarés à la CNSS ;
- Agents bénévoles ;
- Agents stagiaires.

Au total, la radio compte vingt trois agents dont:

Quinze agents salariés et huit agents bénévoles.

1.2.5 Etude de la grille des programmes de la radio FM Ahémé

La radio FM Ahéme est une radio qui vise le développement des communautés au sein desquelles elle est implantée. Pour parvenir à cette noble mission, elle a adopté les langues nationales de ces communautés comme le moyen privilégié pour atteindre la cible que constituent les populations. Par ailleurs, les programmes de cette radio répondent pour le mieux à un besoins crucial de mieux être. Un programme hebdomadaire conséquent est élaboré à cet effet.

1.2.6 Typologie des émissions

Une station de radio est appréciée lorsque la qualité de service qu'elle propose répond aux attentes de son auditoire. Cette qualité de service dépend essentiellement d'une part du genre et du contenu des émissions proposées et d'autre part de la programmation de ces émissions. La grille des programmes de la radio FM Ahémé est conçue selon les besoins des populations et surtout sur la base des objectifs visés par cette radio qui se veut populaire et participative.

Une étude minutieuse de la grille des programmes au titre du second semestre de l'année deux mille onze, (période de notre enquête) nous a permis de noter une variété dans les émissions et une certaine diversité dans les thèmes abordés. Ces émissions peuvent être regroupées dans quatre blocs à savoir :

- Les émissions éducatives qui assurent la fonction didactique ;
- Les émissions culturelles qui assurent la fonction didactique ;
- Les émissions interactives qui assurent la fonction interactive ;
- Les émissions d'informations qui assurent la fonction informative.

▪ Les émissions éducatives

La radio FM Ahémé qui a pour vocation le développement individuel et collectif des populations ayant en commun le lac Ahémé, consacre une large part aux émissions à caractère éducatif. Ces émissions pour la plupart visent le changement et ce changement implique l'abandon des attitudes et habitudes rétrogrades qui freinent l'essor de la communauté. Présentées dans toutes les langues de la localité, ces émissions ont pour but d'éduquer et de sensibiliser les populations sur les problèmes socioéconomiques qui minent la société. Ainsi, le pêcheur, le cultivateur, l'éleveur tout comme l'artisan et même le commerçant ont tout intérêt à suivre les émissions relevant de leur domaine d'activité. Au nombre de ces émissions qui visent le changement social. nous avons : Du ma do so xo me, Espace Conseil Djrassodo, Gbe do su, Education Waci, Emission

pêche xwéla, Environnement Kotafon, Education Adja, Gnonusi dokpogue, Agriculture saxwè.

▪ **Les émissions culturelles**

Il s'agit ici des émissions dont les thèmes portent sur la culture, les valeurs traditionnelles, les mœurs les coutumes et lois, le sens et la portée des prénoms indigènes, le mariage traditionnel, l'art culinaire, les proverbes, les valeurs véhiculées par les chansons, les panégyriques, les légendes, les contes et devinettes, les évènements culturels et cultuels de la localité tel que : le Nonvica, les rites. Ces émissions prônent la richesse du patrimoine traditionnel et visent à perpétuer la tradition. Au nombre de ces émissions, nous pouvons citer: Priorité Culture, Olo dido, Signification des noms, Bonne cuisine, Bombon, Au cœur de nos religions, Houindoxo, Contes Kotafon, Sogadji, Akomabu, Djiffa.

▪ **Les émissions interactives**

Ce sont des émissions qui offrent la possibilité aux auditeurs d'intervenir par appel téléphonique lors de son déroulement. L'auditeur, informé du thème choisi par l'animateur peut librement intervenir pour donner son appréciation. Les grogues font aussi partie de cette famille d'émissions. Le but de ces émissions est de dénoncer les travers de la société, les mauvaises pratiques telle que la corruption, le détournement, le népotisme, le vol, le mensonge, l'impunité, l'inertie des autorités locales. Par ailleurs, il peut s'agir aussi d'encourager les bonnes pratiques, la bonne gouvernance. Parmi ces émissions, nous pouvons citer : Déhou, Iho ehanlo, les grogues, les jeux radiophoniques.

▪ **Les émissions d'informations**

Ce sont des émissions à travers lesquelles les populations sont informées sur les évènements locaux, régionaux et internationaux. Il faut préciser que la priorité est donnée aux informations locales afin de donner les moyens aux

populations de comprendre et d'agir. Les émissions d'information regroupent les magazines d'information, les revus de presse, les avis et communiqués, les annonces nécrologiques et publicitaires.

Chapitre II : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

2.1 Cadre théorique

Nous allons nous référer ici à deux auteurs qui ont préalablement fait des recherches sur l'influence des médias dans une société.

L'étude de l'influence des médias remonte aux années 1920 en Europe et aux Etats Unis. Mais c'est à partir de 1940 et plus particulièrement dans les années 1970 que de sérieuses réflexions seront menées.

2.1.1 L'approche psycho dynamique des effets des médias

Cette approche est proposée en 1970 par De Fleur. Ce dernier rend compte de la recherche faite sur la diffusion mass médiatique depuis 1958. Il explore le pourquoi de la détérioration du contenu du message lorsqu'il passe d'une personne à une autre et s'intéresse à la vitesse avec laquelle une information atteint les gens à partir d'une source médiatique, au degré auquel cette information s'étend à la population, à la portée des catégories sociales et aux rôles comparatifs des médias.

En effet, De Fleur(1970)²⁷ part de deux constats antérieurs pour proposer une approche psycho dynamique de la communication, il s'agit :

- Du pouvoir attribué aux médias de masse ;
- Des théories psycholinguistiques de l'apprentissage ;

C'est un modèle qui est résumé par le modèle mécaniste S-O-R :

Le –S renvoie au stimulus, c'est-à-dire le message persuasif ;

²⁷ De FLEUR, M .L.1970,*Theories of Mass Communication*, New-York,David Mc kay p239-244.

Le –O quant à lui renvoie à l'organisme, c'est-à-dire le récepteur qui voit ses processus ; tandis que le-R renvoie à la réaction, c'est-à-dire l'effet qui devrait correspondre au comportement que la source désire susciter chez le récepteur.

Cette approche qui s'applique aux communications de masse est fondée sur les idées implicites suivantes :

- La société de masse est un agrégat d'individus isolés qui agissent essentiellement en fonction de leurs intérêts personnels et sont peu soumis aux contraintes et relations sociales ;
- Le pouvoir de mobilisation des comportements des médias est aux mains de puissantes institutions privées et publiques ;
- La technologie de reproduction et la distribution massive des messages doivent être capables de maximiser leurs réceptions et réactions face à ceux-ci ;
- Les médias ne tiennent compte, ni des structures sociales, ni des groupes et prétendent établir une relation avec chaque individu ;
- Tous les récepteurs ont une valeur égale (consommateurs, fans, électeurs) ;
- La relation entre les messages et leurs effets sont de l'ordre de la probabilité.

Ainsi, selon De Fleur et LARSEN 1987²⁸, un message persuasif est efficace s'il modifie la structure psychologique de l'individu. Il préconise que « c'est la relation psycho dynamique entre les processus psychologiques latents (motivations, attitudes) qui conduit l'individu à choisir le comportement que les communicateurs désirent lui adopter ». Le processus de la persuasion doit donc être conçu en fonction du processus psychologique que l'on désire manipuler

²⁸ DE FLEUR, M.L. et O.N. LARSEN. (1987), *The Flow of Information: An experiment in Mass communication*, New Brunswick – Oxford, Transactions Books.

et de la relation psycho dynamique qui existe selon toute probabilité entre le processus psychologique et le type de comportement qu'on veut activer.

L'idée de « différenciation individuelle » signifie donc que certaines caractéristiques individuelles jouent un rôle déterminant quant au type d'effet que le contenu d'un message peut avoir sur un individu. Ainsi, le communicateur peut exercer un contrôle sur le message, le canal, et les conditions de la communication, sans pour autant contrôler la façon dont l'auditoire perçoit le message.

Comme caractéristiques, ce modèle corrige la perspective mécaniste de l'effet des messages des médias fondés sur la relation. Cette approche insiste également sur la relation causale qui existe entre comportement et attitude: le changement d'attitude donne lieu au changement comportemental. De Fleur lie donc la perception des messages des médias et implicitement, la signification qu'on attribue, aux caractéristiques psychologiques de chaque individu.

2.1. 2 L'approche de la Programmation Neuro-Linguistique

La programmation neurolinguistique « PNL » est un ensemble coordonné de connaissances et de pratiques dans le domaine de la psychologie fondées sur une démarche pragmatique de modélisation, en ce qui concerne la communication et le changement. Elle a été élaborée par Richard Bandler et John Grinder dans les années 1970, aux Etats-Unis.

Leur démarche s'inscrit uniquement dans le domaine de la psychothérapie, en s'inspirant du travail d'autres psychothérapeutes, dont Fritz Perls, Milton Erickson et Virginia Satir. Autour de 1980, ces concepteurs s'intéressent à d'autres domaines comme ceux de la créativité, du sport, du management, de la pédagogie, et de la communication. Si les premiers

modèles décrits en PNL sont linguistiques, ils sont suivis par d'autres outils permettant de repérer et de changer les représentations mentales sensorielles d'un sujet.

La PNL propose une démarche pragmatique, c'est-à-dire orientée vers l'expérience, elle se caractérise par la modélisation des gens de talent, c'est-à-dire par le repérage, la description et l'imitation des pratiques et comportements à succès, puis par leur transmission. À ces premiers modèles, s'ajoutent des protocoles observés chez d'autres thérapeutes. La PNL se fonde également sur des présupposés et un ensemble de techniques permettant de décrire et d'agir sur la subjectivité.

La PNL vise à améliorer la communication entre individus, à s'améliorer personnellement et tend à devenir une psychothérapie intégrative, c'est-à-dire qui cherche à intégrer de manière pratique les apports des différentes théories. La psychothérapie neuro-linguistique (PNL) rapproche pratique thérapeutique et acquis de la PNL. Cette dernière peut être employée au sein de cadres divers, aussi bien personnel qu'en entreprise, dans le marketing, la vente, la pédagogie, la performance sportive ou encore la séduction. Pour mieux cerner la théorie de la PNL, il nous faut détacher et expliquer brièvement les concepts qui la composent.

- La programmation

Nous avons tous le même montage de phrases sans recourir consciemment à la syntaxe, d'abord un nom suivi d'un adjectif et d'un verbe par exemple, ajout d'un adverbe pour terminer. Nous pouvons donc constater une "compétence inconsciente" en nous qui génère des automatismes. Le mot programme fait référence à l'ensemble de ces automatismes, qu'il s'agisse d'automatismes cognitifs, émotionnels ou comportementaux. En effet, se basant sur des acquis psychologiques indiscutables, certains de nos comportements sont automatiques.

L'hypothèse de base de la PNL permet de dire que certains de ces automatismes sont immuables pour une personne donnée dans un contexte donné.

- Le mot **neuro** fait référence aux neurones, à notre système nerveux central et à notre système nerveux périphérique qui sont aux commandes.

- **Linguistique** : ce terme fait référence au langage qui est un code. Il nous permet de communiquer, il structure notre pensée, il véhicule notre culture.

- **Les objectifs de la PNL**

Son objectif est de synthétiser un grand nombre de modèles et de théories scientifiques.

L'une des valeurs de la PNL est de mettre ensemble différents types de théories dans une seule structure afin de produire des changements chez l'être humain.

- **Les Présupposés de la PNL**

La programmation neuro-linguistique repose sur un ensemble de présupposés, similaires aux axiomes en mathématiques, et dont les principaux sont explicités au moyen d'une expression imagée²⁹. Ils fondent et expliquent la méthode d'analyse et de modélisation. Ils transmettent des valeurs et leurs intégrations comportementales, et font partie des critères de certification comme, par exemple, lors du « training guidelines committee de l'international association for nlp » qui propose, à partir de 1991, ces présupposés dans les certifications PNL³⁰.

²⁹ www.Google.fr. (25 février 2013).

³⁰ www.Google.fr. (25 février 2013).

Les outils, modèles ainsi que l'éthique sous-tendant la PNL en découlent. Ces présupposés ne représentent pas la « vérité » et ils se distinguent de ceux élaborés en philosophie. Leurs formulations résultent en effet d'un choix délibéré et pragmatique, prenant place dans une façon de regarder le monde³¹. Ces présupposés ont été progressivement formulés et affinés lors des travaux de développement de la programmation neuro-linguistique. Les principaux présupposés de la programmation neuro-linguistique sont au nombre de neuf :

1. « la carte n'est pas le territoire » ;
2. « derrière chaque comportement, il y a une intention positive » ;
3. « il n'y a pas d'échec mais que du feedback (ou des apprentissages) » ;
4. « le sens de la communication est donné par la réponse qu'on en obtient » ;
5. « ce que d'autres peuvent apprendre, je peux l'apprendre aussi » ;
6. « le corps et l'esprit font partie du même système cybernétique » ;
7. « le langage est une représentation secondaire de l'expérience » ;
8. « on ne peut pas ne pas communiquer » ;
9. loi de la variété requise ».

- **Quelques grands principes de la PNL**

- la structure mentale**

Hypothèse de base: dans chaque comportement des personnes, il y a une structure mentale que nous pouvons modéliser, apprendre ou changer.

La P.N.L se base sur la description des perceptions sensorielles externes, des représentations sensorielles internes et des modélisations de ses stratégies mentales et physiques.

³¹ Idem

- les systèmes de représentation

L'hypothèse de base de la PNL permet de dire que certains de nos comportements automatiques sont immuables pour une personne donnée dans un contexte donné.

Il est alors nécessaire de déterminer les gestes et les signes de la communication qui sont représentatifs de la pensée.

- la modélisation :

Le principe

La PNL fait partie des techniques comportementales des sciences humaines par opposition aux sciences dites exactes. Elle se veut la synthèse d'un travail d'observation et de compréhension des faits humains à travers leurs manifestations orales et gestuelles. Elle se fixe comme ambition de "mieux communiquer" avec autrui ou encore de tendre vers "l'excellence en matière de communication" en utilisant la modélisation.

La création des modèles

La PNL est donc un ensemble de modèles et de techniques destinés à améliorer la communication entre individus et à s'améliorer personnellement.

Pour créer ces modèles de communication et de comportements, son rôle est:

- d'observer des compétences ;
- de les décoder ;
- de les expérimenter pour créer des modèles efficaces.

Les modèles s'établissent à partir d'un "état présent" de la personne pour aller vers un "état désiré" en utilisant les "ressources" passées, présentes et à venir (imagination) de la personne concernée.

Comme toute théorie d'analyse, la PNL a un champ d'application bien déterminé. Ce qui lui confère un caractère efficient. Les modèles d'analyse de la PNL contribuent à une démarche de progression épanouissante pour l'individu et visent à faciliter :

- la connaissance de soi ;
- l'accès aux ressources présentes et déjà acquises par la personne;
- la création de nouvelles ressources ;
- la transposition d'une ressource d'un contexte (personnel par exemple) à un autre contexte (professionnel par exemple).

2.2 Démarche méthodologique

Notre démarche méthodologique s'appuie sur trois éléments fondamentaux indispensables pour tout travail de recherche scientifique qui se veut sérieux et efficient. Ainsi, nous avons eu recours à la documentation, aux enquêtes, et aux interviews. Nous avons adopté une méthodologie rigoureuse afin de garantir une certitude scientifique aux résultats de nos recherches. C'est dans cette perspective, que nous avons eu recours à un échantillonnage. Cent quatre vingt cinq personnes ont été approchées pour les enquêtes par questionnaire dans les quatre communes à savoir : Bopa, Comè, Houéyogbé et Kpomassè. Ces personnes constituent notre population d'étude. Cette population est composée pour la plupart des analphabètes, et quelques jeunes scolarisés. La tranche d'âge varie entre 17 ans et 65 ans. Si nous avons pu dissuader la majorité des enquêtés qui n'ont pas voulu répondre à nos sollicitations, d'autres par contre ont opposés une réticence farouche et n'ont pas cru devoir répondre à nos questions. Par ailleurs, nous avons rempli chaque fois nous-mêmes les questionnaires afin de limiter non seulement les pertes de copies mais aussi de les rendre lisibles. A l'issue de notre enquête, nous avons dénombré 56 femmes et 129 hommes.

2.2.1 La documentation

A ce niveau, nous nous sommes rendu au siège de la fédération des radios communautaires et assimilées du Bénin, et à l'Union des radios communautaires et associations du Bénin. Par ailleurs, nous avons exploité certains rapports de séminaires et colloques tenus sur les radios communautaires et les langues nationales de même que certaines lois régissant la création et l'exercice des radios en république du Bénin. Aussi, avons-nous consulté certains travaux universitaires sans oublier évidemment, les ouvrages généraux sur la communication rurale.

2.2.2 Les enquêtes

Les enquêtes sont réalisées de façon quantitative et qualitative. Elles ont couvert la période allant du 10 novembre au 09 décembre 2011, soit un mois. Cette enquête est réalisée avec un questionnaire élaboré à cet effet. Les interviews ont été employées au cours de l'étude, notamment avec certains responsables de structures comme le directeur de la radio FM Ahémé, les différents chefs service de la Radio et quelques animateurs. Dans le but d'analyser l'apport de la radio dans le domaine de l'information aux populations à la base, quelques chefs quartiers, des différentes communes, ont été rapproché. Par contre toutes nos démarches pour rencontrer les maires de ces communes se sont révélées vaines. Certains nous ont donné des programmes qu'ils n'ont pas respectés et d'autres ont préféré nous envoyé vers des collaborateurs qui nous ont confié le manque de sérieux dans certains engagements pris par les responsables de la radio vis-à-vis de leur municipalité. Nous avons procédé à la collecte des données à trois différents niveaux à savoir :

-A la radio FM Ahémé où nous avons particulièrement assisté les animateurs de certaines émissions, de la conception jusqu'à la présentation des émissions ;

- Au niveau des responsables municipaux et certaines organisations non gouvernementales et structures Etatiques telles que: Born Fonden, Plan Bénin, le Programme National de Lutte Contre le Sida (PNLS), le Centre Africa Obota, le Programme National de Lutte Contre le paludisme(PNLP) ;

- Au niveau des quatre communes concernées pour aboutir à une analyse d'impact des émissions de cette radio sur son auditoire.

La transcription

La transcription des différentes données que nous avons enregistrées est réalisée sur la base de l'alphabet des langues nationales. Et pour la ponctuation nous n'avons utilisé que les tons ponctuels hauts, bas, moyens et modulés bas-hauts.

CHAPITRE III: COLLECTE ET ANALYSE DES DONNEES

3.1 Présentation et analyse des données

Les données ici sont recueillies sur la base du questionnaire élaboré. Ces données présentées dans treize différents tableaux et graphiques ont été minutieusement analysées.

3.1.1 Présentation des données

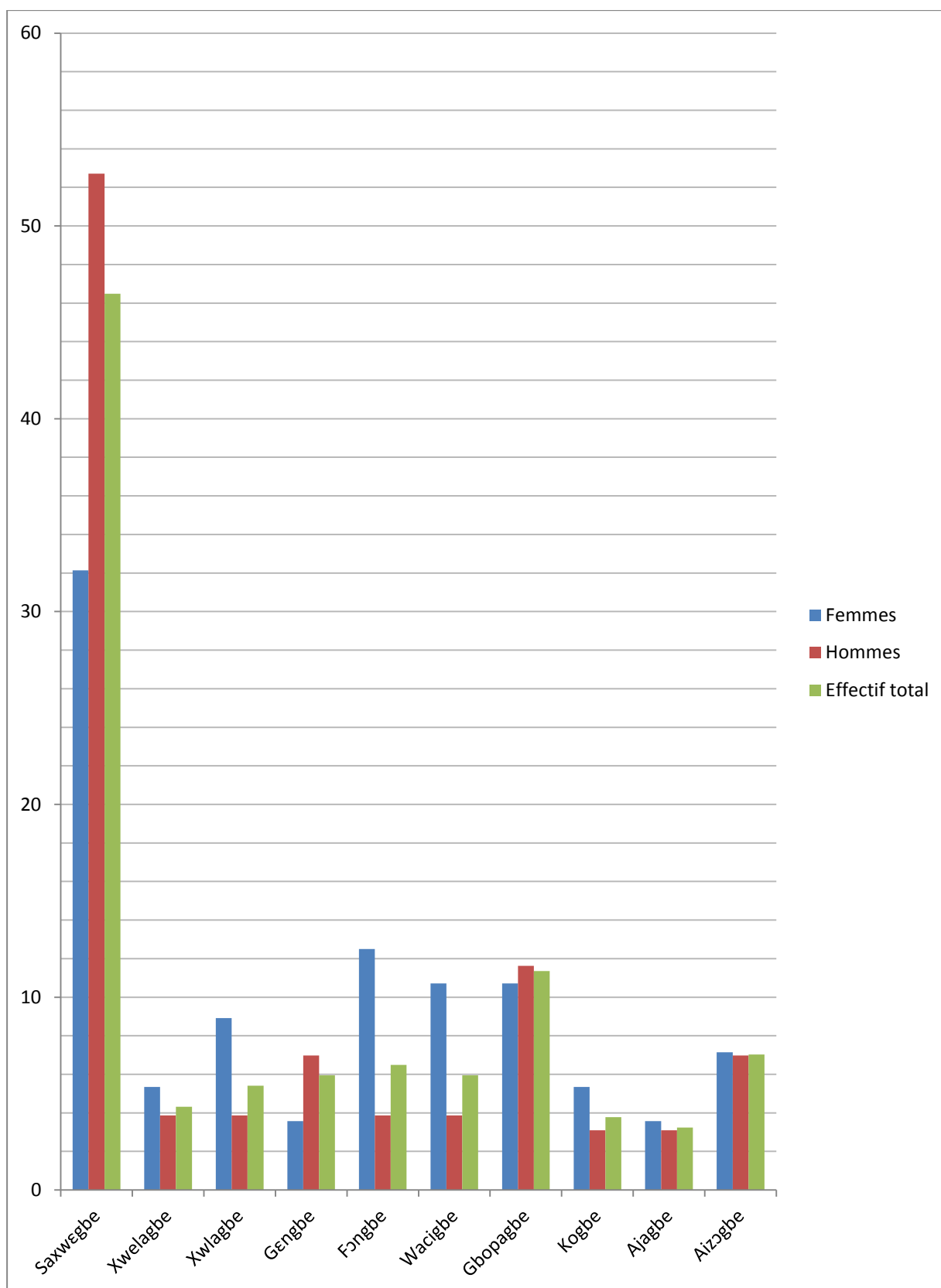
Tableau 1. Quelle est votre langue maternelle?

Sexe Langues	Femmes		Hommes		Effectif totale	
	nombre	%	nombre	%	Nombre	%
Saxwegbe	18	32,14	68	52,71	86	46,48
Xwelagbe	3	5,35	5	3,87	8	4,32
Xwlagbe	5	8,92	5	3,87	10	5,41
Gengbe	2	3,57	9	6,97	11	5,95
Fongbe	7	12,5	5	3,87	12	6,49
Wacigbe	6	10,71	5	3,87	11	5,95
Gbopagbe	6	10,71	15	11,62	21	11,35
Kogbe	3	5,35	4	3,10	7	3,78
Ajagbe	2	3,57	4	3,10	6	3,24
Aizogbe	4	7,14	9	6,97	13	7,03
Total	56	100	129	100	129	100

Source : enquête 2011

Au cours de nos enquêtes, nous avons identifié les différentes langues parlées par notre population cible. Ces langues sont au nombre de dix. Il s'agit de : Saxwegbe, Xwelagbe, Xwlagbe, Gengbe, Fongbe, Wacigbe, Gbopagbe, Kogbe, Aizogbe et Ajagbe. Le Saxwegbe, est la langue la plus parlée. Elle a

pour variante le Gbopagbe. Tandis que le Kogbe est la variante de Aizogbe. Le waci par contre est la variante du Gengbe. Ainsi, des 185 personnes interviewées, 46,48% sont soit d'origine saxwε ou ont acquis la langue comme langue maternelle. Le reste de la cible est reparti entre les neuf autres langues. Mais on peut noter une certaine intercompréhension entre les locuteurs des différentes langues. Ainsi, le Saxwε, le Waci tout comme le Aizo peuvent converser facilement mais chacun dans sa langue ou en Gengbe, la langue véhiculaire de la localité parlée par une grande majorité des populations.



Les 185 personnes ciblées sont réparties par sexe. Ainsi, nous avons deux différents effectifs : 56 femmes et 129 hommes qui à leur tour sont réparties entre les dix langues identifiées. Le pourcentage des femmes par langue est

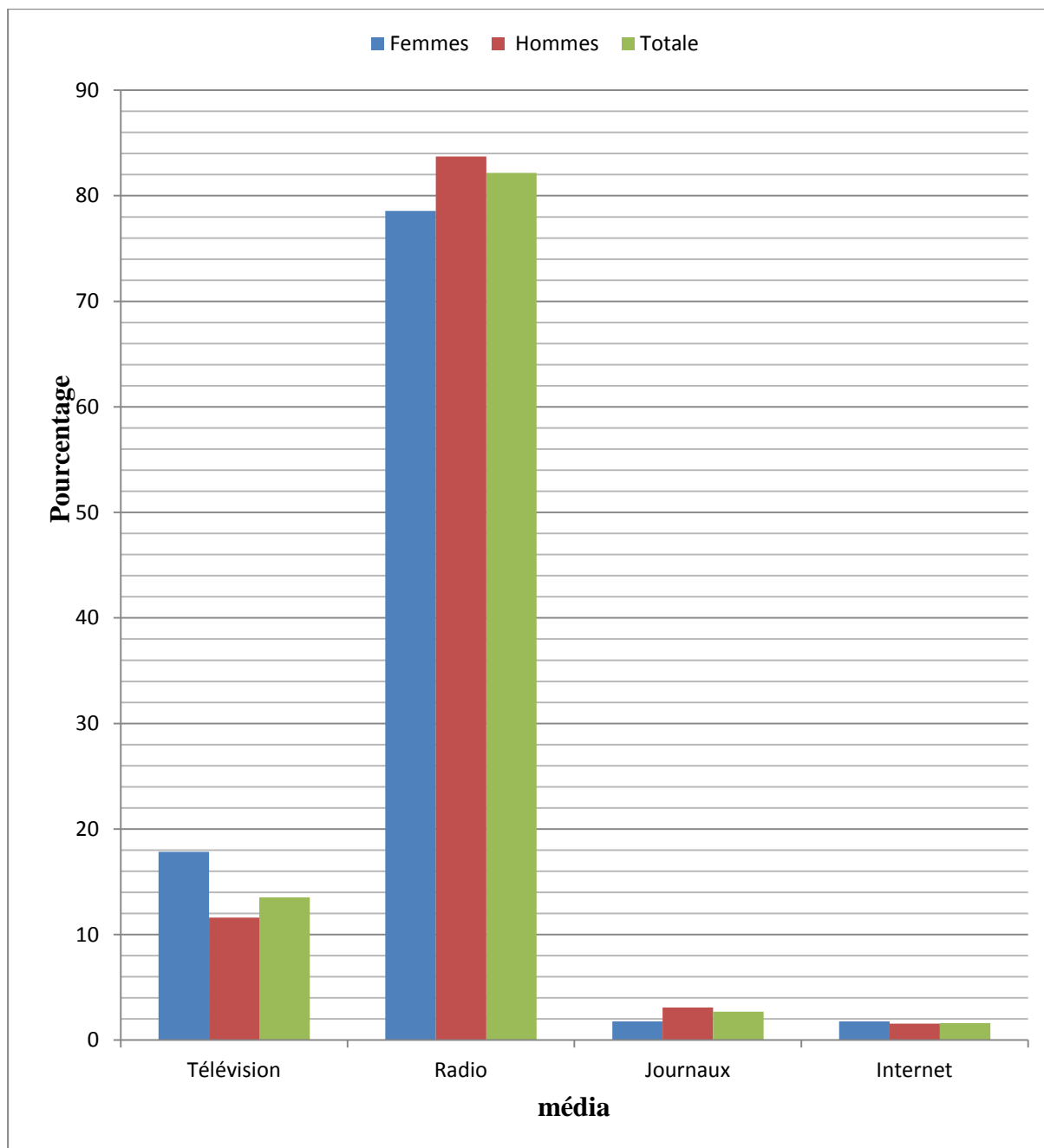
déduit de l'effectif total des femmes soit 56 femmes. La couleur bleu symbolise chaque fois le pourcentage des femmes selon chaque langue et la couleur rouge le pourcentage des hommes. La couleur orange constitue chaque fois la somme des deux pourcentages. Soit le pourcentage total (les deux sexes) des locuteurs de chaque langue selon l'effectif total des personnes interviewées.

Tableau 2. Quelle est votre principale source d'information ?

Sexe Média	Femme		Homme		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Télévision	10	17,85	15	11,62	25	13,52
Radio	44	78,57	108	83,72	152	82,16
Journaux	1	1,78	4	3,10	5	2,7
Internet	1	1,78	2	1,55	3	1,62
Total	56	100	129	100	185	100

Source : enquête 2011

Les enquêtés pour la plupart ont estimé que la radio est le moyen le plus accessible le moins encombrant et le moins coûteux pour accéder à l'information. Ainsi, 82,16% des personnes rapprochées s'informent régulièrement à travers la radio. La télévision voir l'internet peu connu relèvent plutôt d'un luxe. Il faut préciser que certains disposent du poste téléviseur et espèrent plutôt l'avènement de l'énergie électrique dans leur village afin d'être effectivement au contact avec le monde.



Source : enquête 2011

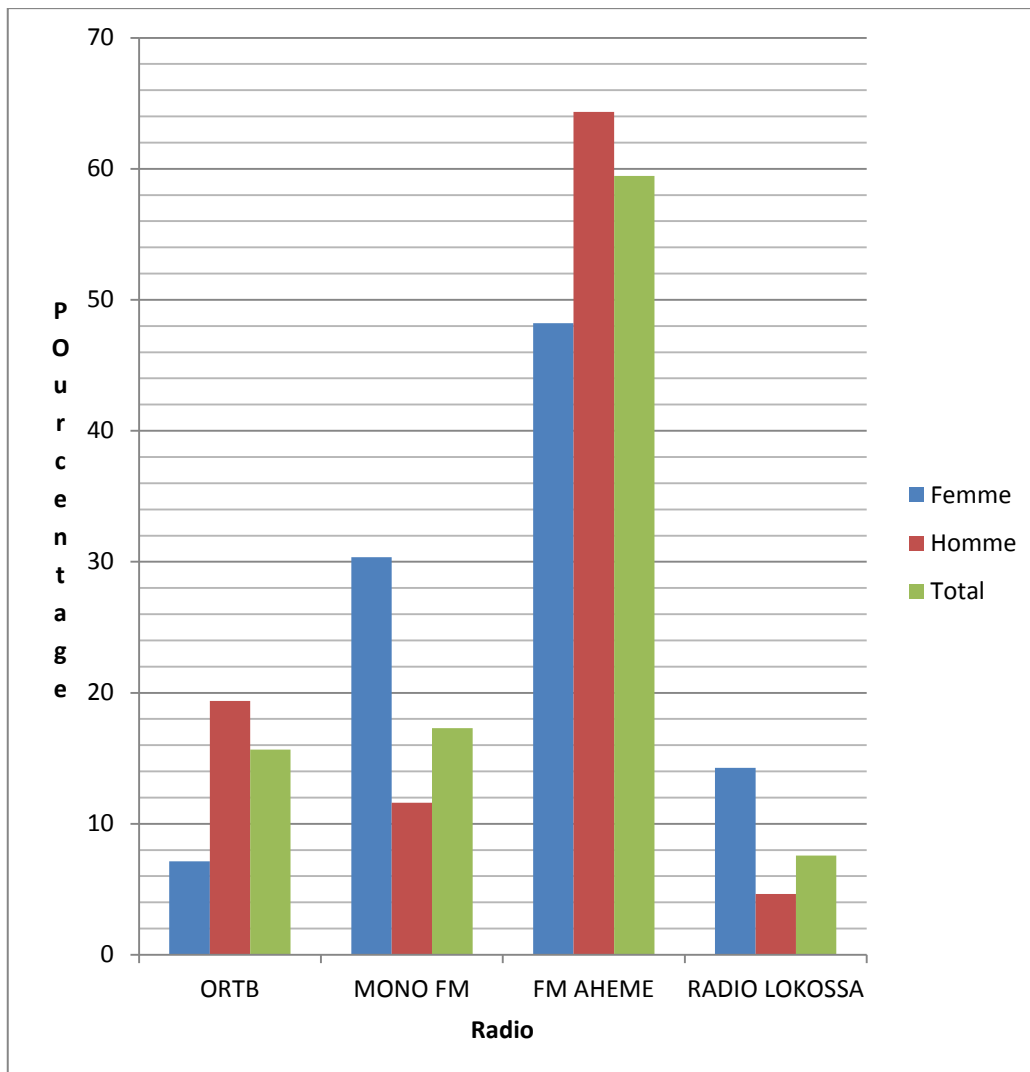
Le critère de répartition par sexe est reconduit ici. Aussi, les 185 personnes rapprochées sont-elles réparties selon leurs sources d'information : Télévision, Radio, Journaux et Internet. La couleur bleu représente le pourcentage des femmes par média, la couleur rouge celui des hommes et la couleur orange constitue chaque fois la somme des deux pourcentages par média.

Tableau 3. Quelle est votre radio préférée ?

Sexe Radio	Femmes		Hommes		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
ORTB	4	7,14	25	19,37	29	15,67
MONO FM	17	30,35	15	11,62	32	17,30
FM AHEME	27	48,21	83	64,34	110	59,46
RADIO LOKOSS A	8	14,28	6	4,65	14	7,57
Total	56	100	129	100	185	100

Source: enquête 2011

La majorité des enquêtés préfère la radio FM Ahémé à toutes les autres parce que ses programmes sont diffusés en langues locales. Certains ont adopté la radio Mono FM qui consacre aussi une large part aux émissions en langues nationales. Mais il faut préciser qu'il y a des émissions qui suscitent d'engouement au niveau de chacune de ces deux radios. Cet engouement s'observe aussi au niveau d'autres radios chaque fois qu'il s'agit des langues comprises par les populations.



Source : enquête 2011

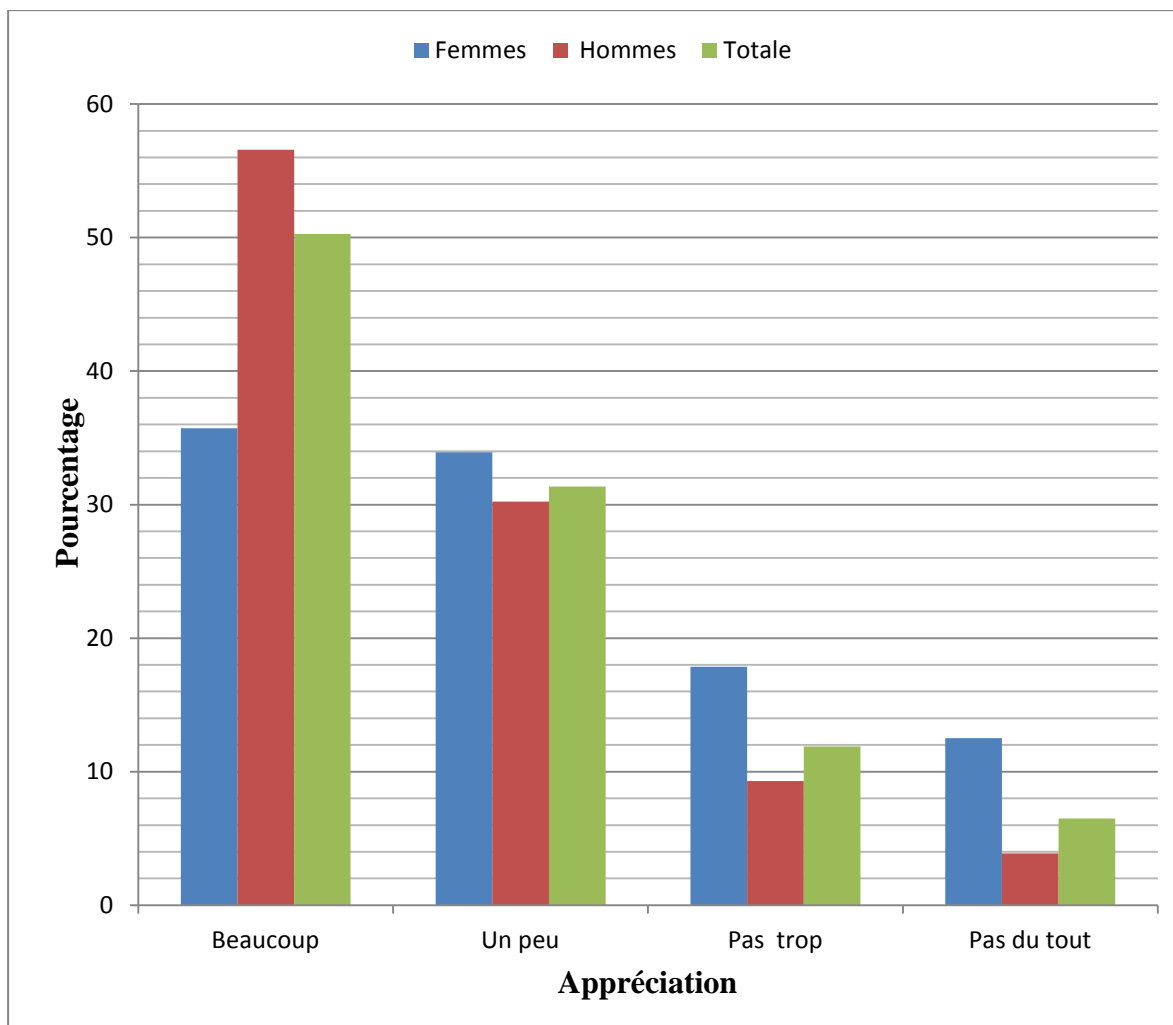
Si nous nous référons à l'effectif total de notre population cible, nous pouvons constater que 59,46% préfèrent la radio FM Ahéme comme principale source d'information, 17,30% ont adoptés la radio Mono FM ; 15,67% pour l'ORTB et 7,57% pour la radio Lokossa.

Tableau 4. Aimez-vous les programmes de la radio FM Ahémé

Appréciation \ Sexe	Femmes		Hommes		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Beaucoup	20	35,71	73	56,58	93	50,27
Un peu	19	33,92	39	30,23	58	31,35
Pas trop	10	17,85	12	9,30	22	11,89
Pas du tout	7	12,5	5	3,87	12	6,49
Total	56	100	129	100	185	100

Source : enquête 2011

Si la majorité des enquêtés avouent être satisfait des programmes de la radio FM Ahémé, certains par contre jaloux du statut accordé à leur langue avouent ne pas être toujours satisfait de la prestation de la radio. D'autres ont avoué avoir été déçu par certains animateurs qui ne font pas véritablement un travail de terrain. Ainsi, 35,71% de femmes et 56,58% d'hommes interviewés, soit 50,27% de l'effectif total des enquêtés ont adopté définitivement les programmes de la radio FM Ahémé ; 43,24% écoutent la radio mais ne sont pas toujours satisfait et 12 personnes soit 6,49% des enquêtés estiment que la radio ne répond pas à leur préoccupation. Ces personnes n'ont pas abordés la question n°5.



Source : enquête 2011

Ici, il s'agit d'évaluer le feed-back des programmes de la radio. Ainsi, 50,27% de la cible sont fiers de la prestation de la radio FM Ahémé, 31,35% sont un peu satisfait, 11,89% ne sont pas trop satisfait et 06,49% ne sont pas du tout satisfait.

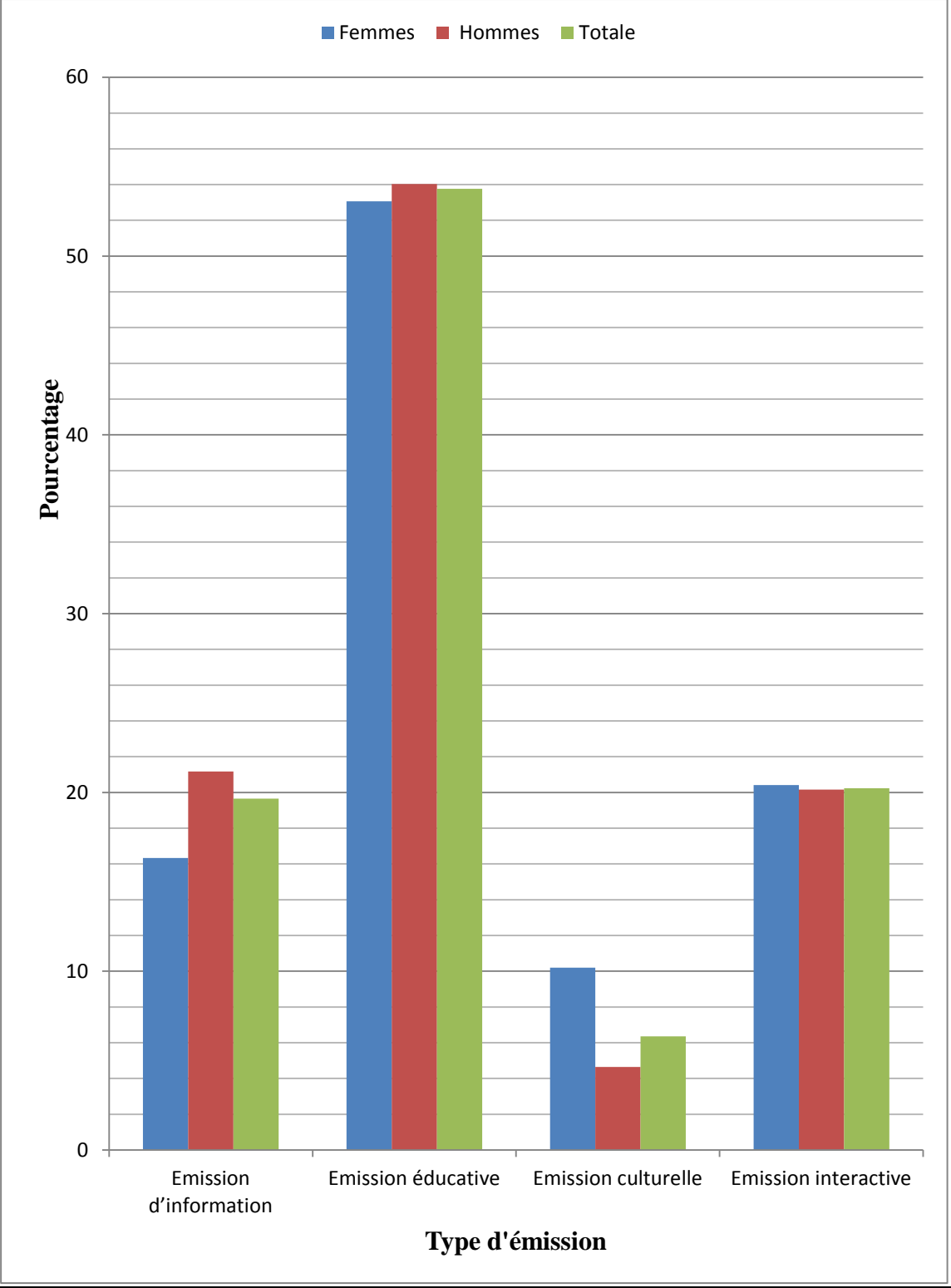
Tableau 5. Quelle est votre émission préférée sur la radio FM Ahémé

sexe type d'émission	Femmes		Hommes		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Emission d'information	8	16,33	26	21,17	34	19,65
Emission éducative	26	53,06	67	54,03	93	53,76
Emission culturelle	5	10,20	6	4,64	11	6,36
Emission interactive	10	20,41	25	20,16	35	20,23
Total	49	100	124	100	173	100

Source : enquête 2011

53,76% des enquêtés préfèrent les émissions éducatives parce qu'elles leurs permettent d'entretenir de bon rapport; de sortir de leur ignorance; d'acquérir des connaissances dans les domaines de la santé (l'hygiène, la vaccination des enfants contre la poliomyélite, la rougeole, le choléra...). Certains parents ont avoué ici n'avoir jamais fait vacciner leurs enfants contre la poliomyélite ou n'avoir jamais compris la véritable cause du paludisme avant l'avènement de la radio. Les émissions interactives sont préférées à 20,23% parce qu'elles favorisent selon les enquêtés l'expression. Les émissions d'information, elles, selon 19,65% des enquêtés favorisent l'information. Quant aux émissions culturelles, elles, favorisent l'expression et la valorisation

de la culture locale. Mais elle ne bénéficie pas de la même attention que les autres émissions. Le pourcentage ici est de 6,36%.



Les émissions les plus suivies ici sont respectivement les émissions éducatives, interactives, informatives et culturelles.

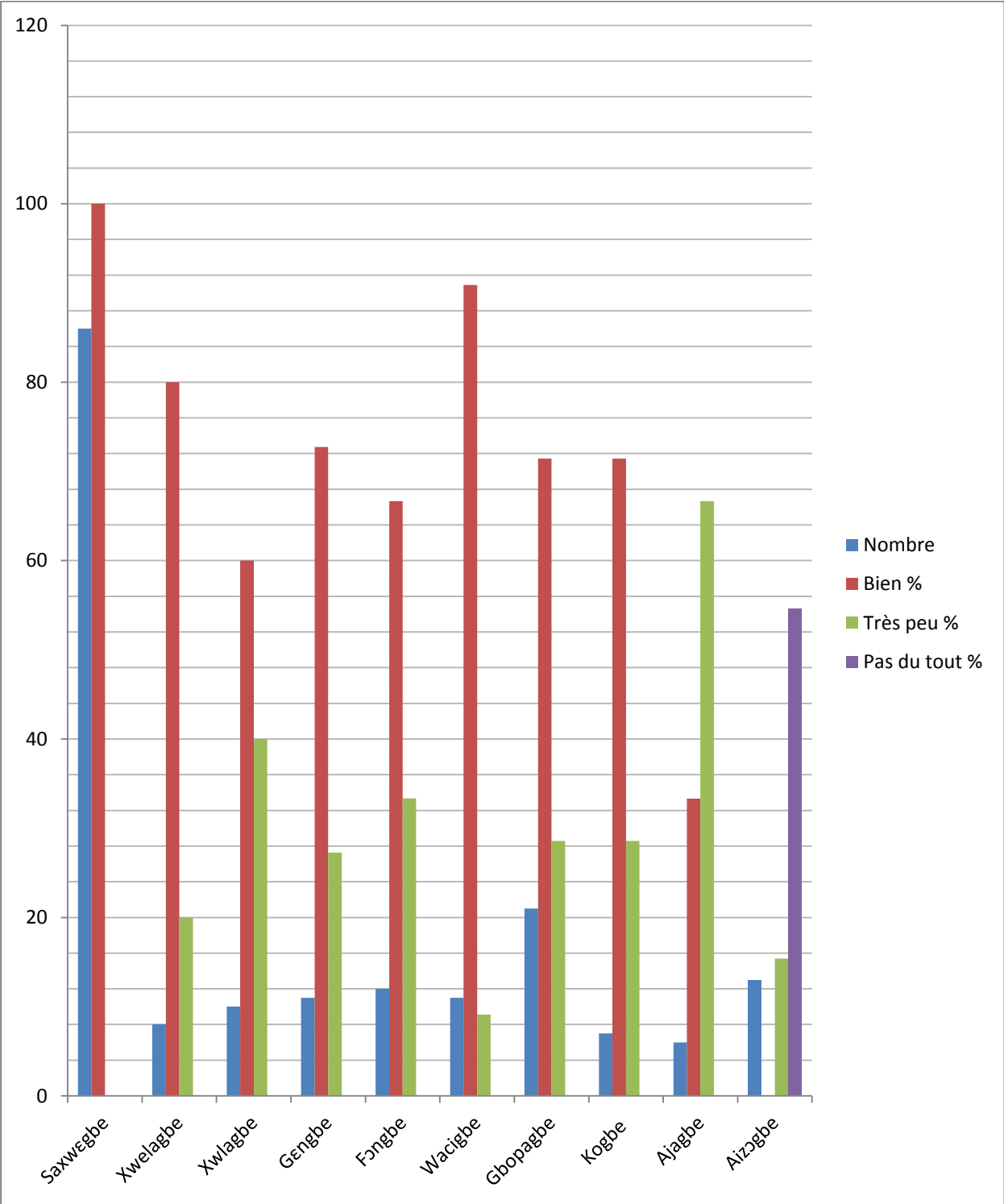
Tableau 6. Comment votre langue est-elle prise en compte dans les programmes de la radio FM Ahémé ?

langues	Nombre	Bien	Très peu	Pas du tout
		%	%	%
Saxwɛgbe	86	100		
Xwelagbe	8	80	20	
Xwlagbe	10	60	40	
Gɛngbe	11	72,73	27,27	
Fɔngbe	12	66,66	33,34	
Wacigbe	11	90,90	9,10	
Gbopagbe	21	71,42	28,58	
Kogbe	7	71,42	28,58	
Ajagbe	6	33,33	66,67	
Aizɔgbe	13	0	15,38	54,62

Source : enquête 2011

Les 185 personnes sont réparties ici sur chacune des dix langues. Les locuteurs de chacune de ces langues ont respectivement apprécié l'usage de leur langue par la radio. L'objectif ici est d'évaluer l'utilisation des dix langues nationales par la radio Fm Ahémé. Il ressort que certains enquêtés sont jaloux du fait que leur langue maternelle n'est pas suffisamment prise en compte dans les programmes de la radio. Mais ils ont avoué comprendre les langues

priorisées, en l’occurrence le Saxwɛgbe, qui est utilisée à 80% dans les programmes de la radio. Si les Saxwɛ sont satisfait de l’utilisation de leur langue, les Aja et les Aizɔ attendent de voir leurs langues valorisées.



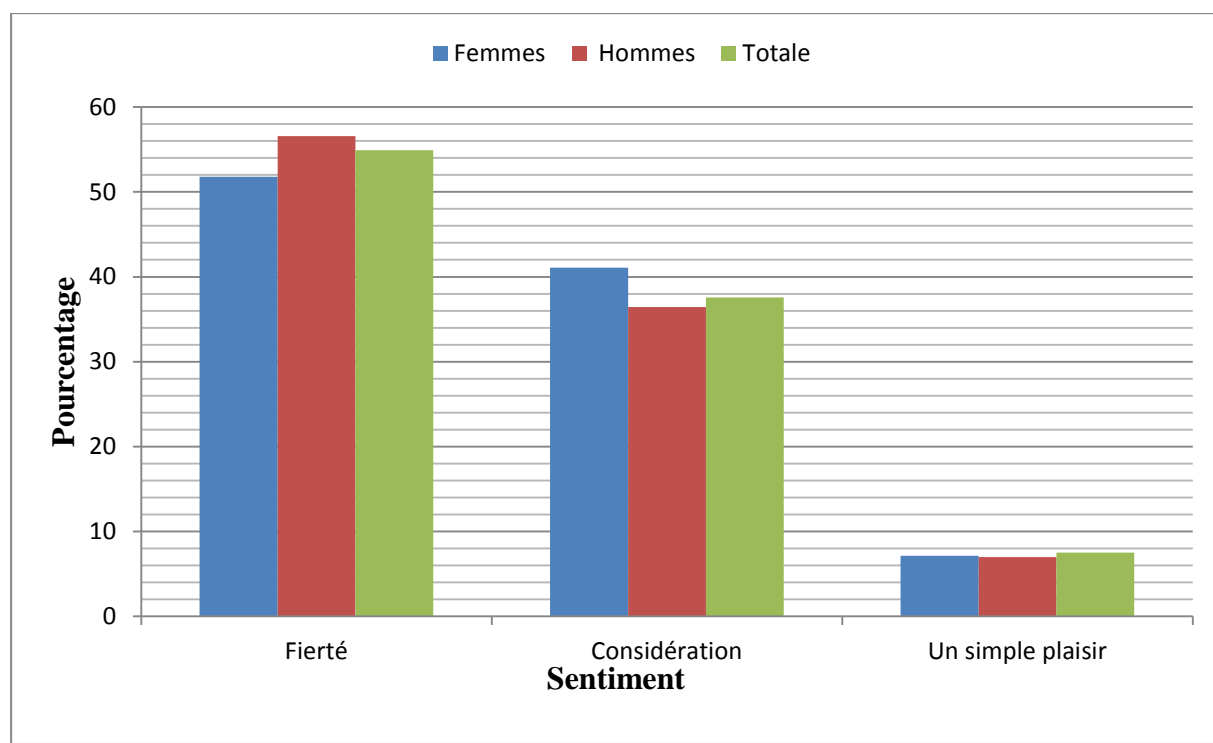
L'usage de chaque langue est apprécié par les locuteurs concernés. La couleur bleu symbolise l'effectif des locuteurs par langue selon la répartition qui est faite au départ par langue, la couleur rouge exprime la satisfaction des locuteurs concernés de l'usage de leur langue. Tandis que la couleur orange tend vers la déception des locuteurs. La couleur violet est l'expression même de la déception des locuteurs de Aizogbe surtout.

Tableau 7. Que ressentez-vous lorsque des émissions sont présentées dans votre langue maternelle sur la radio FM Ahémé ?

Sexe sentiment	Femme		Homme		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Fierté	25	51,02	70	56,45	95	54,91
Considération	20	40,81	45	36,29	65	37,57
Un simple plaisir	4	8,17	9	7,26	13	7,52
Total	49	100	124	100	173	100

Source : Enquête 2011

Ici, 54,91% des enquêtés ont exprimé leur fierté pour avoir participé à la création d'une radio qui les reconnait et qui tient compte d'eux. Pour 37,57% Ecouter quotidiennement sa langue à la radio relève plutôt d'une marque de considération. Seulement 7,52% se distrait en écoutant leur langue maternelle à la radio.



Il s'agit ici d'évaluer le feed-back des émissions en langue comprise par les populations. Les données recueillies et analysées nous permettent de confirmer que les populations sont plus réceptives dans leur langue maternelle.

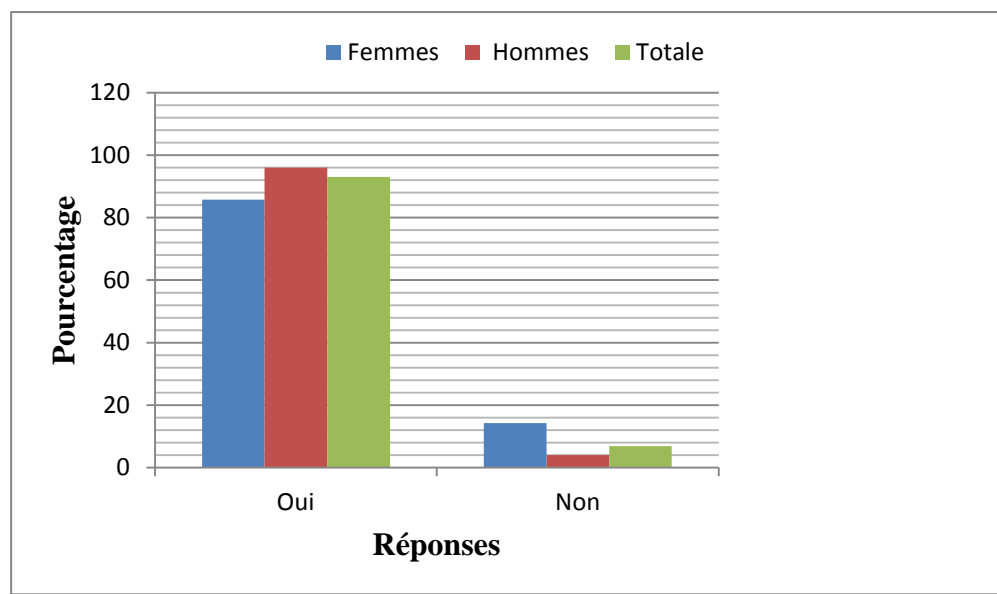
Tableau 8. Y- a-t'il une émission qui vous sensibilise particulièrement chaque fois qu'elle est diffusée ?

Sexe / Réponses	Femme		Homme		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Oui	42	85,71	119	95,96	161	93,06
Non	7	14,28	5	4,03	12	6,94
Total	49	100	124	100	173	100

Source enquête 2011

L'émission qui sensibilise le plus est une émission éducative. Elle est intitulée: Du ma do so xomε. Cette émission est préférée par 93,06% des enquêtés parce qu'elle embrasse tous les domaines de la vie sociale. Elle

éduque et forme les consciences. 12 personnes soit un pourcentage de 6,49% des enquêtés estiment n'avoir jamais été sensible en écoutant une émission.



L'objectif visé est d'identifier d'abord l'émission la plus écoutée dans la famille des émissions éducatives et ensuite situer l'apport de cette émission dans processus de changement de comportement au niveau de chaque individu.

Tableau 9. La programmation horaire de cette émission vous arrange t-elle ?

Réponses \ Sexe	Femme		Homme		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Oui	35	71,42	99	79,83	134	77,46
Non	14	28,57	25	20,16	39	22,54
Total	49	100	124	100	173	100

Source : Enquête 2011

Si la majorité des enquêtés (77,46%) est satisfaite de la programmation horaire de cette émission, certains, en l'occurrence les élèves ont souhaités un décalage de cinq à six heures.

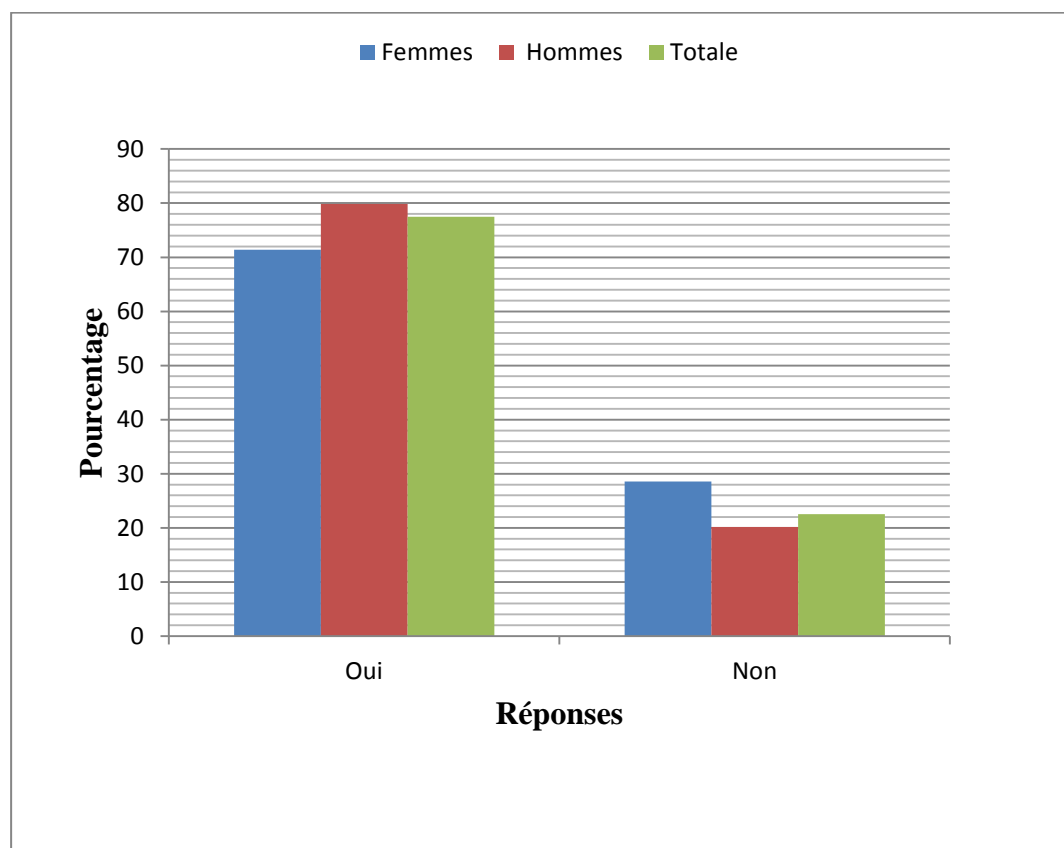


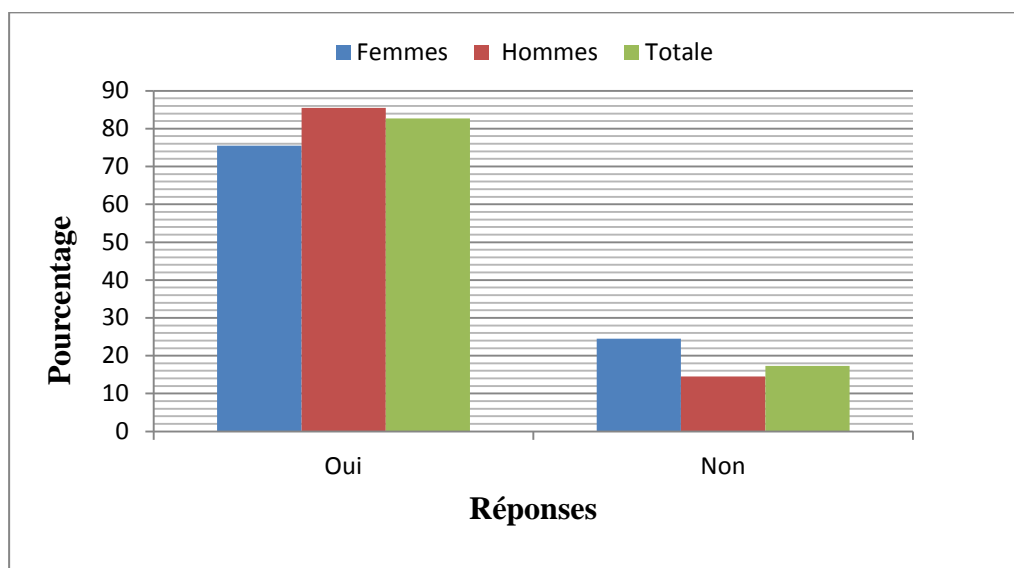
Tableau 10. Les thématiques abordées par l'animateur vous intéressent-elles toujours ?

Sexe / Réponses	Femmes		Hommes		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Oui	37	75,51	106	85,48	143	82,66
Non	12	24,48	18	14,51	30	17,34
Total	49	100	124	100	173	100

Source : enquête 2011

Les thématiques abordées sont appréciées par les auditeurs. Mais certains ont émis le souhait d'être entretenu sur des thèmes comme :

La santé, la gestion administrative des autorités locales (le devoir de compte rendu par exemple).



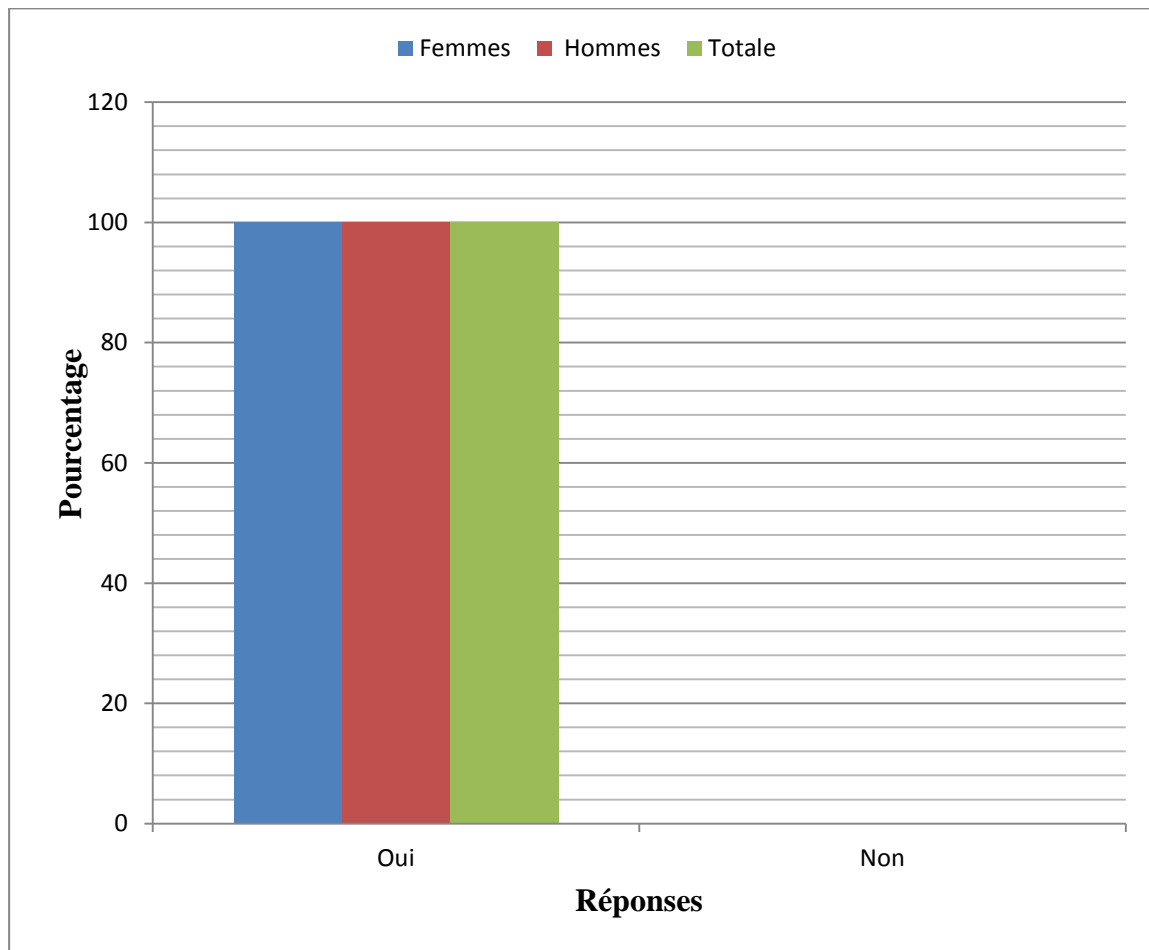
L'objectif est de vérifier si les thèmes abordés par l'animateur de cette émission comblent l'attente des populations. Ainsi, 82,66% de la cible approuvent les thèmes et 17,34% ne les approuvent pas toujours. Car selon eux, ce sont les mêmes thèmes qui reviennent.

Tableau 11. Cette émission vous apporte-elle quelque chose dans votre quotidien ?

Sexe / Réponses	Femmes		Hommes		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Oui	49	100	124	100	173	100
Non	00	00	00	00	00	00
Total	49	100	124	100	173	100

Source : enquête 2011

Cette émission selon l'ensemble des enquêtés, éveille les consciences et permet l'adoption d'un comportement responsable face aux différents problèmes de la vie.



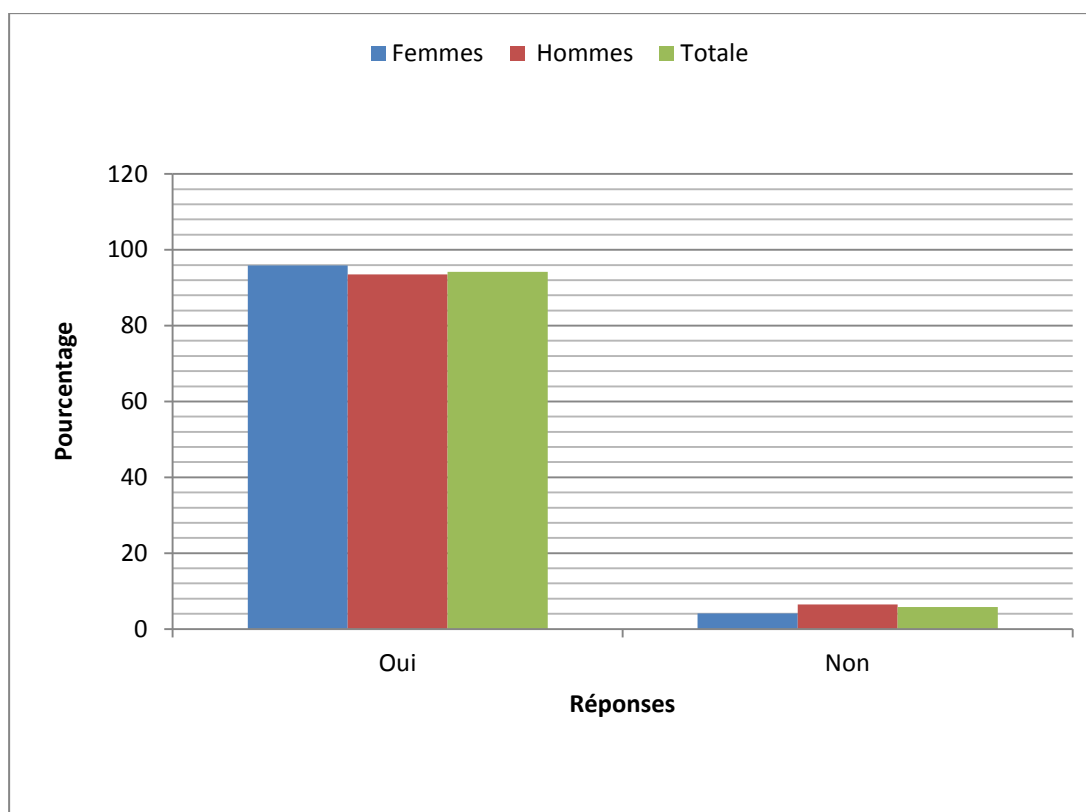
Il s'agit d'évaluer spécifiquement le feed-back de cette émission au près des auditeurs de la radio.

Tableau 12. Vous arrive t-il de prendre une décision après l'écoute d'une émission ?

Sexe Réponses	Femmes		Hommes		Effectif total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Oui	47	95,91	116	93,54	163	94,22
Non	2	4,08	8	6,45	10	5,78

Source : enquête 2011

Il ressort de nos enquêtes que certaines émissions influencent le savoir-vivre, le savoir-faire et le savoir- être des populations enquêtées. Certains parents d'élèves se sont appropriés les droits et devoirs des enfants suite à certaines émissions et les genres de filets appropriés pour la pêche. D'autres ont décidé d'envoyer leurs enfants à l'école sans exception, et de les faire vacciner chaque fois. Seulement 5,78% ont reconnu prendre des décisions après l'écoute d'une émission mais ils n'ont pas pu donner des exemples.



L'objectif ici est de donner l'opportunité à chaque auditeur d'exprimer à son niveau les changements générés par cette émission.

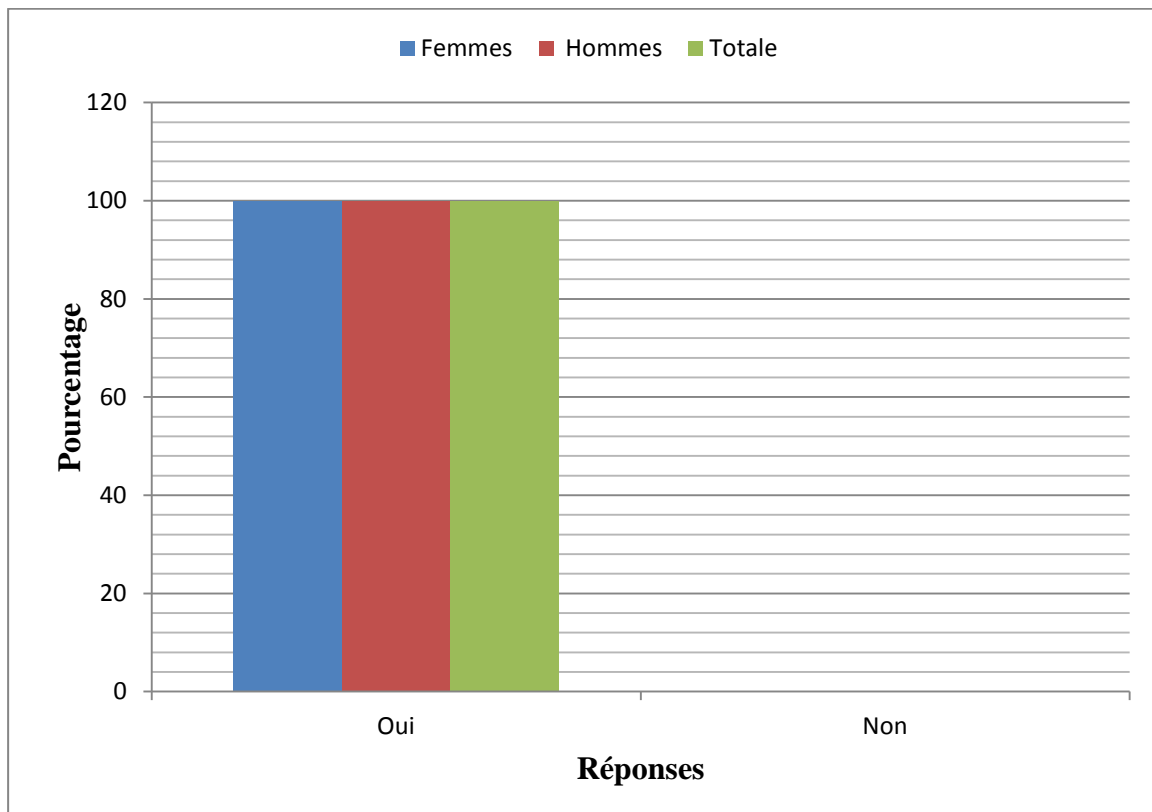
Tableau 13. Depuis sa création, les programmes de la radio FM Ahémé ont-ils apporté quelque chose de nouveau dans votre communauté ?

Sexe Réponses	Femmes		Hommes		Effectif totale	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Oui	47	95,91	116	93,54	163	94,22
Non	2	4,08	8	6,45	10	5,78

Source : enquête

La plupart des enquêtés soit 94,22% ont estimés que la radio FM Ahémé constitue le premier facteur d'identification et d'unification de leur communauté et surtout un instrument de valorisation et de promotion des

langues de la communauté. Par ailleurs, la radio est aussi reconnue comme l'outil précieux de développement socioéconomique de la communauté. Elle contribue à l'effacement des distances et favorise les communiqués et annonces. Par contre, 5,78% des auditeurs ont estimé que les programmes de la radio n'ont rien changés dans la communauté.



Il s'agit ici de relever le rôle de la radio Fm Ahémé dans le développement des communautés villageoises.

3-2 Analyse des données.

L'omniprésence des langues nationales dans les programmes de la radio Fm Ahémé justifie l'adhésion des populations à cette radio. Hormis, quelques émissions produites à l'intention des élèves afin de les outiller en langue française, les émissions dans leur grande majorité sont produites dans les langues locales. Ce choix des langues nationales a établi une relation de confiance entre la radio et son auditoire et suscite l'engouement des

populations analphabètes, qui se sentent concernées par les émissions proposées. Ainsi, la radio Fm Ahémé s'est progressivement imposée dans la localité et fait la fierté des populations autrefois marginalisées dans le domaine de l'information et de la communication. L'initiative des émissions émane des animateurs. Mais certaines sont sollicitées par les mairies, des organisations non gouvernementales (Plan Bénin, Born Fonden, Bon Secours, Unicef, les confessions religieuses) et quelques structures Etatiques telles que : le Programme National de Lutte Contre le Sida (PNLS) et le Programme National de lutte contre le paludisme (PNLP). Les émissions sollicitées par ces différentes organisations s'inscrivent dans la vision de chacune d'elle et visent essentiellement le changement social. Ces émissions abordent des thèmes relatifs à la santé, les droits des enfants, la tolérance, l'amour. Par contre, les émissions conçues et réalisées par les animateurs de la radio abordent tous les aspects de la vie sociale. Nos enquêtes nous ont permis de constater que certaines émissions enregistrent beaucoup d'audience. Au nombre de ces émissions, nous avons:

- **dù mà d'ó sòxòm** Cette énoncée est une maxime d'origine fɔn et veut dire: poudre à canon ne dort pas dans le ventre du canon. De façon littéraire, l'énoncé veut dire : les bassesses ou les exploits ne resteront jamais cachés. Cette émission est une émission d'éducation et de sensibilisation. Elle est conçue et réalisée à partir des faits divers et est animée en saxwegbe par KLAKEO Richard dit KLARICH. Il est l'animateur vedette de la radio. Tous les faits sociaux sont abordés dans cette émission. Elle est présentée pendant une heure d'horloge tous les mercredis de onze heures à douze heures et est rediffusée à la demande des auditeurs les soirs de vingt deux heures trente à vingt trois heures trente. Elle est l'émission qui suscite le plus d'engouement compte tenue de sa spécifié. L'animateur part souvent des informations reçues

et traités pour conscientiser, éduquer et sensibiliser les populations. Il dénonce les mauvais comportements : (le vol, le mensonge, la délinquance la traite des enfants, la corruption, le phénomène de la sorcellerie), encourage les valeurs comme la (tolérance, l'amour, le savoir-être, le savoir-vivre, la solidarité, le patriotisme). Cette émission participe pour beaucoup à l'éducation citoyenne et fait la fierté des plus faibles. Ainsi, les populations victimes d'une injustice ou témoins d'un évènement peu ordinaire n'hésitent pas à se confier à la radio. L'attroupement des auditeurs autour des postes récepteurs à l'heure de cette émission et les nombreuses demandes de rediffusion expliquent l'intérêt des auditeurs. Hormis cette émission, certaines sont présentées dans les autres langues telle que le wacigbe, le ajagbe le xwélagbe, et le gbopagbe le gengbe elles visent le changement de comportement.

- **Tribune jeunes:** cette émission a comme cible les jeunes. Elle est présentée au départ en langue française. Mais à la demande des auditeurs, elle est présentée dans la langue la plus parlée de la localité : le saxwεgbé. L'émission dure une heure et est animée par l'animateur, les jeunes et les personnes âgées. Le but de cette émission est de faire la promotion des valeurs traditionnelles devant une jeunesse emprunt à la modernité.

- **ózan ná nyɔ̀ nàwé,** Que la nuit te soit agréable elle est une émission de distraction. Elle est réalisée en saxwεgbé. Les auditeurs interviennent pour saluer et dédier des morceaux à leur proche. Devant l'absence des infrastructures de divertissement, cette émission permet à la population de se recréer.

- **Gbè d́ó sù:** la vie a des règles. Cette émission est réalisée en gbopagbé et vise le respect et l'instauration des valeurs morales traditionnelles dans la société.

- **nyɔnusi ɖokpogé** **une seule femme/ seule la femme.** Elle est une émission conçue et réalisée par les femmes et pour les femmes afin de les sortir de la précarité. La majorité des femmes enquêtées estiment avoir été sensibilisées sur leur droit et devoir.

- **Agriculture saxwè:** Animée par l'animateur vedette en saxwεgbe cette émission informe les populations sur les techniques agricoles, les méthodes de conservation des produits agricoles.

- **Priorité Culture:** Cette émission est réalisée et présentée en saxwεgbe. Elle fait la promotion de la diversité culturelle de la localité, les valeurs endogènes, (l'habillement, le mariage, la dote, les cérémonies de dédicaces...)

- **Ólò dídó** : Prononcer des proverbes. C'est une émission qui a pour but de perpétuer les valeurs traditionnelles. Elle est réalisée et présentée en gbopagbé. Des personnes ressource énoncent et expliquent les proverbes afin de transmettre le patrimoine à la génération montante.

- **Signification des noms** : c'est une émission à travers laquelle les auditeurs perçoivent le sens et la portée des noms indigènes. Le but de cette émission est d'inciter les parents à préférer les prénoms indigènes à leurs enfants. Au cours de nos enquêtes, nous avons effectivement constaté la préférence de ces prénoms dans certaines familles.

- **Bombon** : elle est une émission de devinette. Elle a pour but d'aiguiser l'intelligence.

- **Au cœur de nos religions** : c'est une émission qui présente, explique les rites religieux, les coutumes ancestrales, et les différentes divinités de la localité. Par ailleurs l'animateur de l'émission invite les différentes confessions religieuses à une cohabitation pacifique. Elle est réalisée et présentée en saxwεgbé.

- **hwèndòxó** parole de famille/ à propos de la famille: Cette émission concerne les foyers, elle vise l'instauration d'une harmonie dans les familles. Elle est réalisée et présentée en saxwεgbé. Certains couples ont salué le mérite de cette émission.

- **Contes Kotafon** : Ici, l'animateur, avec le concours des personnes ressources présente et explique les contes. Cette émission permet aux auditeurs de se cultiver et de porter la culture locale. Cette émission est réalisée et présentée dans toutes les autres langues de la localité.

- **Sógàjǐ**, fait minutieusement ton choix. C'est une émission religieuse qui prône la paix, la joie, l'harmonie, le pardon dans les relations interpersonnelles.

- **Àkò má bú**, la tradition ne se perd. c'est une émission qui plonge les auditeurs dans les réalités endogènes à travers les panégyriques, les louanges. Elle est animée par les sages en saxwεgbé.

- **Xónùgbó tòcétòn** la vérité de mon pays. C'est une émission d'information en langue fon à travers laquelle les auditeurs sont informés de ce qui se passe autour d'eux et loin d'eux.

- **Espace amoureux** : Elle est animée en saxwεgbé. C'est une émission à travers laquelle les jeunes sont sensibilisés sur l'abstinence, les étapes du choix du conjoint, et le mariage.

- **Àcànkpòjí**, sous l'arbre à palabre. C'est une émission qui présente les faits divers mais sans commentaire. Elle est présentée en saxwεgbe.

Toutes ces émissions rapprochent chaque jour la radio FM Ahémé de ces auditeurs qui se sentent concernés et confiants. Nous pouvons sans risque de nous tromper confirmer les théories auxquelles nous nous sommes référés dans le cadre de notre étude. Ainsi, La radio FM Ahémé à travers ces émissions influence pour beaucoup le quotidien des populations dans tous les domaines

de la vie sociale. Elle participe à une prise de conscience individuelle et collective des populations. Elle répond ainsi aux valeurs incarnées par la théorie de DE FLEUR. Aussi, la théorie de la Programmation Neuro-Linguistique qui vise l'excellence en matière de communication s'impose-t-elle dans le cadre de notre étude comme une théorie d'analyse visant à stimuler le changement de comportement ou plutôt l'adoption d'un nouveau comportement favorable à l'épanouissement individuel, un fait qui va déteindre sur le social. Dans le cadre de notre étude, ces théories nous ont permis d'une part d'analyser la radio FM Ahémé comme outil de communication visant un changement de comportement et d'évaluer sommairement l'impact des émissions sur l'audience, d'autre part. Il s'est agi d'analyser au sein des communautés cibles de la radio la place du média local dans le processus de changement de comportement, de relever l'impact visible de ces changements sur la société et de rechercher chez la cible enquêtée l'impact psychologique des différents programmes diffusés sur la radio.

Par ailleurs, l'usage des langues nationales par la radio lui permet non seulement d'améliorer son audience mais aussi et surtout d'impacter positivement sa cible. Aussi, faut-il préciser que les langues nationales favorisent la distraction à travers certaines émissions de divertissement. Mais lorsque les langues nationales ne sont pas maîtrisées par les animateurs, les émissions à caractère éducatif peuvent déboucher sur un simple divertissement. La radio FM Ahémé malgré ses limites a permis la libération de la parole et a favorisé le rapprochement des individus et des communautés. Elle constitue sans doute un facteur incontournable de développement pour la localité.

CHAPITRE IV CRITIQUES ET APPROCHES DE SOLUTIONS

4.1 : Les critiques

La radio FM Ahémé est confrontée à un faisceau de difficultés qui entravent son essor et risquent de lui faire perdre son statut de radio communautaire. Ces difficultés constatées à tous les niveaux, émoussent l'ardeur du personnel pourtant dévoués et étouffent les attentes des populations.

En effet, la radio depuis sa création ne dispose toujours pas d'une clôture, qui est pourtant considérée comme l'une des normes élémentaires en matière de sécurité.

Sur le plan matériel, le constat est affligeant. Le personnel ne dispose d'aucun matériel roulant indispensable pour les enquêtes sur le terrain pour une radio qui se veut toujours proche de sa cible. Le matériel de reportage est quasi inexistant et rend difficile les reportages véritables sources qui alimentent l'outil radiophonique. A cela s'ajoute la défaillance du matériel de diffusion vétuste pour la plupart et la baisse de la capacité de l'émetteur due à un accident depuis plus d'un an. Par ailleurs, les recettes de la radio générées par les communiqués et annonces ne couvrent pas la charge financière ce qui entraîne l'irrégularité des salaires déjà inconsistant pour un personnel trop réduit. Démotivés, les agents ne donnent plus le meilleur d'eux-mêmes et certaines émissions annoncées dans la grille des programmes manquent au rendez-vous. Par ailleurs, le contenu des messages véhiculés par les émissions ne reflète pas souvent les valeurs incarnées par la théorie de la PNL. Les populations pour la plupart des cas sont considérées comme des ignorants qui doivent être constamment éclairés par un seul individu. Ces constats ne favorisent pas la communication au vrai sens du terme. Aussi,

certaines émissions spécifiques qui devraient faire la fierté des populations ne sont pas inscrites dans la grille des programmes faute de personnel qualifié. L'instabilité de l'énergie électrique constitue un sérieux handicap à la radio. Tous ces problèmes énumérés méritent chacun des résolutions adéquates afin de redonner confiance non seulement aux agents de la radio mais aussi et surtout à son auditoire qui se montre de plus en plus exigeant.

4. 2 Les approches de solutions

▪ Sur le plan organisationnel

Offrir un service de qualité exige de l'administration de la radio FM Ahémé certaines normes et contraintes. Ainsi, Il est important de dresser au plus tôt une ébauche brève et concise du cahier des charges afin de fixer les objectifs et la direction à suivre pour atteindre ses objectifs. En effet, le cahier des charges est un instrument incontournable dans la vie d'une radio. Il permet de mesurer son succès, c'est la base sur laquelle tout le reste est construit; c'est l'étoile qui guide le personnel et toute la programmation doit y tirer son essence. Il peut être modifié mais toute modification doit être le résultat d'une consultation communautaire. Lorsque les objectifs sont clairement définis, les moyens tant humains, matériels que financiers doivent être mobilisés par la communauté afin de faire de la radio le véritable vecteur de développement. Le conseil d'administration, la direction et les différents services de la radio se verront ainsi dotés de moyens adéquats pour offrir une prestation de qualité aux populations.

▪ Sur le plan matériel

Une émission qui répond au goût des populations, exige non seulement la pertinence du contenu : les thèmes abordés et le degré intellectuel de l'animateur, mais aussi, la qualité du matériel de diffusion: l'équipement, et la

disponibilité constante de l'énergie électrique. Il est important de renouveler progressivement l'ensemble du matériel de diffusion désuet pour la plupart et de mettre à la disposition des animateurs et journalistes le matériel de reportage adéquat afin d'offrir une bonne réception, une qualité d'écoute irréprochable aux auditeurs. Par ailleurs, la radio doit être dotée d'un second émetteur pour servir de relais en cas de panne. Le personnel a plus que jamais besoins des moyens roulants afin d'ouvrir la radio aux villages les plus reculés. Il est tout aussi urgent de doter la radio d'une clôture afin d'offrir un climat de sécurité au personnel.

▪ **Sur le plan financier**

Les recettes de la radio étant limitées, il est souhaitable que les populations participent à la vie de la radio à travers les dons et souscriptions volontaires tout en ayant un droit de regard dans la gestion financière. Les pouvoirs locaux et les organisations de la société civile doivent aussi jouer leur partition pour mettre le personnel dans des conditions requises mais sans injonction aucune. L'Etat à travers la HAAC doit assister la radio par les subventions plus consistantes. Enfin, le déficit budgétaire peut être comblé par la création d'un centre multimédia communautaire, qui à coup sûr va générer des devises supplémentaires.

▪ **Au niveau de la grille des programmes et de la conception des émissions**

Une Radio communautaire est un vecteur de développement et sa programmation se doit d'illustrer cette utilité sociale.

En effet, l'action de développement d'une radio communautaire se concrétise par l'émulation qu'elle crée dans son environnement. Elle devrait

l'être également par son intercession en tant qu'acteur et interlocuteur à part entière dans les débats, voire les processus décisionnaires de la communauté.

La grille des programmes doit refléter les objectifs de la radio. Toutes les émissions annoncées dans la grille doivent être produites et diffusées avec beaucoup plus de professionnalisme. L'absence de certaines émissions dans la grille des programmes compromet la mission de développement de la radio. Ainsi, les émissions doivent embrasser tous les domaines de la vie sociopolitique et économique. Un accent particulier doit être mis sur les notions telle que: la démocratie: le civisme, la gestion administrative des collectivités locales, la participation citoyenne, la reddition de comptes, les phénomènes sociaux: l'exode rurale, le trafic et la traite des enfants, la sorcellerie, l'alphabétisation, la scolarisation des enfants; la santé: l'hygiène corporelle et alimentaire, les maladies infantiles, les maladies transmissibles, les activités économiques: la pêche: les différentes pratiques halieutiques, l'agriculture et l'élevage: les différentes saisons, les types de sols, les semences et les engrais adaptés, les méthodes de conservation, la production animale, les différentes opportunités. Chaque émission doit impérativement être conçue avec des buts clairement définis. Le contenu, la conception et le type d'émission doivent être adaptés aux objectifs. Cela facilitera grandement par la suite l'énoncé des termes de référence pour l'évaluation ultérieure des programmes.

Pour aboutir à toutes ces nobles missions, la radio doit compter sur des ressources humaines de qualité, spécialisées dans les domaines ci-dessus et ayant une connaissance approfondie et une maîtrise parfaite des langues de la communauté. Par ailleurs, La radio communautaire s'inscrit indubitablement dans un processus social qui nécessite l'association des membres de la communauté à l'élaboration, à la production et à la diffusion de programmes; elle leur permet ainsi de devenir les acteurs réels de leurs destinées. L'accent

sera mis sur les efforts déployés par les membres de la communauté eux-mêmes, en faveur du développement, de la démocratie et de l'utilisation des médias, en l'occurrence la radio, pour y parvenir. Il s'agit d'une communication participative dans le plein sens du terme (et non de programmes réalisés à leur intention par des tiers). Plutôt qu'une technologie ou un simple moyen, c'est surtout un processus auquel les gens participent, et qui tient compte des messages des auditeurs. Les émissions ainsi conçues et produites dans les langues nationales doivent être éditées dans une plaquette et vulgarisées afin de satisfaire la demande croissante de rediffusion des populations qui jusque-là ne connaît pas de suite favorable. Vue la noblesse de la mission assumée par la radio FM Ahémé, il est important que l'Etat dote cette radio de moyen technique adéquat afin de sortir d'avantage les populations de l'isolement.

La théorie de la PNL a été pour nous un atout formidable dans les approches de solutions. Car cette théorie permet non seulement de décrire et d'agir sur la subjectivité mais aussi vise l'excellence en matière de communication. Le sens de la communication est donné selon cette théorie par la réponse qu'on en obtient. Il est important de voir comment le message diffusé dans les émissions est compris, et le cas échéant comment le changer pour viser d'avantage d'efficacité d'où l'implication des populations dans la conception et dans la diffusion des émissions s'avère indispensable. Cet idéal ne peut aboutir sans une organisation irréprochable de la radio et une méthode de travail conséquente.

Conclusion

A l'heure de la décentralisation, où toutes les communautés œuvrent pour parvenir à un mieux être, la radio, communautaire, constitue le moyen incontournable pour accompagner cette volonté de changement. Née dans une cohésion communautaire autour des objectifs communs, la radio FM Ahémé mérite encore et pour toujours une attention soutenue, un apport consistant et une implication permanente de la communauté dont elle est issue. Aucune autre communauté, encore moins un partenaire national ou international ne peut valoriser l'outil de communication d'une communauté sans une prise de conscience conséquente et une contribution active de cette dernière. La radio FM Ahémé, en dépit des nombreux problèmes qu'elle rencontre a réduit incontestablement le déséquilibre lié au droit à l'information des populations rurales des communes de Bopa, Comé, Houéyogbe, et Kpomassè. L'usage des langues nationales par cette radio contribue pour beaucoup au changement de comportement des populations et participe à la vitalité de la société. Cependant, la radio FM Ahémé doit maintenant non seulement offrir plus de diversité dans les émissions présentées mais aussi et surtout amorcer véritablement sa seconde mission de formations d'éducation, de protection et de promotion des valeurs endogènes qui lui est dévolue. Les autorités locales et les organisations de la société civile doivent prendre une part active dans ce processus afin de sortir définitivement les populations de l'ignorance et de leur apathie traditionnelle.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

ABRIC J.C. 1996, *Psychologie de la communication : méthodes et théories*. Paris : Armand Colin/ Masson.

ADJOVI, E. V., 2003, *Les instances de régulation des médias en Afrique, le cas du B Francis BALLE, Média et sociétés*, Paris, Montchrestien, 1994 7^{éd.} éd. Karthala.

AGBE-CAKPO, S., 1983, «*Langues étrangères et sous-développement* », Acts of the 6th Annual Conference of the Modern Languages Association of Nigeria (prés. par K. Echenim), Benin City.

AGBOTON, A.M.G., 1997, *Culture des peuples du Bénin*. Paris : présence africaine Edition.

AMOUZOUVI, C. M. 2011, *Cours de Socio-Anthropologie de la Communication et des Médias*, Edition PIE Année académique.

BEAUFORT, D., Georges G., 1998 «*Communication participative pour le développement*», dans *Echos du COTA*, n°80.

BOULC'H, S., 2003 « *La communication dans les projets de développement. Rapport d'enquête sur les pratiques et besoins communicationnels et informationnels des ONG dans les projets au Sud* », COTA, Bruxelles.

BRADDOCK, R., 1958 An Extension of the Lasswell formula in *Journal of communication*, N. Y. n°8 Bruxelles.

CALVET, J. L., 1974, *Linguistique et colonisation*, Payot, Paris,

CISSE, B., 1990, *L'information locale dans les médias au Sénégal*. Thèse de doctorat nouveau régime, Bordeaux.

De FLEUR, M.L. et O.N. LARSEN, 1987, *The flow of Information: An experiment in Mass communication*, New Brunswick – Oxford, Transactions Books.

De MAESENEER, P., 1992, *A vous l'antenne, précis de journalisme radio*, Manilles, Nouveaux Horizons.

De SILVA D., 1999, « *La communication durable* », dans *Le troisième œil*, n°1, Utopie des réseaux, APRAD, Bruxelles.

Dictionnaire Larousse, 1998, *le Grand Format*.

DIOUF, D., 2002, « Koumpentoum, la radio des oubliés des ondes ». In Wal fadjri, n° 3043.

FAO, Rome, 1996, *Communication participative pour le développement*.

Propositions pour un projet de recherche et de valorisation d'expériences dans le domaine de la communication pour un développement participatif en Afrique, Amérique latine et Asie.

FAO, Rome, 1998, *Communication pour le développement rural*. Instructions et directives à l'intention des planificateurs du développement et des élaborateurs de projets, (www.fao.org/docrep/t7974f00.htm).

GBAGUIDI, J. A., 2008, *Médias Audiovisuels et Construction Démocratique au Bénin : de la nécessité de deux niveaux de lecture*, Edition Culturems.

GBAGUIDI, K. J., 2011, *Programmation Neuro-Linguistique pour réussir sa vie: Élément de Communication Efficace*. Edition WEZIZA.

KO, S., E., 1979, « *Les langues africaines pour la défense et l'illustration du patrimoine culturel* », Communication, 1. Acte du Séminaire National de Formation Linguistique, Commission Nationale de Linguistique, Lokossa.

L'institut Panos et l'union des journalistes de l'Afrique de l'ouest, 1983, *Le pluralisme Radiophonique en Afrique de l'ouest*, Tome1, éd. L'harmattan, Paris.

LASSWELL, H. D., 1948, *The structure and function of communication in society*, in Liman BRYSON, *The communication of ideas*, New York, Edition Harper and Row.

Lexique de Sociologie, 2007, Edition DALLOZ.

Martinet, A., 1970, *Elément de Linguistique Générale*.

NEKPO C., 1997, *Culture et éducation*, tome 1. Porto- Novo CNPMS.

NETTLE, D. & S. Romaine., 2003, *Ces langues, ces voix qui s'effacent: Menace sur les Langues du monde*. Paris: Edition Autrement Frontière.

NIAMEY, M., 1983, « *La langue officielle en Afrique francophone : La conséquence idéologique* » Acts of the 6th Annual Conference of the Modern Languages Association of Nigeria (prés. par K. Echenim), Benin City.

Observatoire de la déontologie et de l'Ethnie dans les média (ODEM) 2001, *Etude sur l'état des média au Bénin*, Imprimerie COPEF, Cotonou.

REEDER, Je D., 2009, *Les langues maternelles, un facteur clé du développement des communautés à la base*.

SAUSSURE, F., 1979, *Cours de Linguistique Générale*, édition critique préparée par Tullio Mauro, Payot, Paris.

SIL INTERNATIONAL, 2008, *Les langues : un facteur clé de développement*
Dallas : www.sil.org/sil/global:mdg.htm.

TCHITCHI, T. Y., 2008, *Terminologie et vulgarisation scientifique précédé de Pratique Economique et Aliénation Culturelle*. CAAREC Edition.

TUDESQ, A., 1983, *La Radio en Afrique Noire*, éditions Pédone, Paris.

UNESCO, 1981, *L'affirmation de l'identité culturelle et la formation de la conscience nationale dans l'Afrique contemporaine*, Paris : PUF.

Willis, K. 2005, *Theories and practices of development*. London and New York: ROUTLEDGE. de L., P. 2005, *Changement politique et social. Elément pour la Pensée et l'Action*, Dakar : Editions Enda Graf Sahel.

Articles

BADA, M. D., 1996, « *Pour une promotion des langues africaines* » communication présentée lors de la sortie pédagogique du CERAL à l'université du Bénin au Togo.

BALICCO , C., 1997, *Les méthodes d'évaluation en ressources humaines. La fin des marchands de certitude*. Les Éditions d'organisation.

BANDLER, R. et Grinder, J. 1997, *Patterns of Hypnotic Techniques of Milton H. Erickson*, t. 1, Meta Publication.

BANDLER, R. et Grinder J., 1975, *The Structure of Magic*, t. 1, Palo Alto, Science et Behavior Books.

BANDLER, R. et Grinder, J., 1976, *The Structure of Magic*, t. 2, Palo Alto, Science et Behavior Books.

BANDLER, R., DeLozier J. et Grinder, J., 1980, *Patterns of Hypnotic Techniques of Milton H. Erickson*, t. 2, Metamorphous Press,U.

BANDLER, R., Grinder, J. et Satir, V., 1976, *Changing with Families : a book about further education for being human*, Palo Alto, Science and Behavior Books.

BEL, A., 1989, « *La presse en langues nationales, Organisation-fonctionnement et stratégie* », -INFOSEC,

BRUYER, R., 1984, *La parapsychologie*. Editions Luc Pire.

DILTS, D., 2008, « *Une brève histoire des niveaux logiques* », in « Annexe ».

ESSER, M., 2011, « *Comparaison entre PNL et thérapies brèves* ».

GUEDOU, G., 1970, « *Défense de nos sources* », Porto-novo.

KUNCZIK, M., 1993, *Développement et Communication : " De l'importance de la Communication dans le processus de développement.* Friedrich Ebert Stiftung (FES), Bonn.

MADJIRI J. D. R, 1980, « *libérer et vulgariser la parole paysanne* » in revue CESAO.

MAMADOU, O., 2008, *La situation de la radio communautaire au Bénin.* M., D., 2005, Picard. L'école de Palo Alto. Retz.

WWW.Google.fr

Mémoire de maîtrise

ADJANAHOON, M. R., 1991, *Problématique de l'adaptation de langues nationales à savoir moderne*, Abomey-Calavi.

AYEDON, A. B., 1985, *la fonction éducative en sociologie-Anthropologie*, UNB.

DAVAKAN, C., H. 1993, *La diffusion de l'information dans les pays d'Afrique noire : l'audience de la presse nationale au Bénin*, Mémoire de maîtrise en sociologie-anthropologie, UNB.

GBOKEDE, K. B., 1999, *Radiodiffusion nationale et communication en milieu rural au Bénin*, Abomey-Calavi, UNB- FLASH-DSLC.

MATHA, J., 1980, *Contribution à l'étude sur la radio comme institution de développement du monde rurale*, CIERRO Ouagadougou.

ANNEXES

Questionnaire d'enquête

Prière coché d'une croix la/les réponses choisie (s)

Age :

1-Profession

2-Quelle est votre langue maternelle ?

.....

3-Quelle set votre principale source d'information ?

Télévision Radio Journaux Internet

4-Quelle est votre radio préférée ?

Mono FM FM Ahémé Radio Lokossa ORTB

5-Connaissez-vous la radio FM Ahémé ? Oui non

6-Aimez-vous les programmes de cette radio ?

Beaucoup peu pas trop pas du tout

7-Quelle(s) est/sont vos/votre émission préférée(s) sur cette chaine et pourquoi ?

Emission d'information

Emission interactive

Emission d'éducation

Emission culturelle

8-Comment votre langue est-elle prise en compte dans les programmes de la radio FM Ahémé ?

Bien très peu pas du tout

9-Que ressentez-vous lorsque des émissions sont présentées dans votre langue sur la radio FM Ahémé ?

Fierté considération un simple plaisir

10-L'usage de votre langue maternelle dans une émission vous amène t-il à donner plus d'importance à cette/ces émission(s)

Oui non

11-Diffuse-t on des émissions dans une ou des langue(s) nationale(s) autre que la votre mais que vous maîtrisez sur FM Ahémé ?

Oui non

12-Si oui quelle(s)est/sont ces/cette langue(s)

Cette/ces émission(s) /sont/est-elle(s) toujours bien présentée(s) ?

Oui non

13-Si non que reprochez-vous à cette/ces émission(s) ?

.....
.....
.....
.....

14-La programmation horaire de cette/ces émission(s) vous arrange t-elle ?

Oui non

15-Si non pourquoi ?

.....
.....
.....

16-Les thématiques abordées vous intéressent-elles toujours ?

Oui non

17-Appréciez-vous l'animateur ou le présentateur de cette/ ces émission(s)?

Oui non

18-Si oui est-il votre animateur ou présentateur préféré ?

Oui non

19-Cette/ces émission(s) vous apporte(nt)-elle(s) quelque chose dans votre quotidien ?

Oui non

20-Vous arrive t-il de prendre une/des décision(s) après l'écoute d'une émission ?

Oui non

21-Si oui donnez quelques exemples

.....
.....
.....
.....

22-Avez-vous des propositions pour l'amélioration la présentation des émissions de cette radio ?

Oui non

23-Si oui les quelles ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Questionnaire d'enquête pour l'administration et le personnel de la radio FM Ahémé

Ce questionnaire est élaboré dans le cadre de la rédaction d'un mémoire de fin d'étude au Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSL) à la FLASH, Université d'Abomey Calavi. Nous vous prions de bien vouloir répondre à ces différentes questions. Merci.

I. Historique

1. Origine de la radio FM Ahémé

.....
.....

2. Les objectifs.....

.....
.....

3. Source de financement à la création.....

.....
.....

4. Date et heure de la première émission.....

5. Nombre d'agent à la création

6. Les différentes évolutions intervenues dans la vie de la radio

.....
.....

II. La structure de la radio

6.1 Décliner l'organisation administrative de la radio.....

.....
.....
.....

6.2 Quels sont les différents services qui interviennent dans le fonctionnement de la radio

.....
.....

6.3 Les différentes communautés linguistiques sont-elles impliquées dans la structure de la radio ?

Oui

non

6.4 Si oui comment ?

.....
.....
.....

6.5 Le nombre du personnel

6.6 Quels sont les types d'agents qui interviennent dans la radio ?

Bénévole stagiaire salarié

III. La qualification du personnel

7. Quel est le mode de recrutement du personnel de la radio ?

7.1 Quels sont les critères de qualification du personnel

Leader local leader religieux sage autre à préciser

.....

IV. Fonctionnement

8. Quelle est la capacité de couverture de l'émetteur ?.....

.....

8.1 Quelle est la masse horaire journalière allouée au fonctionnement de la radio ?.....

.....

8.2 Quelles sont les obligations à venir contenir dans le cahier de charge ?

Augmentation de la masse horaire journalière (possibilité d'émettre 24H/24)

Possibilité d'amélioration et d'augmentation de la couverture d'émetteur

8.3 Combien d'animateurs en langues nationales dispose la radio ?

8.4 Combien de techniciens dispose la radio ?

8.5 Combien de journalistes en langue française dispose la radio ?

8.6 Combien de studio dispose la radio ?

8.7 Evaluation du matériel du travail

.....

.....

8.8 Combien de langues nationales utilisez-vous à la radio ?

8.9 Quels sont les critères de choix de ces langues ?

Proximité nombre de locuteur autre à préciser

.....

8.10 Quelle est la masse horaire allouée à chaque langue ?

8.11 Quels sont les types d'émissions réalisées dans ces langues ?.....

.....

.....

8.12 Les supports de ces émissions sont-ils rédigés dans la langue de l'émission ?

Oui non

8.13 Quelles sont les sources d'information pour animer ces différentes émissions ?

.....
.....

8.14 Les animateurs de ces émissions en langues nationales ont-ils été formés

Dans une école spécialisée avant le recrutement ?

Bourse de formation offerte par la radio ?

Formation sur le tas ?

8.15 Les animateurs sont-ils régulièrement motivés ?

Oui non

8.16 Si oui quelles sont les sources de motivation ?

Financière simple félicitation de l'administration autre à préciser

.....

V. Source de financement

9. Recevez-vous un financement d'un partenaire ?

Partenaire national partenaire international

9.1 Les différentes communautés linguistiques participent-elles à la vie de la radio ?

Oui non

9.2 Si oui comment ?

9.3 Cotisation des auditeurs dons autre à préciser

.....

9.4 Recevez-vous une subvention de la part de l'Etat ?

Oui non

9.5 La radio vit-elle de ses propres ressources ?

Publicité, communiqué annonce de décès public reportage

VI. FEED BACK

10. Recevez-vous des réactions de la part des auditeurs après les émissions ?

Oui non

10.1 Si oui quel genre de réaction recevez-vous ?

Nature des émissions	Type de réaction				
	Désapprobation	Proposition d'amélioration	Félicitation	Demande de rediffusion	Autre à préciser

10.2 Par quel canal ces réactions vous parviennent-elles ?

Nature des émissions	Canal de transmission des réactions				
	Courier	Téléphone	L'auditeur se déplace vers la radio	Quand vous descendez sur le terrain	Autre à préciser

10.3 Quelle sont les émissions pour lesquelles vous recevez le plus de réactions ?

.....

.....

.....

VII. Difficultés et suggestions

11. Quelles sont les difficultés que vous rencontrez dans l'animation de vos émissions et quelles sont vos suggestions ? (horaire de l'émission non idéale, durée accordée à l'émission non suffisante, difficulté d'accès aux sources, manque d'intérêt du public ...

Nature des émissions	Difficultés	Suggestion

Table des matières

Tires

Sommaire	i
Dédicace	i
Remerciements	iii
<i>Introduction</i>	<i>1</i>
➤ Problématique et justification de l'étude.....	6
➤ Objectifs.....	6
➤ Hypothèses.....	7
CHAPITRE I GENERALITES.....	8
1.1 Clarification conceptuelle.....	8
1.1.1 Langue nationale.....	8
1.1.2 Radio communautaire.....	11
1.1.3 Changement social.....	14
1.1.4 Divertissement.....	15
1.3 Présentation de la radio FM Ahémé.....	16
1.2.1 La création de la radio FM Ahémé.....	17
1.2.2 Les facteurs favorables.....	17
1.2.3 Naissance de la radio FM Ahémé	21
1.2.4 Les objectifs de la radio FM Ahémé.....	22
1.2.5 Etude de la grille des programmes de la radio FM Ahémé.....	24
1.2.6 Typologie des émissions.....	25

Chapitre II : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE.....	28
2.1 Cadre théorique.....	28
2.1.1 L'approche psycho dynamique des effets des médias.....	28
2.1. 2 L'approche de la Programmation Neuro- Linguistique.....	30
2.2 Démarche méthodologique.....	35
2.2.1 La documentation.....	36
2.2.2 Les enquêtes.....	36
CHAPITRE III: COLLECTE ET ANALYSE DES DONNEES.....	38
3.1 Présentation et analyse des données.....	38
3.1.1 Présentation des données.....	38
3-2 Analyse des données.	59
CHAPITRE IV CRITIQUES ET APPROCHES DE SOLUTIONS.....	65
4.1 : Les critiques.....	65
4. 2 Les approches de solutions.....	66
Conclusion.....	70
BIBLIOGRAPHIE.....	71
ANNEXES.....	76