

# IMPACTS POSITIFS DU PLURILINGUISME DANS LES RADIOS COMMUNAUTAIRES À YAMOUSSOUKRO ET À ADZOPÉ

**Ange Marie-Sébastien Apo SEKA**

Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan/ Cocody  
sekamariesebastienne@gmail.com

**José-Gisèle GUEHI**

Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan / Cocody  
josecristal87@gmail.com

## Résumé

*Cet article vise à mettre en exergue les impacts positifs du plurilinguisme dans les émissions radiophoniques dans les radios communautaires, à Yamoussoukro et Adzopé. En effet, la radio communautaire permet aux "sans voix" de s'exprimer, de servir de porte-parole aux opprimés, d'offrir un outil de développement (Fatima, 1998 :383). Nous avons constaté que dans ces radios les animateurs faisaient usage de langues telles que les variétés de français et les langues locales pour passer les informations et cela à cause des auditeurs pour la plupart analphabètes, pour se faire leur porte-voix. L'emploi de ces langues influence positivement la vie de ces auditeurs et facilite l'accès à l'information. Le contact permanent (radio/population) par le biais des variétés de français et des langues locales pose le problème de l'impact positif de l'utilisation de ces langues dans la vie des populations. L'objectif que nous visons dans cette étude est de montrer le rôle des langues locales et variétés de français dans les radios communautaires. Spécifiquement, montrer les retombées positives de l'usage des variétés de français et des langues locales dans les stations radios. Pour mieux conduire cette étude, nous adopterons deux méthodes la recherche documentaire, la recherche de terrain et des techniques de recueil de données que sont le questionnaire, l'entretien semi-directif et l'observation. Au terme de cette étude, l'on retiendra que les variétés de français et les langues locales représentent de véritables avantages pour les radios communautaires, dans la mesure où les informations sont rapides et alternatives.*

**Mots-clés :** *Impacts, plurilinguisme, variétés de français, langues nationales, radios communautaires.*

## Abstract

*The aims of this article is to highlight the impact of multilingualism on the listeners of radio programs in the Yamoussoukro and Adzopé regions. Then, during our research as part of our thesis, we noticed that some radio presenters especially those of community radios, use varieties of french and local languages to transmit information. This is because the listeners are mostly illiterate. The use of these languages, has a positive impact on the live of these listeners and also facilitates access to information. Therefore the problem arises of the positive impact of the use of several languages the animation of radio broadcasts. The objective we are aiming at in this study is to show the importance of multilingualism in community radio specifically, to show the positive impact of the use of varieties of french in radio stations, and the*

*impact of using local languages within these radio stations. To conduct this study properly, we will adapt several data collection techniques which are : documentary research, questionnaire, semi-directive interview and observation. At the end of this study, we conclude that multilingualism is an advantage for community radio station as it promotes easy access to information.*

**Key words :** *effects, plurilinguism, varieties of french, national languages, community radios.*

## **Introduction**

Historiquement, la radio communautaire est un canal qui donne l'occasion aux « sans voix » et aux opprimés de s'exprimer. Elle est un outil de développement, a un programme de communication indépendant, collectif et gérée par une communauté donnée. Etant un média de proximité et participatif, ayant la charge de diffuser les informations citoyennes, elle milite pour que la population ait accès à l'information quel que soit le niveau d'instruction. Pour cela, elle use très souvent de stratégies telles que l'utilisation de plusieurs langues (français, variétés de français, langues locales etc.).

En Côte d'Ivoire, les animateurs dans les radios communautaires font usage des variétés de français (FPI, FI, nouchi...) ou des langues locales pour faire passer leur message. Ces radios communautaires ivoiriennes visent la participation de tous les auditeurs et à la construction de l'information ; sans exiger un bon niveau de langue des auditeurs.

Vue que, les médias communautaires privilégient le bien-être social des populations, contribuent à la création d'un cadre local d'échange, à la bonne gouvernance locale et ayant pour objectif le développement local et fait fi de la langue utilisée, cela nous amène à nous interroger de la manière suivante : quels sont les impacts positifs de l'utilisation des variétés de langues (variétés du français, des langues locales) sur la vie des communautés et des auditeurs des radios communautaires. Cette recherche vise principalement à mettre en relief les impacts positifs de ces variétés et des langues locales sur les auditeurs et sur l'ensemble de la communauté dans son fonctionnement.

### **1. Cadre théorique et méthodologie**

Ce point nous permet de situer le cadre théorique dans lequel s'inscrit cette étude et la démarche méthodologique qui soutient la recherche de terrain.

## ***1.1. Cadre théorique***

Cette étude s'inscrit dans le cadre de la sociolinguistique variationniste et plus précisément dans la variation diaphasique et le cadre des théories des médias. Notons dans un premier temps que la sociolinguistique est un champ disciplinaire qui a émergé dans les années soixante, au XX<sup>e</sup> siècle précisément, vise l'étude de l'activité de langage au sein des sociétés, elle étudie la diversité et les variations dans une langue (Boyer, 2017). Intéressons-nous à la sociolinguistique variationniste (la variation diaphasique) qui rend compte de la structure des variations présentent dans une même communauté linguistique (Labov) cité par Bigot et Papen (2022). De manière particulière, elle est liée à la situation, au style, au registre de langue et aux différents types de discours que produit le locuteur, liée au canal oral/ écrit. La théorie des médias étudie l'origine, le mode opératoire. Elle rassemble des approches méthodologiques différentes. Par ailleurs, l'étude des médias est faite par la sociologie des médias. C'est une « science humaine » qui analyse de façon rigoureuse l'origine des faits, les liens d'interaction entre les individus et les groupes. Mais, nous allons nous intéresser à la première vague qui est la théorie des systèmes sociaux. Cette première vague définit le système social en tant que produit des interactions sociales. Elle a débuté en 1930 autour des travaux de Talcott et Niklas dans les années 1960. L'élément de base de cette théorie est la communication. Cette approche permet aux humains d'organiser leur vie en fonction de leur environnement. Elle montre que l'interaction entre les acteurs est produite selon l'environnement dans lequel ils se trouvent.

Pour revenir à notre sujet, le rapport établi entre langues et médias, vient pour mettre en exergue le changement de registre de langue dans les médias. Ce qu'il faut retenir ici, c'est qu'on ne parle pas de la même manière, notre langage varie selon les situations, les endroits, les interlocuteurs.

## ***1.2. Cadre méthodologique***

Ce point est consacré à l'approche méthodologique adoptée dans le cadre de cette étude.

### ***1.2.1. Sites de l'enquête***

Pour conduire cette recherche, nous nous sommes rendues dans

deux villes de la Côte d'Ivoire. Ces villes sont : la ville d'Adzopé et la ville de Yamoussoukro. Dans chaque ville parcourue, nous avons visité deux radios. Le choix s'est porté, d'abord, sur la ville de Yamoussoukro parce qu'elle occupe une place importante dans le développement socio-économique du pays. Ensuite, sur la ville d'Adzopé, parce que sa population est attachée à sa langue et sa culture.

### ***1.2.2. Profil des enquêtés***

Dans ce point, nous avons deux groupes d'enquêtés. Il s'agit des animateurs des radios et des auditeurs.

### ***1.2.3. Profil des animateurs***

Ils ont un âge compris entre 18 et 70 ans et un niveau d'étude qui part de la seconde au Master. Quant au nombre d'années d'expérience dans l'animation, il est compris entre une semaine et vingt-cinq ans (25).

### ***1.2.4. Profil des auditeurs***

Les auditeurs ont un âge compris entre 20 et 50 ans. Ils ont un niveau d'étude équivalent au cycle primaire. Ils sont au nombre de 24.

## ***1.3. Techniques d'enquête***

Pour les techniques d'enquête, nous avons utilisé plusieurs procédés de collecte de données. Il s'agit de : la recherche documentaire, l'entretien semi-directif, le questionnaire et les observations directes.

### ***1.3.1. Recherche documentaire***

La recherche documentaire a permis de prendre connaissance des études qui ont été faites et qui sont en rapport avec le sujet traité. Elle permet d'avoir une idée générale de l'état des recherches sur le sujet, d'orienter nos recherches et de choisir nos techniques de collecte de données. Pour la recherche documentaire, nous avons visité la bibliothèque de l'ISTC, de l'institut français et aussi des sites internet.

### ***1.3.2. Grille d'entretien***

La grille d'entretien comprend 17 questions. Nous signifions que cela concerne seulement les auditeurs. Six (06) questions étaient en rapport avec la vie privée de l'enquêté et onze (11) questions qui ont permis de recueillir l'avis des auditeurs sur les langues utilisées dans les

radios. En ce qui concerne les animateurs, nous avons posé des questions en lien avec l'objectif visé en utilisant ces variétés et langues locales lors de l'animation.

### ***1.3.3. Observation directe***

Ici, l'observation a porté sur les pratiques discursives des animateurs dans les studios de radio. Nous avons enregistré les émissions et aussi collecté quelques émissions déjà enregistrées.

### ***1.3.4. Questionnaire***

Le questionnaire qui nous a permis d'obtenir nos données est composé de 13 questions. Nous avons 7 questions portant sur la vie privée de l'animateur et 6 questions portant sur son métier.

### ***1.3.5. Echantillon***

Nous avons interrogé trente et un (31) animateurs et vingt-quatre (24) auditeurs. Concernant les animateurs, ils proviennent respectivement des différentes stations de radios visitées (la radio communale la voix des lacs et la radio Fréquence vie de Yamoussoukro, la radio Kanien FM et la radio Tchoyasso d'Adzopé). Respectivement, Neuf (09) à la voix des lacs, onze (11) de la radio Fréquence vie ; sept (07) à Kanien FM et quatre (04) à la radio Tchoyasso. Les auditeurs interrogés viennent des deux villes parcourues, soit neuf (09) à Yamoussoukro et quinze (15) à Adzopé.

## ***1.4. Outils de collecte***

Nous avons utilisé un dictaphone pour mener les entretiens semi-directifs. Aussi, un casque écouteur pour les émissions déjà enregistrées, que nous avons transcrit manuellement à l'aide de stylo et de bloc-notes.

## ***1.5. Méthodes d'analyse***

La méthode d'analyse utilisée dans cette étude est la méthode mixte, c'est-à-dire la méthode quantitative qui consiste à une analyse descriptive des données et la méthode qualitative qui permet d'observer les données afin de pouvoir les analyser.

## ***1.6. Méthode de traitement des données***

Elle consistera à faire un tri et à regrouper les données recueillies

dans les différentes radios auprès des enquêtés.

## **2. Résultats de la recherche**

Dans ce point, il s'agira pour nous d'analyser les données issues des émissions des radios, notamment les radios des lacs et fréquence vie de Yamoussoukro ; les radios Kanien FM et Tchoyasso d'Adzopé. Trois émissions sont concernées par radio et quatre radios communautaires ont été visitées.

La présentation des données se fera comme suit : l'animateur sera représenté par "A" et "O" pour auditeur, suivi d'une numérotation (1, 2, ...) qui marque l'ordre d'intervention des enquêtés.

### ***2.1. Les impacts positifs du plurilinguisme dans les radios communautaires***

Comme précédemment souligné, les animateurs des émissions, font usage de plusieurs langues, en particulier les variétés de français et les langues locales dans leurs animations.

#### ***2.1.1. Les impacts positifs de l'utilisation des variétés de français dans les émissions des radios communautaires***

Les variétés de français sont les différentes formes de français qui sont issues du français standard, du fait de son appropriation par la population ivoirienne. Nous avons le parler des jeunes appelé le nouchi, le parler des analphabètes et des déscolarisés appelé le français populaire ivoirien (FPI) et le parler des élites ivoiriennes appelé le français ivoirien (FI). Selon Lagerkvist (2001 p.119), cité par K. Växjö (2014, p.10), ces personnes sont celles qui ont une formation universitaire et qui occupent des positions élevées dans l'administration. À leur propos, on parle souvent des "élites indigènes". Cette rubrique a pour but de montrer les retombées positives des variétés du français sur les auditeurs et sur l'ensemble de la communauté.

##### ***2.1.1.1. Les variétés de français permettent de mieux véhiculer le message médiatique***

La question suivante : « Selon vous quelles sont les langues qui vous permettent de mieux comprendre les messages au niveau des radios ? ». Certains auditeurs nous ont confié que, l'utilisation d'un français moins soutenu

leur permettait de comprendre le message au niveau des radios. À l'unanimité, les auditeurs enquêtés ont opté pour les variétés de français, particulièrement pour le « *français ivoirien* ». Rappelons que la plupart des auditeurs enquêtés, ont un niveau d'étude primaire, par conséquent le niveau de langue ne peut s'apparenter à un registre soutenu. Donc, lorsque les informations au niveau de la radio sont données dans un français soutenu, ils n'arrivent pas véritablement à percevoir l'essentiel du message. D'où, la préférence pour le français ivoirien qui : « est aussi une variété de français utilisée dans tous les secteurs d'activité, même dans l'enseignement » K. S. Kouassi (2018, p.2), pour pallier à certaines difficultés de compréhension. Il est d'autant plus compréhensible que ces populations optent pour un français moins soutenu, vue le niveau d'étude de ces dernières. Avoir accès à l'information aujourd'hui est primordial, dans la mesure où cela nous permet de prendre une part active aux décisions, au développement de sa communauté et de s'intégrer.

Ces derniers font le choix des émissions en fonction des langues qui y sont usités. « *Pourquoi préférez-vous certaines émissions par rapport à d'autres ?* », cette question a suscité diverses réactions. Observons quelques réponses des enquêtés :

- O.1 : « *le français n'est pas accessible à tous* » ;
- O.2 : « *Nous ne sommes pas arrivés loin dans les études* » ;
- O.3 : « *Je ne comprends pas bien le français* » ;
- O.4 : « *Je ne suis pas allé à l'école* » ;
- O.5 : « *Tenir compte des analphabètes* ».

Cela va de soi que, certains orientent leur choix vers des émissions qui diffusent l'information dans un langage facile et accessible. Le but que vise les radios, c'est de toucher leur cible, passer le message et se faire comprendre par l'auditeur. De fait, il s'impose à un moment donné que la langue soit revue si elle n'est pas facilement accessible à l'auditoire. Selon les variations diamésique et diaphasique, le langage devrait varier selon la situation, le registre et doit prendre un style particulier face à une communauté donnée. Rappelons que l'une des vertus des médias et des moyens de communication (radios communautaires) est de réduire la distance entre soi et l'autre. Alors, faire

le choix d'une langue complexe et difficilement accessible, causerait un mal être chez l'auditeur et créera plus de distance.

Le recours aux variétés de français n'était pas fortuit. Les animateurs le font pour se faire comprendre par tout le monde et mieux diffuser leur message. D'autres en revanche, les utilisent pour se rapprocher des auditeurs. Cette question « *Quels sont les objectifs que vous visez en utilisant ces différentes langues ?* » donne lieu à plusieurs réponses. Les assertions des enquêtés en témoignent :

*A.11 : « Pour se rapprocher des auditeurs (analphabètes et déscolarisés) et être plus proche d'eux » ;*

*A.2 : « Parce que je me mets dans la peau des jeunes, des vieux, des femmes et des enfants » ;*

*A.3 : « chez nous en Côte d'Ivoire tout le monde n'est pas instruit » ;*

*A.4 : « Pour augmenter notre auditoire » ;*

*A.5 : « Pour véhiculer efficacement l'infos » ;*

*A.7 : « Pousser les auditeurs à comprendre leur langue » ;*

*A.8 : « C'est fluide à comprendre, c'est pour faire comprendre l'émission à tous, c'est un style à nous » ;*

*A.9 : « Leur permettre d'être à l'aise en écoutant » ;*

*A.10 : « Parce que nous sommes dans une radio communautaire où nous avons les analphabètes, les déscolarisés qui nous écoutent ».*

Ces propos avancés ci-dessus se confirment aussi dans les propos de C. R. Abolou (2010). En effet, dans les stations de radios nous avons la présence de toutes les langues selon les préférences des auditeurs et surtout dans les marchés de médias de proximités, car l'Afrique enregistre un fort taux d'analphabètes. De plus, les enquêtés ont noté que l'usage des variétés de français leur permettaient d'être proches des auditeurs ; celui-ci, se sent plus concerné et s'intéresse à ce qui est fait à la radio. Selon Hudson (1996) « l'espace, le lieu, l'environnement et les personnes en présence, influence le parler d'un locuteur, entraînant ainsi des variations au niveau de la langue qu'il utilise. La conséquence majeure d'une telle pratique langagière est que le message devient accessible auprès de tous les auditeurs ».

Il est indéniable que, la langue est un moyen par excellence pour diffuser une information et doit être au niveau des interlocuteurs pour permettre une transmission efficace. Utiliser les variétés de français ou



les langues locales, aujourd'hui, peut donner l'impression de s'éloigner de la norme du français, mais, cela serait nécessaire et même vital, quand nous nous adressons à un public donné avec des caractéristiques qui ne tient pas compte de la norme. Si, l'objectif est réellement de faire passer le message de sorte à faire comprendre, susciter la participation des auditeurs tous azimuts, cette variation s'impose. Cette pratique est selon les animateurs le fait des auditeurs eux-mêmes.

### ***2.1.2.2. Les variétés de français sur les antennes des radios communautaires et l'intérêt des auditeurs***

Certaines stations de radios ont eu à nous confirmer que certains auditeurs demandent que l'émission soit diffusée dans un français "terre à terre", car ils n'ont pas fait de longues études. Voici quelques mots recueillis auprès de l'un de nos enquêtés qui viennent appuyer cette thèse:

*A. 11 : « si l'émission est faite dans un français normé, il n'y a pas d'intervenant. Les auditeurs n'interviennent pas. Alors, c'est les auditeurs eux-mêmes qui demandent le type de français qu'ils doivent utiliser » ;*

*A.14 :« Afin de tenir compte du registre de langue de tout le monde » ;*

*A.16 :« Les auditeurs aiment ça et on a un bon retour » ;*

*A.17:« Parce que le français n'est pas accessible à tout le monde » ;*

*A.18 :« Le français standard n'est pas accessible à tous ».*

A. P. K. Kouadio (2019) n'est pas resté indifférent. Il fait apparaître le contexte des variétés du français dans l'espace radiophonique. Il révèle dans ses écrits que ces variétés sont utilisées dans toutes les chaînes de radios. Opter pour le français standard comme la seule langue sur les antennes de radio, c'est soustraire certains auditeurs à l'écoute de la radio et surtout les priver de certaines informations de la société.

Certes, le français, en Côte d'Ivoire est langue d'enseignement, langue d'insertion socioprofessionnelle, usitée dans les médias, mais, les stations de radios doivent aussi réaliser qu'elles sont un acteur qui offre un cadre où tous les citoyens peuvent se retrouver pour parler des solutions par rapport à plusieurs problèmes dans plusieurs domaines, éducation, culture...pour ces auditeurs qui se sentent exclus ou marginalisés du fait de la langue utilisée, qui est pour eux inaccessible, la radio communautaire vient comme un sauveur, qui les récupère et les

conduit vers l'information et la compréhension du monde. Aux côtés des variétés de français, nous avons les langues locales qui sont très utilisées dans ces radios.

### ***2.1.2. Les retombées positives de l'utilisation des langues locales dans les émissions radiophoniques***

Ce titre évoque les avantages de l'emploi de plusieurs langues par les présentateurs et animateurs des radios lors des émissions qu'ils présentent. En effet, bien que le français soit langue parlée dans les émissions de radios, les animateurs n'hésitent pas, le plus souvent, à s'exprimer dans les langues locales. D'où la notion de "plurilinguisme" dans les émissions radiophoniques.

#### ***2.1.2.1. Les émissions radiophoniques et les langues locales***

À observer de près, les variétés de français ne sont pas les seuls véhicules d'information utilisés par les animateurs de radios. Les entretiens semi-directifs conduits auprès des animateurs ont permis de faire un autre constat.

Les enquêtés ont relevé le fait qu'ils font usage des langues maternelles pour passer efficacement leur message ou faire la promotion de ces langues. Ce qu'il faut noter et qui est très important, c'est que les auditeurs exigent que les informations soient aussi diffusées en langues locales. Selon nos enquêtés, ces langues permettent d'être plus proches des auditeurs. Nous justifions cette idée avec les propos suivants :

*A.1: « Pour faire la promotion des langues nationales » ;*

*A.2 : « Parce que nous sommes dans une radio communautaire où nous avons les analphabètes, les déscolarisés qui nous écoutent » ;*

*A.3 : « Leur permettre d'être à l'aise en écoutant » ;*

*A.6 : « Nous sommes dans une zone rurale, c'est pour entendre tout le monde ».*

Ces animateurs ne donnent pas uniquement ces raisons ci-dessus, ils soutiennent que les langues locales sont utilisées parce que tous ne comprennent pas lorsque les émissions sont en français exclusivement, comme ils le relatent respectivement dans leurs assertions. Par ailleurs, d'autres préfèrent adapter leur langage à celui des auditeurs. Pour cela, ils font usage des langues maternelles, des variétés de français. Comme eux-mêmes l'ont relevé, parmi les auditeurs, ils

dénombrant des analphabètes, des illettrés et déscolarisés. Les langues ivoiriennes, comme il s'agit de la Côte d'Ivoire, jouent un rôle indispensable surtout dans les radios communautaires, dans la mesure où selon I. Y. Sangaré (2013 p. 7) elles « Représentent un intérêt local et prennent en compte la vie d'une communauté sur le plan social, économique et culturel ». Pour Koné (2014), les langues locales dans les antennes de la radio renforcent l'unité des habitants de la localité ; permet d'avoir accès aux informations du pays ; renforcent l'intégration social ; facilitent la réconciliation des groupes locaux. En effet, dans les situations de post-crise, ces langues sont d'un apport crucial. Les populations se sentent plus concernées par le message diffusé. Les tournures, proverbes utilisés dans leur langue trouvent une adhésion complète chez les auditeurs et créé un changement d'attitude qui les amène à quitter son état de colère et faire le pas vers leur voisin.

Aujourd'hui, l'imposition des langues occidentales en Afrique crée un refoulement de nos langues locales. Or, la langue qu'elle soit d'ailleurs ou endogène joue un rôle important dans la vie des communautés qui la pratique. En utilisant nos langues locales dans les radios et celles qui sont communautaires, nous assurerons non seulement la survie de celles-ci, mais nous leur donnons une vie au-delà du cercle restreint que sont nos villages, hameaux, concessions...

L'utilisation de ces variétés de français, des langues locales par les animateurs rejoignent la théorie sociolinguistique (variation diamésique) qui

### ***2.1.3. L'utilisation des langues locales facteur de valorisation de la culture***

Le plurilinguisme contribue à la valorisation de nos langues maternelles. C'est le cas des émissions où les animateurs utilisent l'alternance codique L. Galli (2016). En effet, certains animateurs, pour expliquer des faits de la tradition utilisent le français et les langues locales. C'est le cas des émissions où l'animateur commence en français et alterne avec la langue locale. Cela se voit à travers cet extrait qui parle de « culture et tradition ».

*A : « Il faut noter que par les temps anciens, comme effectivement des anciens, en générale les hommes pratiquement tous polygames et quand bien même, quand tu viens à un décès comme celui de l'oncle de monsieur Seka, je dirais comme ça, il y a des femmes, des veuves qu'il laisse après lui » ;*

A : « Et ses veuves là, la coutume akyé les prend en charge » ;

A : « En charge comment, en leur donnant à chacune un autre mari » ;

A : « Ici bien évidemment de la famille » :

A : « Généralement voilà comment se fait le partage en partie de cousin, du cousin du défunt côté paternel et de ses cousins côté maternel » ;

A : « Cousin côté paternel qu'on appelle **'hun voe'**, c'est-à-dire les enfants issus des parents du côté paternel et **'nèvoe'** ça c'est le côté maternel ».

Dans cette émission, l'animateur explique quelques mots clés de son message en langue Akyé pour aider tous les auditeurs à bien le cerner. Par le biais de ces émissions, les auditeurs qui ne comprennent pas leur langue ou qui ne vont pas au village enrichissent leur vocabulaire et en même temps apprennent le fonctionnement de certaines traditions. Z. F. Abdelhafid (2014) ne manque pas de mentionner que « *le plurilinguisme et l'alternance codique sont les méthodes idéales pour transmettre les messages* ». Pour elle, le plurilinguisme et l'alternance codique mettent tous les auditeurs au même niveau d'information. Une fois que l'information est bien cernée, l'auditeur augmente son bagage intellectuel et lui donne la possibilité de s'exprimer sur les antennes de radios. La HACA affirme que sur 1500 personnes sondées 78,5% considèrent la radio comme étant le principal canal d'information. Elle adapte ses émissions au mode de vie des auditeurs. Pour l'écouter, l'auditeur n'est pas obligé de faire de longues études. W. Benallal (2015, p. 24) partage cette opinion. Dans son mémoire de master, il explique comment les animateurs adaptent leur discours en fonction de leur interlocuteur.

L'observation semble claire à ce niveau. Langues locales, langues maternelles qui autrefois étaient marginalisées, proscrites, au second plan regagne les scènes peu à peu au côté du français. Elles ne sont pas officielles certes, mais leur importance se révèle, dans la mesure où elles sont un véritable moyen de communication, de cohésion sociale, favorisent un meilleur accès à l'information médiatique.

#### ***2.1.4. Le plurilinguisme comme facteur de commercialisation des produits médiatiques***

À côté de la valorisation de la culture, la langue permet la commercialisation de produits dans ces localités. En effet, les entreprises médiatiques commercialisent les marchandises des acteurs culturels. Ils favorisent les transactions entre ces acteurs et leurs clients. R. De Labrosse (2002, p.2) « les médias ont un rôle fonctionnel ». Ils

fonctionnent selon le cadre dans lequel ils se trouvent. Les acteurs culturels voyant tous ces paramètres et les possibilités qu'offrent les radios, ils tissent un partenariat qui leur permet de faire la publicité de leurs produits et de les vendre. Ces animateurs utilisent plusieurs langues ou variétés de français pour que tous leurs clients (auditeurs) puissent être au parfum de l'information.

C'est le cas des émissions de variétés où l'animateur met face à face deux artistes et par la suite demande aux auditeurs de choisir leur artiste préféré selon le morceau qui passe à l'antenne. Nous appuyons nos propos avec l'extrait "Diapason". Dans cette émission, l'animateur met en confrontation deux ou trois artistes chanteurs. Ces artistes sont votés par les auditeurs :

*A : « Bonsoir à tous bienvenue encore sur radio tchoyasso jusque-là je vous ai présenté deux types de musiques » ;*

*A : « À présent vous me proposez votre chanson, faites-vous plaisir en composant 01/48/48/75 15 » ;*

*A : « Le diapason ton émission qui t'écoute de 15 heure à 17 heure » ;*

*A : « 43 minutes après 16 heures c'est donc l'heure de la sélection tcha la fin de l'émission tout » ;*

*A : « Et c'est la sélection des résultats tcha 16 heure 48 minute à tout de suite » ;*

*A : « Oui je suis de retour 48 minutes après 16 heures » ;*

*A : « C'est l'heure de boucler cette émission tout simplement resté sur place un autre animateur zouglo chante avec tonton Valentin » ;*

*A : « La victoire est accordée à Arianna ».*

Cette idée est partagée par K. F. Attoungbré (2016, p.3). Il révèle comment les acteurs culturels et les hommes de médias « travaillent mutuellement pour que les biens et les services des acteurs culturels arrivent au grand public ». Pour lui, les acteurs culturels créent les produits et les hommes de médias viennent jouer le rôle de médiateurs à travers les outils de communication tels que la télévision, la radio, etc... Cela aboutit à une meilleure commercialisation des produits musicaux (disques, spectacles, etc.), garantit une forte audience et demande publicitaire pour la radio.

La radio communautaire pourrait être considérée ici comme un porte étendard de nos langues locales. Cette radio qui fait la promotion des langues maternelles, ces langues à travers lesquelles nos cultures sont connues, nos produits locaux sont mis sur la place du marché serait un

maillon fort dans le développement durable et inclusif des communautés. Ces programmes traditionnels reflètent les cultures orales, la tradition de ces communautés.

L'utilisation de ces variétés de français, des langues locales par les animateurs rejoignent la théorie sociolinguistique (variation diamésique) qui est liée à la situation, au style, au registre de langue et aux différents types de discours que produit le locuteur, liée au canal oral/ écrit. Ce qu'il faut retenir ici, c'est qu'on ne parle pas de la même manière, notre langage varie selon les situations, les endroits, les interlocuteurs. Ces animateurs varient leur langage, la langue selon le type de situation, d'auditoire et de lieux.

### **3. Discussion**

Dans cette partie, il s'agit de mettre en confrontation les résultats importants des observations du terrain et les données recueillies au cours de nos lectures. Au cours de notre étude, l'on a été amené à mettre l'accent sur les impacts positifs du plurilinguisme dans des émissions radiophoniques de radios communautaires dans les villes de Yamoussoukro et d'Adzopé.

#### ***3.1. Les variétés de français permettent de mieux véhiculer le message médiatique***

Certains animateurs et auditeurs ont soutenu que l'utilisation des variétés de français et des langues locales constituaient pour eux un grand avantage. En effet, ces langues facilitent l'accès à l'information, surtout pour les analphabètes ; aussi, les auditeurs des radios communautaires sont informés de tous les faits nationaux et internationaux. Cette idée nous la percevons clairement dans l'étude qu'a menée F. B. Yipéni (2010). Yipéni révèle dans son article intitulé : « Les radios locales : Un outil de dialogue entre acteurs de la gouvernance » que la radio donne la possibilité à l'État de dialoguer avec la population locale. Cet espace de dialogue est possible grâce aux différentes langues utilisées par les animateurs de radios locales pour diffuser les émissions. Nozha, pour sa part, révèle dans son article « Recherches doctorales sur la radio », fait de 2008-2014 le rôle que jouent les radios privées. En effet pour S. Nozha, l'avènement des radios privées est venu combler le vide de certains auditeurs avec les émissions faites dans plusieurs langues. Ces émissions

interactives et plurilingues ont permis aux auditeurs de prendre la parole en direct depuis les antennes de radios quel que soit leur statut social. Elles leur permettent d'échanger, de dialoguer et de donner leur opinion sur les faits.

Il est clair, que ces variétés favorisent une compréhension du message médiatique et un échange entre le gouvernement et la population locale.

De même la diversification des langues sur les antennes de radios est bénéfique pour certains auditeurs (analphabètes, illettrés). Lors de nos enquêtes, nous avons constaté que la plupart des auditeurs préfèrent écouter les émissions dans leurs langues ou alors dans un langage plus accessible d'où les variétés de français en présence. Cette diversité de langue permet aux auditeurs de participer aux débats des animateurs. Selon A. P. K. Kouadio (2014 p. 3), l'objectif des animateurs est : « d'amener l'auditeur à s'informer, s'exprimer, donner des opinions, jouer, méditer, éduquer ». Passer l'information de sorte à toucher l'auditeur et l'amener à s'introduire dans le message donné est le leitmotiv des animateurs de radios, surtout des radios locales ; et les langues locales des zones où ils exercent les aident considérablement. À côté de ces langues, nous avons aussi les variétés de français.

Alterner les langues dans la diffusion des messages médiatiques est important. Selon la théorie de la sociolinguistique variationniste, la langue change en fonction des situations, de l'interlocuteur que ce soit à l'oral ou à l'écrit. Cette théorie éclaire notre lanterne sur les raisons qui expliquent ce changement constant de la langue, dans le discours des animateurs des radios communautaires.

Il est indéniable, aujourd'hui, de relever que les langues locales sont des moyens privilégiés dans le domaine des médias, de l'audiovisuel. Ace sujet, Magali (2014) soutient Yipéni dans son article nommé « le rôle des médias communautaires dans la sensibilisation des régions de post-crise en Afrique. Etude de cas : la spécificité des radios de proximité en Côte d'Ivoire ». Pour lui, les radios de proximité en Côte d'Ivoire diffusent les informations en langues locales. Elles participent à la réconciliation des groupes locaux par le biais des langues locales. Elles transfèrent des messages d'encouragement, de cohésion sociale aux composants locaux dans des situations de crise à travers ses langues. À propos de l'aide et de soutien apporté par les animateurs aux auditeurs, Schmidt n'est pas restée indifférente. Dans son article paru en 2009 « la radio au service de ces

auditeurs », elle révèle les tâches des animateurs à l'endroit de leur auditeur. Elle révèle qu'à travers les ondes radiophoniques, les animateurs viennent au secours de ses auditeurs qui traversent des difficultés en longueur de journée, leurs apportent des soutiens et des soulagements. Elles permettent de toucher un grand nombre de la population, surtout celle qui jusqu'à présent est frappée par l'analphabétisme. Certes, l'évidence est que le français, langue d'exclusion est présent et occupe la première place dans la diffusion des informations capitales, à des heures privilégiées ; mais, il faut maintenant s'intéresser à la place des langues locales dans le paysage médiatique.

Pour S. K. Kouassi (2018), le maintien de la langue française comme l'unique langue officielle en Côte d'Ivoire et dans l'enseignement, l'administration et les médias est un obstacle car, tous les locuteurs n'ont pas le même niveau intellectuel. Les locuteurs l'utilisent selon leur niveau social. Donc, pour lui, instaurer le français comme la seule langue capable de résoudre tous les besoins de communication, a créé des variétés de français. Ces variétés sont utilisées partout, dans l'enseignement, le secteur informel et même dans les médias, etc...

### ***3.2. Le plurilinguisme comme facteur de commercialisation des produits médiatiques et de valorisation de la culture***

#### ***3.2.1. Les variétés de français et les langues locales facteur de commercialisation des produits médiatiques***

Dans ces localités, l'utilisation des langues locales et des variétés de français permet la commercialisation de leurs produits par l'entremise de ces radios. Ces produits sont de divers sortes. Ce sont par exemple les produits de santé, les artistes, etc.

M. Drescher, (2014), le démontre en prenant l'exemple des tradipraticiens dans son article : « La dimension pragmatique-discursive du français en contact ». Pour elle, la diversité des langues utilisées dans les radios provient des auditeurs et des clients. En effet, elle fait une recherche sur les variétés de langues utilisées dans les stations de radios. À la fin de son investigation, elle découvre que l'utilisation de ces variétés de langues sur les antennes vient des clients. Ces clients révèlent que le marché des produits (produit de santé, des artistes,) étant saturé, l'on doit maintenant faire usage des langues parlées en majorité par les auditeurs pour faire la publicité de leurs produits afin de gagner plus de clients. Selon eux (clients) les auditeurs préfèrent prendre des conseils auprès de



ceux qui parlent la même langue qu'eux. Martina révèle ici que les entreprises médiatiques (les radios) commercialisent les marchandises des acteurs culturels à travers leur production langagière. Ils favorisent les transactions entre ces acteurs et leurs clients.

L'on peut constater, à travers les interventions des chercheurs et des observations pendant les investigations que les langues locales et les variétés de français sont une force pour les animateurs. En les utilisant, ils mobilisent non seulement un grand public, mais aussi sont une plage favorable à la commercialisation des produits de la localité. Cela montre l'impact qu'a cet usage des langues locales sur l'environnement et le quotidien des populations, si bien que ceux-ci deviennent les premiers promoteurs de ces radios de proximité. Ba cité par O. C. Berepa (2023, p.171) pourrait dire que la radio est le moyen de « communication le plus indiqué pour atteindre une masse importante d'individus où l'écoute de la radio correspondrait à l'oralité qui est une caractéristique majeure des sociétés africaines ».

C. Abolou, dans son article « Langues, dynamiques des médias audiovisuels et aménagement médiato-linguistique en Afrique francophone. Selon lui, le marché des médias se présente en trois parties selon le choix des consommateurs : le marché local dominé par les langues africaines, le marché national et le marché international. Ici, C. Abolou montre que dans les médias, notamment dans les stations de radios, nous avons la présence de toutes les langues selon les préférences des auditeurs et surtout dans les marchés de médias de proximité car l'Afrique enregistre un fort taux d'analphabètes.

### ***3.2.2. Les langues locales comme facteur de valorisation de la culture***

L'usage des langues locales sur les antennes de radios ne se limite pas à la commercialisation des produits, il permet également de valoriser la culture de la localité.

En effet, faire la promotion des langues nationales est aussi une mission que s'assignent les animateurs de radios communautaires. Certains ont relevé le fait que les langues nationales sont utilisées partout, notamment dans les radios de proximités, et doivent être promues parce qu'avec la langue maternelle, non seulement l'on arrive à atteindre sa cible parlant des auditeurs, mais la culture est valorisée par la même occasion. C'est cette raison qui a poussé S. S. Koné à fait un séminaire portant réflexion

sur les radios de proximité (2014). Il met l'accent sur l'utilisation des langues locales dans les stations de radios. Elles participent au renforcement de l'intégration de toutes les personnes vivant dans la localité. En effet, pour S. Koné, les langues locales sur les antennes de la radio renforcent l'unité des composants de la localité et permettent d'avoir accès aux informations du pays. Cela conforte les animateurs dans l'utilisation de ces langues et les populations adhèrent à cela et encouragent ces radios de proximité à le faire. Aujourd'hui, la naissance et l'émergence des radios communautaires et des radios de proximité impulsent une nouvelle tendance dans la médiatisation des langues nationales dans la mesure où l'ancrage local de ces radios permet aux populations d'avoir accès aux informations diversifiées et surtout dans leur propre langue. M. Samb (2008) dans son article « médias et langues nationales au Sénégal : le long chemin de croix de l'information régionale » confirme ces propos. Pour lui l'apparition des radios de proximité a permis « plus de 90% de la population » à posséder un « poste récepteur ». Cela est dû au fait que celles-ci transmettent ses messages dans les langues locales. Promouvoir les langues nationales dans les médias n'est plus un besoin mais une nécessité. Les langues locales doivent désormais occuper une place importante. Selon Kouadio (1997, p.98) cité par I. Y. Sangaré (2013, p.4) « les langues ivoiriennes jouent un rôle important dans le vécu quotidien des populations, notamment en milieu rural. Ayant un statut de langues du terroir, elles assurent la communication dans les villages. C'est à travers elles que se perpétue la culture du terroir ».

Depuis quelques années, les langues locales gagnent du terrain et de plus en plus l'intérêt est porté sur celles-ci. Le domaine de la recherche, les autorités politiques, les médias commencent à accentuer les démarches dans le but de leurs donner une place de choix. Les questions de recherches, les journées internationales de la langue maternelle, les émissions en langues maternelles sont autant d'initiatives pour montrer leur importance. Si tel est réellement le cas, nous devons œuvrer de sorte à ce que les langues locales, au côté du français, permettent de véhiculer le message médiatique, pas uniquement pour les zones rurales ou sur les antennes des radios communautaires. Les radios urbaines devraient également ouvrir une brèche et donner une place aux langues locales. Autant, il y'a des analphabètes en ville (zone urbaine), autant nous en dénombrons dans les zones rurales. Par conséquent,

l'utilisation de nos langues doit être accentuée dans tous les médias, quel que soit la zone. A-J. Tudesq cité par O.C. Berapa (2023).

## Conclusion

Nous pouvons retenir que notre étude a mis en exergue les impacts positifs de l'utilisation des variétés de français et des langues locales sur les auditeurs des radios communautaires. L'objectif était de montrer l'influence des langues locales et variétés de français dans les radios communautaires. Spécifiquement, montrer les retombées positives de l'usage des variétés de français et des langues locales dans les stations radios. Pour y parvenir nous avons défini le cadre théorique qui met en lien la variation de langues et les médias et opté un cadre méthodologique qui implique la recherche documentaire, l'entretien semi-directif, l'observation et le questionnaire. Les principaux résultats montrent que la radio, qui est un média très suivi en Côte d'Ivoire, participe à travers ses émissions, au bien-être et à l'épanouissement des populations. Les radios communautaires ont des impacts positifs sur la vie des populations, parce qu'elles utilisent des langues facilement accessibles telles les variétés de français et les langues locales. Cela facilite la compréhension et l'accessibilité aux messages médiatiques, attire un nombre considérable d'auditeurs, d'où l'intérêt de ceux-ci pour ces médias. Par ailleurs, les langues locales jouent un rôle très important. Elles sont facteurs de valorisation de la culture et de la commercialisation des produits locaux (médicaments indigènes, genres musicaux...).

Ces langues, petit à petit se hissent au côté de la langue française qui occupe toujours la première place dans la diffusion des informations au niveau des médias. Il faut noter avec L. Büchle (2009 : 36), que le « plurilinguisme c'est l'intégration », en ce sens qu'il est prometteur et enrichissant.

## Bibliographie

**Abdelhafid Zakaria** (2014), *Pour une étude lexicale de l'alternance codique dans les pratiques langagières cas de l'émission télévisée « NESS NESSMA »*, Dir. Samir ABDELHAMD, Mémoire de Maîtrise, Université Mohamed Khider-Biskra, 89 p.

**Abolou Camille Roger** (2013), Langues et médias en Afrique noire francophone. De la problématique d'une écologie des français populaire africains des médias ». *Médias et dynamique du français en Afrique Subsaharienne*.

**Attoungbre Kouadio Félix** (2016), « Promotion des œuvres musicales et audience des radios : quels enjeux pour les artistes et les hommes de média en Côte d'Ivoire ? », *Communication en Question*, n° 7, pp. 100-119.

**Benallal Wafaa** (2015), *Les stratégies discursives : Essai d'analyse interactionnelle d'une émission radiophonique : algérienne : cas de Franchise de nuit sur Alger chaine trois*, Mémoire de fin de cursus en vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Science du Langage, Université de Tlemcen, Faculté des lettres et des langues, Département de Français, Filière de français, 105 p.

**Berepa Ousmane Chaa, Alidou Aboubakar & Kossouho, Françoise Félicité** (2023), Apport des radios communautaires par l'usage des langues locales au développement à la base : cas des radios Nonsina de Bembèrèkè, Su tii dera de Nikki et Bio Guerra de Ségbana, DJIBOUL, N°006, Vol.2, pp. 169-183.

**Biichlé Luc** (2009), « le plurilinguisme c'est l'intégration », *Svoirs et formation*, 73, pp. 32-35, hal 00825613.

**Boyer Henri** (2017), *Introduction à la sociolinguistique*, Dunod, 14p.

**De Labrosse Renaud** (2002), Quelques pistes de réflexion sur le rôle des médias dans les transitions démocratiques », *Les cahiers du journalisme*, no 10, Printemps-été, pp. 228-246.

**Fatima Fe Yassine** (1998). Le rôle de la radio communautaire éducative dans le développement de la citoyenneté et du pluralisme médiatique au Maroc », *Revue Marocaine d'Evaluation et de la Recherche Educative*, N°10, *Revue scientifique internationale*, ISSN Print: 2550-5688. E-ISSN : 2658-9079 avec DOI et Indexée par IMIST Rabat, pp. 282-301

**Galli, Lila** (2016). Les rôles des radios communautaires et de la radio publique dans le maintien et la valorisation du français au Nouveau-Brunswick, *Travaux neuchâtelois de linguistique*, 64, 87-100 pp.

**Drescher. Michael** (2014), La dimension pragmatico-discursive du français en contact », *journal of language contact*, n° 4, 62 p.

**Haca** (2018), *Répertoire des radios autorisées en Côte d'Ivoire*, 22 p.

**Kone Siméon** (2014), « Séminaire de réflexion sur le rôle des radios de proximité », URPCI-Actualité

- Koua Ernest** (2016), *L'usage de la langue française dans le domaine des médias de masse en Côte d'Ivoire*, mémoire de master 1 (non publié), Université Félix Houphouët Boigny, 44p.
- Kouadio Kouakou Adou Pierre** (2014), Quelques particularités syntaxiques du français en Côte d'Ivoire, *Laboratoire des théories et modèles linguistiques*, Université Félix Houphouët Boigny (Abidjan), 11p.
- Kouadio Kouakou Adou Pierre** (2019), Les usages du français à travers les émissions radiophoniques à Abidjan : attitudes et représentations chez des auditeurs », *Akofena*, hors-série Septembre, 159-170 pp.
- Kouassi Ettié Silvie** (2013), *Insertion socioéconomique des enfants de la rue à Abidjan : étude psychosociale*, Thèse de Doctorat Unique en Psychologie. Université Félix Houphouët Boigny, 329 pp.
- Kouassi Konan Stanislas** (2018), Impacts du maintien du français comme langue d'enseignement sur la mise en œuvre de l'approche par les compétences : cas de la Côte d'Ivoire », *FRANCISOLA*, 3(1), pp. 16-23.
- Magali Ripoll** (2014), « Le rôle des médias communautaires dans la sensibilisation des régions de post-crise en Afrique. Etude de cas : la spécificité des radios de proximité en Côte d'Ivoire », 40p.
- NOZHA Smati**, 2008-2014, « Recherches doctorales sur la radio », 19p.
- Samb Moustapha** (2009), « Médias, pluralisme et organes de régulation en Afrique de l'Ouest », *Les Cahiers du journalisme*, no20, automne pp.218-237
- Sangare Issa Yéresso** (2013), Médias et langues nationales en Côte d'Ivoire, *Laboratoires des Théories et Modèles Linguistiques (LTML)*, n°9, pp. 1-13.
- Växjö Kalmar** (2014), *Le français populaire ivoirien dans Allah n'est pas obligé d'Ahmadou Kourouma*, Dir. Victorine Hancock, Linneuniversitetet, 37p.
- Yipéni Florent Bakouan** (2010), « Les radios locales : Un outil de dialogue entre acteurs de la gouvernance », *Laboratoire Citoyennetés Ouagadougou Capitalisations*, n°2, 42p.