



# Le Concept de Média Régional : Entre Limites Territoriales, Point de Vue Régional et Idéologie de Lieu

Alexandre T. DJIMELI<sup>✉</sup>

*Université de Dschang / Université de Douala (Cameroun)*

**Résumé** - L'objectif de cette analyse est de déterminer les variables à partir desquelles l'on peut pertinemment saisir ce que sont fondamentalement les médias régionaux. Un tel exercice se justifie par l'évolution des pratiques journalistiques qui relativisent les frontières territoriales alors que celles-ci sont souvent perçues comme l'élément central de définition de ces médias. Pour ce faire, nous procédons par une analyse terminologique et grammaticale du concept de « média régional ». En confrontant les aspects théoriques de l'analyse à des évidences empiriques du terrain camerounais, il apparaît que si les « limites territoriales » restent une variable non négligeable, la caractérisation des médias régionaux doit prendre en compte les notions de « point de vue régional » et d'« idéologies de lieux ». Ces deux dernières variables opèrent indépendamment du lieu où un média régional est produit, diffusé ou reçu. Grâce à elles, les médias régionaux demeurent une catégorie discernable dans la galaxie des médias de masse quoique dans leur déploiement les frontières territoriales paraissent banalisées.

**Mots-clés** : Médias, Région, Territoire, Idéologie.

**Abstract** - This analysis aims at determining the variables from which we can effectively grasp what the regional media are. Such an exercise is justified by the evolution of journalistic practices which relativize the territorial borders whereas there are often perceived as the central element of definition of these media. We proceed with a terminological and grammatical analysis of the concept of "regional media". By confronting the theoretical aspects of the analysis with empirical evidences from Cameroon, it appears that if "territorial limits" remain a significant variable, the characterization of the regional media must take into account the notions of "regional point of view" and that of the "ideologies of places". These two variables operate regardless of where a regional media is produced, broadcast or received. Thanks to them, the regional media remain a discernible category in the galaxy of the mass media although in their deployment the territorial borders seem trivialized.

**Keywords**: Media, Region, Territory, Ideology.

## Introduction

A la faveur de la libéralisation de l'audiovisuel et de la mise en œuvre progressive de la décentralisation, l'on observe dans de nombreux pays africains depuis le début des années 2000 une certaine densification de l'offre des médias régionaux. Le développement de ces médias se fait dans un contexte où l'évolution des techniques de production et de diffusion des contenus transforme progressivement la pratique du journalisme (Charon, 2010). Cette

---

<sup>✉</sup> [djimeli2002@yahoo.fr](mailto:djimeli2002@yahoo.fr) , [alexandre.djimeli@univ-dschang.org](mailto:alexandre.djimeli@univ-dschang.org)



transformation déplace, *ipso facto*, les repères à partir desquels l'on caractérisait jusque-là les médias régionaux.

Aujourd'hui, l'exigence de production et de diffusion des nouvelles d'actualité dans les limites territoriales d'une région ne semble plus être l'élément critique de définition d'un média régional. D'ailleurs, certains médias qui affichent leur vocation à servir des régions précises se déploient à partir de lieux situés en dehors de ces régions. Tel est le cas, au Cameroun, par exemple, des journaux comme *L'œil du Sahel* ou *La tribune de l'Est* qui sont produits et diffusés à partir de Yaoundé, la capitale du pays. Il y a ainsi une sorte de brouillage qui tend à installer un flou apparent dans la connaissance de ce que sont fondamentalement les médias régionaux contemporains. L'on peut dès lors penser que le développement desdits médias se fait à travers des processus *a priori* informels qu'il convient pourtant de saisir pour comprendre les dynamiques en cours. Aussi l'un des défis actuels de la connaissance de ces moyens d'information est-il de savoir comment les caractériser à un moment où l'activité journalistique tend à relativiser les frontières régionales grâce notamment à l'usage de technologies numériques alliant informatique, électronique et télécommunications.

La caractérisation des médias régionaux, c'est-à-dire l'identification des éléments cardinaux permettant de pénétrer leur essence, est une tâche ardue qui se voudrait exhaustive. Or, le déploiement de ces médias est un phénomène évolutif qu'un modeste travail scientifique ne saurait examiner de façon définitive. L'on ne peut raisonnablement que rechercher des variables à partir desquelles l'on réduirait le flou sur ce qui fait desdits médias une catégorie particulière dans la galaxie des moyens de communication de masse. D'où la question à laquelle la présente contribution entend apporter une réponse : quelles sont les variables principales à partir desquelles l'on peut saisir l'essence<sup>1</sup> des médias régionaux en Afrique? La recherche d'éléments de réponse à cette préoccupation est préalablement balisée par des perspectives théoriques et méthodologiques qu'il convient de préciser.

---

<sup>1</sup> L'essence est ici perçue comme un ensemble de marqueurs permanents qui expriment, malgré les variations conjoncturelles, la nature d'une chose.



## 1. Orientations théoriques et méthodologiques

L'étude des variables permettant de connaître ce que sont les médias régionaux est ici envisagée comme un travail de sciences de l'information et de la communication. Dans cette « interdiscipline », ledit travail s'inscrit dans l'axe consacré à la question des significations (Boyomo et Tétu, 2010). Il s'agit ainsi de faire une analyse du discours dont l'une des spécificités est d'aller au-delà de la philologie traditionnelle pour faire sens à travers les liens entre langage et société dans une situation motivante de communication (Bonnafous, 2006 ; Bardin, 2003). Le discours à analyser est essentiellement constitué du concept « médias régionaux ». Pour appréhender la réalité abstraite et générale qu'il recouvre, nous adoptons d'une part une approche terminologique pour éclairer la compréhension des termes du concept et, d'autre part, une approche essentiellement grammaticale pour appréhender ces termes dans leur ensemble syntagmatique.

L'approche terminologique adoptée ici s'éloigne de la perspective wüsterienne qui repose sur un postulat d'univocité des termes dans un exercice de normalisation ou de standardisation dans les langages spécialisés (Wüster, 1976). Elle s'inscrit plutôt dans le courant de la terminologie moderne qui, d'après Thoiron et Bejoint (2010, p. 105), est « basée sur l'observation des discours » en action. Elle adopte ainsi une démarche « sémasiologique dans laquelle le terme peut être polysémique, avoir des synonymes, avoir un sens influencé par le contexte ». Cette démarche se particularise, entre autres, par la prise en compte de l'influence du milieu, de l'histoire ou du contexte dans la compréhension des faits de langage en général et, spécialement, du vocabulaire de ce langage. C'est ainsi qu'en partant du sens commun, nous empruntons des éléments d'approches historique et géographique pour aller à la rencontre des constituants du syntagme « médias régionaux ». Le choix de ces approches se justifie par le fait que les significations du terme « média » sont déterminées par son évolution à travers le temps et que la notion de « région » est, comme le dit Girard (2004, p. 107), « consubstantielle à la géographie ».

Les potentialités heuristiques de l'analyse grammaticale sont par ailleurs convoquées, notamment pour dégager les sens du syntagme à partir de l'examen des « rapports entre deux mots, deux groupes de mots, deux propositions » (Galichet, Chatelain et Galichet, 1964, p. 167). Ici, une perspective structuraliste est d'abord envisagée pour décrypter la morphosyntaxe du



concept « médias régionaux » désormais perçu ici comme une locution au sens grammatical. Cette perspective est enrichie par une analyse fonctionnaliste des termes de la locution car la position de chaque constituant du syntagme ne peut être bien comprise que si sa fonction est spécifiée. L'approche structuro-fonctionnaliste est par la suite confrontée aux explorations systémiques et dialectiques puisque la recherche des significations de la locution ne saurait constituer une clôture sur elle-même. Celle-ci ne fait en effet pleinement sens qu'en relation avec le système linguistique dans son ensemble et la société en général. Les résultats de cette analyse théorique sont, *in fine*, articulés avec certaines évidences empiriques essentiellement tirées du terrain camerounais pour notamment identifier d'autres variables que le questionnement grammatical ne peut *a priori* révéler.

Le développement de la présente contribution emprunte deux règles du raisonnement cartésien qui, quoi qu'anciennes, restent toujours actuelles : l'analyse et la synthèse.<sup>2</sup> Leur application conduit à la poursuite de la réflexion en deux sections : d'une part une « analyse » des constituants de la locution ; d'autre part une « synthèse » de la réalité qu'elle recouvre.

## 2. Médias et région : deux réalités dynamiques

L'application de la règle cartésienne de l'analyse rappelle l'idée selon laquelle la locution « médias régionaux » est un syntagme composé du substantif « médias » et du qualificatif « régionaux ». Cette section propose un déblayage de ces termes dont l'adjonction donne naissance au syntagme.

### 2.1. « Médias », un même terme pour plusieurs référents

Les réalités auxquelles renvoie le terme média changent en fonction du contexte et évoluent selon le temps. Pour en saisir de façon satisfaisante les sens, il semble judicieux de commencer par explorer ceux du terme « presse » avec lequel il entretient des rapports de contiguïté sémantique.

Selon les historiens de l'imprimerie et de la presse (Martin, 1990 ; Albert, 2010), cette dernière est, à l'origine, un dispositif technique qui sert à imprimer

---

<sup>2</sup> Descartes (2000) distingue quatre règles de la méthode pour bien conduire sa raison : l'évidence, l'analyse, la synthèse et le dénombrement. Mises au point dans son *Discours de la Méthode* publié pour la première fois en 1637, ces règles s'inspirent de l'approche hypothético-déductive des mathématiques dont Descartes magnifie la rigueur.



des traces graphiques par un mécanisme de pression et de contre-pression sur un support. La mise au point de la presse typographique par Gutenberg au XV<sup>e</sup> siècle (entre 1430 et 1440) a contribué à populariser le terme. Par un glissement métonymique de sens, il a commencé à désigner non plus simplement le dispositif technique mais ce qui en sort comme produit. Les feuilles imprimées ont ainsi pris le nom de presse (imprimée). Aussi s'est-on mis à les assembler pour former des livres dans le cadre d'activités économiques désormais organisées sous un modèle capitaliste (Guellec, 2004).

Plus tard, avec l'invention des formes plus légères et éphémères d'écrits, le terme presse va surtout renvoyer au journal imprimé. L'usage sera tellement répandu à partir du XVIII<sup>e</sup> siècle que l'on aura désormais tendance à accoler à ce terme l'idée de nouvelles d'actualité. Avec l'apparition et la démocratisation au XX<sup>e</sup> siècle de ce que la communauté des chercheurs considérait alors comme des technologies nouvelles d'information et de communication, notamment la radio, la télévision voire l'internet, il y a eu un autre glissement de sens. La presse ne réfère plus seulement à ce qui est imprimé, mais aussi à l'audiovisuel et davantage. L'on parle couramment aujourd'hui de la « presse écrite » (Onguene Essono, 2017), de la « presse parlée » (Tudesq et Nédelec, 1998; Tudesq, 2002), de la « presse en ligne » notamment avec le développement de l'internet (Parasie et Cointet, 2012), etc. Ainsi est-on parti d'un sens propre dénoté par la machine à imprimer à plusieurs sens figurés connotés pour l'essentiel par la notion d'information d'actualité dont les modalités de production et de consommation changent en fonction des évolutions techniques.

Dans une réflexion critique, certains restreignent le terme presse au journal imprimé. Ces derniers ne parlent de « médias » que pour désigner les moyens d'information dans leur ensemble. La réalité ambiante ramène cependant bien souvent aux glissements plus haut évoqués. Aussi bien dans le monde professionnel que dans les milieux scientifiques, les expressions telles que « relations presses », « services de presse », « conférence de presse », etc., restent d'actualité. Elles servent à désigner des activités liées aux médias, aux journalistes, à la communication institutionnelle, etc., quels que soient les moyens techniques mis à contribution.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, le terme « média » que beaucoup semblent privilégier n'est pas aussi univoque que cela. Dans la vision



« McLuhannienne » des années 1960, ce terme ne fait pas seulement référence aux moyens d'information de masse. Il renvoie aux objets ou instruments par le truchement desquels une action est accomplie. Tout outil se concevant comme prolongement d'un sens humain est considéré comme un média. C'est ainsi que McLuhan (1968) identifie une vingtaine de médias dont la route, le vêtement, la bande dessinée, la photographie, la voiture, le jeu, le téléphone, l'arme, le cinéma, la radio, la publicité, la télévision, le téléphone, etc. Kaffo Fokou (2014, p. 15) qui a recensé plusieurs acceptions du terme affirme que sa définition « est encore l'objet de profondes dissensions de la part des spécialistes ».

Quoi qu'il en soit, le terme média suggère l'idée de la connaissance d'une réalité ou de l'accomplissement d'une action par le biais d'un dispositif qui facilite ou rend possible ladite connaissance ou la réalisation de l'action. Dans le champ de l'information ou de la communication, la réalité à connaître doit avoir fait l'objet d'une représentation au sens où Lalande (1997, p. 923) affirme que représenter c'est « donner l'image d'une chose absente ou impossible à saisir directement ». Plus généralement, la représentation ici renvoie à ce que le média donne à percevoir d'une réalité. Ce média ne montre ainsi pas la réalité telle qu'elle se présente naturellement; il la reconstruit ou la reconstitue pour essayer de « l'imposer » comme telle à un public (Luhmann, 2013).

Chacun peut choisir de faire usage soit du terme « média », soit du terme « presse », pour désigner les moyens d'information de masse. Ceux qui préfèrent le premier font implicitement le choix de le considérer dans une acception restreinte tandis que ceux qui adoptent le second l'envisagent dans sa signification large. Nous utilisons dans cette analyse le terme « média », plus précisément l'expression « médias de communication de masse », ou « médias de masse », pour désigner l'ensemble des moyens d'information d'actualité qui s'adressent à un public large. Ceux qui nous intéressent ici sont dits régionaux. Pour approcher l'essence de ces médias régionaux, il est utile de clarifier préalablement le qualificatif qui leur est lié. La compréhension de ce qualificatif ne sera d'autant plus pertinente que si l'on commence par s'intéresser au terme région dont il dérive.

## *2.2. La région à l'épreuve de la cohérence et de l'homogénéité*

Le terme région fait l'objet d'usages multiples selon différentes situations et disciplines scientifiques. Il est pourtant « considéré comme l'un des plus



polysémiques », notamment en géographie (Keerle, 2004, p. 858). Du fait de sa fluidité, Brunet, Ferras et Théry (1993, p. 382) affirment que « la région n'est pas un concept opératoire en géographie ». Elle n'est pour autant pas insaisissable. Des éléments de géographie physique, aussi bien que ceux de géographie humaine, permettent à tout le moins de s'en faire une idée. Nous partons ici du sens commun pour exploiter, par la suite, les regards qu'y posent des spécialistes.

Selon le *Centre national (français) des ressources textuelles et lexicales*, la région est une « portion de territoire plus ou moins étendue et délimitée, formant une unité constituée soit par sa situation, son climat ou son paysage naturel, soit par son économie, soit par son histoire et ses caractères humains ou ethnologiques ». <sup>3</sup> Certains dictionnaires de langue en projettent une double idée : d'une part celle d'espace territorial délimité et, d'autre part, celle d'unité (physique, culturelle, économique, administrative, ...) de cet espace (*Larousse*, 2015). Si cette synthèse semble suffisante pour un usage courant, il est nécessaire de la dépasser en s'appuyant notamment sur les réflexions de géographes chez qui l'usage du terme, malgré sa polysémie, est répandu.

L'une des premières idées qu'inspire la définition de « région », ainsi qu'exposée ci-dessus, est qu'il s'agit d'un espace territorial délimité. Le critère de délimitation territoriale convient bien à la Région perçue comme unité administrative dans un État. La Région conçue dans cette perspective se différencie typographiquement (des autres acceptions du terme) en prenant un « R » (majuscule). Hors du contexte administratif, les échelles de délimitation sont tellement variables à l'intérieur d'un même pays ou d'un continent que ce critère peut sembler inopérant pour saisir à quoi renvoie précisément la région. Ce qui pourrait permettre de s'en faire une représentation plus ou moins claire, selon certains géographes, réside dans les éléments constitutifs d'unité de l'espace territorial considéré. À ce sujet, Juillard (1962, p. 487) distingue deux principes d'unité régionale : « L'un repose sur le critère d'uniformité, c'est le paysage ; l'autre sur un critère de cohésion, l'action coordinatrice d'un centre ».

Le paysage fut en effet le critère classique de définition d'une région dans les années 1950 et 1960. Dans la « géographie régionale », le paysage était ainsi perçu comme une « combinaison de traits physiques et humains qui donne à un territoire une physionomie propre, qui en fait un ensemble sinon uniforme, du

---

<sup>3</sup> Référence prise dans le site internet du CNRTL accédé sous <https://cnrtl.fr/definition/région>.



moins caractérisé par la répétition habituelle de certains traits » (Juillard, 1962, p. 485). À cette dimension d'espace naturel, s'est ajoutée dans les années 1970 celle d'espace fonctionnel répondant ainsi au critère de cohésion. La région sera désormais définie en tenant compte des aspects économiques (polarisation grâce à une industrie motrice, dynamiques commerciales, puissance d'attraction migratoire, ...), politiques (force de cohésion politique), sociaux, spirituels, etc. La région est alors aussi vue comme un territoire d'exercice, de rayonnement ou d'influence d'une activité ou d'une forme particulière d'organisation humaine.

Au regard de cette complexification, Frémont (1980, p. 54) affirme, sur la base de l'étude des rapports de l'homme à l'espace, que la région est une entité relative. Elle est notamment liée, relève-t-il, à la « dépendance des modes de production (qui détermine les fréquentations et, par conséquent, les espaces de vie) », aux « structures sociales (qui sous-tendent les espaces sociaux) » et aux « idéologies (qui conditionnent les valeurs psychologiques attachées aux lieux) ». Les explorations ultérieures conforteront la fluidité de la notion de région, en y ajoutant la variable « dynamiques territoriales » dans les années 1980 et 1990.

L'on a ainsi progressivement lié la compréhension de la région au paysage, à l'espace vécu et aux dynamiques territoriales. En se posant la question de savoir si la région est une donnée qui existe dans la réalité concrète ou alors s'il s'agit de constructions mentales, des géographes, dont Girard (2004, p.111), lui reconnaissent finalement deux existences. La première est travaillée par l'idée qu'il s'agit d'entités définies « par des homogénéités internes, des relations, des solidarités entre les individus et les groupes, à travers une histoire commune, donc l'idée d'une cohérence et la conscience de cette cohérence ». La seconde en fait une « maille administrative » dont la réalité, « comme instance politico-administrative et spatiale s'impose de plus en plus, au citoyen comme au chercheur ». Sous ces deux approches dominantes dans la géographie contemporaine, la région et, partant, tout ce qui lui est lié, apparaît comme un important sujet d'analyse en sciences sociales en général. Ainsi en est-il des « médias régionaux », objet du présent développement.

L'application de la règle d'analyse ayant permis de se fixer sur les significations des termes « médias » et « région » et de lever ainsi le premier niveau de difficulté dans la compréhension de la locution « médias régionaux »,



il est maintenant question de convoquer la règle de synthèse pour évoluer dans la conquête de la réalité que cette locution recouvre.

### 3. Des limites territoriales aux enjeux régionaux

Étudier la locution « médias régionaux » impose, d'après la démarche sémiologique et en cohérence avec l'analyse du discours en communication, d'en examiner d'une part les sens en référence aux rapports grammaticaux entre ses constituants et, d'autre part, ses significations en lien avec le contexte social dans lequel il s'insère.

#### 3.1. Produire et diffuser dans des limites territoriales particulières

L'analyse grammaticale de la locution « médias régionaux » ne saurait passer outre la nécessité d'un examen morphosyntaxique et fonctionnel. Cet examen donne l'opportunité de décliner les natures et fonctions des constituants du syntagme et, ainsi, d'envisager des significations relativement au rôle qu'y joue chacun de ses éléments.

Dans cette perspective, rappelons d'entrée que la locution « médias régionaux » est un syntagme nominal (SN). Celui-ci a pour élément central, obligatoire et indispensable, le nom. L'on a ainsi un nom (N) qui est « médias » et un élément qui lui est adjoint (Adj), « régionaux ». La structure formelle de ce syntagme est la suivante : « SN = N + Adj ». Au-delà de la structure et de la nature des constituants, cette analyse grammaticale privilégie l'observation de leurs fonctions.

Selon Galichet, Chatelain et Galichet (1964, p. 167), l'étude des fonctions des constituants d'un syntagme a pour but de « préciser le terme principal en lui 'rapportant' le terme 'subordonné'. » Sur la base de l'interprétation traditionnelle de l'antéposition – le mot placé avant est vu comme étant plus important que celui placé après – il apparaît que le terme principal est le nom « médias » et le terme subordonné l'adjectif « régionaux ». Dans la suite de l'analyse, le « terme principal » devient le « thème » (ce dont on parle) et le « terme subordonné » un caractère qui appartient au thème. Ce caractère c'est le propos ou prédicat (ce qui est dit du thème). Ainsi conçu, le propos « régionaux » dit comment sont ces « médias », précisément pour les distinguer des autres.



A partir de cette provision grammaticale, l'on peut dire, en première approximation, que la locution « médias régionaux » désigne avant tout des moyens de communication de masse comme n'importe lesquels. Ceux-ci ont quelque chose de subsidiaire qui les différencie des autres, en l'occurrence le fait qu'ils se rapportent à une région donnée. Ce rapport est induit par un lien qui, en pratique et à de nombreux égards, se traduit par une diffusion des nouvelles d'actualité circonscrite dans la région concernée. C'est ainsi que Ballarini (2008, p. 410) définit notamment la presse régionale : « [...] nous [en] entendons les journaux d'information généraliste, quotidiens et hebdomadaires, publiés dans une échelle qui va de la commune à la région ». Au-delà du fait que cette définition limite la presse aux journaux écrits, elle illustre l'idée selon laquelle leur rapport à la région est essentiellement marqué par la publication à l'intérieur de celle-ci.

Cette compréhension liminaire du concept de médias régionaux illustre, comme ci-dessus observé, une logique de la grammaire structuro-fonctionnelle qui voudrait que le premier élément du syntagme soit le plus important et que le second l'accompagne seulement. Pourtant, si le thème est central dans la construction du syntagme, le propos est déterminant pour sa compréhension. Dans le cas présent, la détermination est forte puisque « régionaux » n'est pas n'importe quel adjectif qualificatif épithète; il s'agit d'une « épithète liée » au sens du *Bescherelle* (2006, p. 8). Les deux termes (« médias » et « régionaux ») ne sont pas simplement juxtaposés ; ils sont inséparablement unis.

Il est ainsi nécessaire, pour approfondir la compréhension de ce que sont les médias régionaux, d'aller au-delà des approches sus exploitées, notamment en convoquant ce que l'on pourrait considérer comme une dialectique contextuelle des constituants du syntagme. Le questionnement de cette dialectique montre qu'il n'y a pas une « domination » absolue du terme « média » sur le terme « région ». Qui plus est, ce dernier peut devenir plus important que le premier. En effet, s'il est vrai que le nœud du syntagme reste structurellement le terme « média », il est surtout pertinent de voir qu'il y a une orientation décisive de son sens par la présence du terme qui lui est grammaticalement subordonné. L'adjectif « régionaux » devient de ce fait un élément décisif dans l'existence même du concept de « médias régionaux ».

L'importance accordée à l'épithète « régionaux » se justifie par le fait qu'il apporte une charge sémantique particulière au terme « média ». L'idée sous-



jacente à une telle considération est que c'est le « média » qui se rapporte à la « région » et non le contraire comme précédemment observé. Les choses peuvent être ainsi perçues parce que la région apparaît ici comme un « déterminant » spécifique du média.<sup>4</sup> C'est en effet l'épithète qui fonde la distinction et donc la singularité qui valide l'existence de ces médias particuliers. L'on peut ainsi affirmer que la région est la raison d'être des médias régionaux. Autrement dit, sans cette région qui est leur objet éditorial et leur intérêt, ces médias n'existeraient pas. L'intérêt d'une région pour un média qui lui est consacré détermine donc l'existence des médias régionaux. Cet intérêt s'observe, en référence aux travaux de Mathien (1993), d'abord au niveau de la diffusion (l'espace régional couvert par la distribution), ensuite au niveau du contenu (ce qui est publié est lié aux activités dans la région), enfin à l'impact (la production, la diffusion et la consommation des contenus est susceptible d'avoir une influence sur la vie dans l'espace territorial concerné).

En référence à certains travaux de sociolinguistique, l'on peut ajouter comme critère subsidiaire d'identification d'un média régional la langue d'usage. Celle-ci peut être une langue propre à la région ou alors une langue nationale ou internationale avec des déclinaisons spécifiques à la région, dans le sens où Mbey Makang (2013), Onguene Essono (2013), Nzessé (2015), Nzessé et Dassi (2016), entre autres, ont par exemple analysé les dynamiques du français dans la presse camerounaise. L'on se projette là dans une orientation dans laquelle le chercheur fait attention aux déterminations culturelles du langage dans des espaces sociaux précis. Ainsi en est-il de Tsofack (2010, p. 33) qui, en analysant les variations du français en Afrique, affirme que cette langue « se construit une personnalité variable, alliant les besoins de communication et d'intercompréhension au désir de promotion sociale et de construction d'une identité régionale. » Les déterminations culturelles, liées aux besoins pratiques de communication, produisent ainsi un type de langage qui, par la suite, marque les supports médiatiques qui en font usage; ce qui légitime une caractérisation régionale de ces supports à partir de la langue.

A travers les développements précédents, il apparaît que les limites territoriales (avec ses critères d'homogénéité et de cohérence relatives du

---

<sup>4</sup> Le fonctionnement sémantique de l'adjectif qualificatif épithète met ici en jeu les principes de restriction et de précision. Cette précision n'est toutefois pas absolue car la locution « médias régionaux » peut en effet inspirer au moins trois idées différentes : l'idée des « médias de la région », à côté de celle de la « région des médias », de la « région sous le prisme des médias », etc.



paysage, des activités humaines, des codes d'expression, etc.) constituent une variable importante pour l'identification des médias régionaux. Dès lors, rentre dans la catégorie « médias régionaux » tout organe de communication de masse (journal écrit, radio, télévision, site d'information en ligne, ...) qui produit et diffuse dans une région donnée et au besoin dans une langue particulière des contenus d'actualité qui, reflétant des préoccupations spécifiques de la région, sont susceptibles d'avoir une influence sur la vie dans l'espace territorial considéré. L'on peut ainsi dire qu'à l'échelle des pays dont les régions forment des parties, les médias régionaux se positionnent par rapport aux médias nationaux ou internationaux. Ce positionnement lié surtout à la taille de l'espace couvert est-il pour autant suffisant pour saisir leur spécificité essentielle?

Il semble, en effet, de nos jours, inconsistant de se sentir confortable avec une telle délimitation qui s'inscrit dans le paradigme des médias de masse classiques caractérisé par un lieu de production et une zone figés de couverture de l'actualité et de diffusion des contenus. Ce paradigme a montré des faiblesses, lesquelles se révèlent notamment avec l'évolution des techniques d'information et de communication dont l'usage relativise la contrainte des limites territoriales dans le déploiement des médias. Aussi devient-il nécessaire d'identifier des critères supplémentaires de définition d'un média régional.

### 3.2. *Au-delà de la contrainte des limites territoriales, l'enjeu régional*

L'avènement d'internet et, surtout, la démocratisation des réseaux sociaux numériques a permis de relier davantage le local au national et au global. La diffusion des événements *a priori* régionaux ne se limite plus à la région ; elle atteint aussi vite que possible les publics nationaux ou internationaux. Grâce à ces moyens électroniques et numériques, les conséquences potentielles de la médiatisation desdits événements concernent les populations de la région, certes, mais d'autres types de publics au-delà de l'espace territorial circonscrit peuvent être concernés ou affectés. Ces technologies revitalisent ainsi l'idée selon laquelle les médias sont d'abord des espaces d'ouverture. Grâce à elles, un média régional peut être produit et distribué hors de sa région d'intérêt; tout comme il peut traiter des faits autres que ceux qui se produisent dans ladite région. Tout cela rend l'identification des médias régionaux difficile. Aussi l'un



des défis de la définition de ces médias aujourd'hui réside-t-il dans la réduction du flou qui marque leur caractérisation.

Le flou dont il est ici question s'est accentué, rappelons-le, avec l'évolution des TIC et de leur usage dans les pratiques de communication et de divertissement de masse. Eu égard à cela, Noyer et Raoul (2011, p. 5) proposent de retenir comme critère fondamental d'identification d'un média régional la publication de contenus à partir d'un point de vue « ancré territorialement, argumenté à l'aune des enjeux et des intérêts régionaux ou locaux, où l'information – sa sélection autant que son traitement [et sa diffusion] – est souvent l'objet d'un pré-cadrage dans lequel l'intérêt *in situ* est dominant ». Ici apparaît l'importance de la notion de « point de vue ». En cohérence avec les « idéologies de lieu » apparues dans la deuxième section à l'occasion du déblayage terminologique de la notion de région (perçue comme entité dynamique), le contenu qui reflète ce point de vue devient ainsi un élément d'identification et de définition d'un média régional.

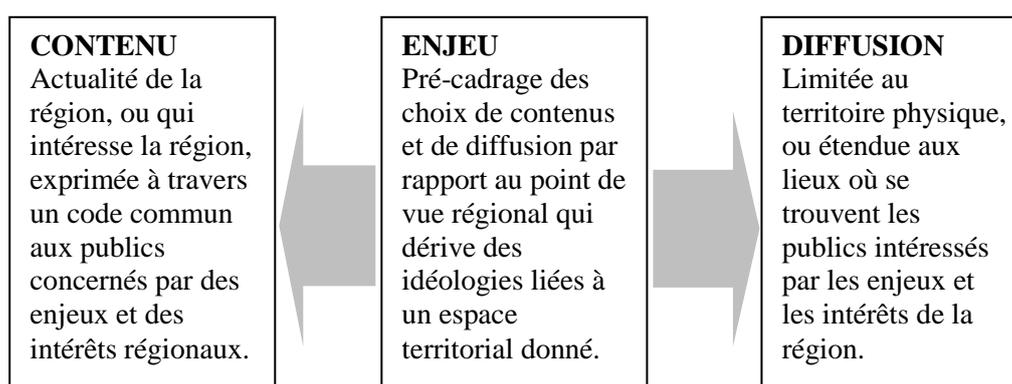
L'on peut sur cette base considérer, dans la démarche d'identification des médias régionaux, que le point de vue exprimé est une variable essentielle. Ce point de vue se trouve dans les contenus qui réfèrent au territoire d'intérêt du média sans que leur circulation ou l'actualité couverte y soient bornées. Les implications théoriques et pratiques de la variable « point de vue » sur les activités de collecte, de traitement et de diffusion des contenus amènent à énoncer un de ses corollaires les plus influents : l'enjeu régional à partir duquel émerge le « point de vue ». Cet enjeu est à l'origine d'un pré-cadrage des choix de contenus et de diffusion. Le pré-cadrage se fait notamment grâce aux lignes éditoriales qui orientent les choix effectués en fonction des idéologies partagées par une communauté, que ses membres vivent dans leur territoire d'origine ou alors qu'ils habitent hors de celui-ci.

Le questionnement de l'enjeu régional soulève plusieurs problèmes, en particulier celui de l'identité dont le média régional participe à la construction. L'idée de région implique en effet une certaine frontière à la fois réelle et imaginaire. Or, comme l'explique Rossatanga-Rignault (2012, p. 61), « la frontière produit de l'identité [...] ». Eboussi Boulaga (2006) distingue les identités primaires, c'est-à-dire celles qui apparaissent comme naturelles (le paysage, le phénotype ou le génotype des êtres humains, ...) et les identités secondaires qui sont des constructions culturelles, nourries aux idéologies

dominantes ou minoritaires. Les médias régionaux montrent surtout les identités secondaires, les assument et les revendiquent même. Il peut cependant arriver que des identités soient attribuées à certaines communautés par ceux qui n'appartiennent aux groupes en question ; ces identités-là sont généralement rejetées et niées (Blackledge, 2005). Les médias régionaux se distinguent ainsi des autres par un positionnement particulier qu'ils proposent en faveur d'un territoire par l'exaltation d'une identité et le rejet éventuel d'autres identités.

En considérant les éléments ci-dessus, ce qui ferait donc la particularité des médias régionaux, ce n'est pas tant le fait qu'ils couvrent ou qu'ils s'adressent à un espace géographique régional particulier. En effet, une compréhension contemporaine pertinente du concept de « média régional » intégrerait certes des critères tels que le lieu d'implantation, la zone de couverture et de diffusion ainsi que la langue d'expression. Elle mettrait surtout en exergue le fait que le média en question est dédié à une région qu'il représente d'une certaine façon. Cette compréhension insisterait ainsi sur l'idée que le média régional travaille à orienter ou à conforter, selon une vision régionaliste, la perception de l'actualité par ceux qui se sentent liées à la région. Ce qui apparaît ainsi finalement comme un nœud dans la définition d'un média régional, ainsi que nous l'avons plus haut énoncé, c'est donc l'enjeu régional. Les variables essentielles que nous venons d'analyser peuvent être lues dans le schéma ci-après.

**Schéma.** L'enjeu régional au cœur de la définition des médias régionaux



Source : DJIMELI, 2019<sup>5</sup>

<sup>5</sup> L'on voit bien ici comment l'enjeu régional influence à la fois les contenus et la diffusion.



## Conclusion

En somme, les médias régionaux ont une dense existence discursive qui traduit des réalités que les mots du langage courant permettent de représenter. Une telle représentation expose quelques ambiguïtés, ce qui fait que les médias régionaux sont finalement une réalité qui pourrait muter en fonction des variables à partir desquelles l'on définit la région. Les définitions contemporaines de la région incluent surtout les visions qui conditionnent les valeurs psychologiques attachées aux lieux (Frémont, 1980). Elles prennent en compte les « idéologies » sur la base desquelles se construit une certaine conscience de l'homogénéité d'un espace. Elles intègrent par ailleurs des solidarités qui se développent entre ceux qui affirment appartenir à cet espace et l'histoire commune qui lie ces derniers (Girard, 2004).

L'exploration du concept à partir d'approches terminologique et grammaticale montre ainsi que les médias régionaux se préoccupent de ces idéologies de lieux et de cette conscience d'être lié à un territoire. Les idéologies ont vocation à être exprimées à travers les discours dont les contenus publiés dans les médias en question sont focalisés sur la région, entretenant de ce fait une certaine conscience d'homogénéité, de cohérence et d'intérêts communs. Les médias régionaux ne se reconnaîtraient donc finalement que par leur contribution au vécu et à la manière d'envisager le passé, le présent et l'avenir dans un territoire dont ils participent à la construction. Cette contribution est innervée par l'enjeu régional, c'est-à-dire ce que la région risque de perdre ou de gagner si le média se positionne d'une certaine manière plutôt que d'une autre.

L'on peut ainsi dire, sur la base des variables « limites territoriales », « point de vue régional » et « idéologie de lieu », que ce qui les particularise véritablement et qui détermine fondamentalement l'existence des médias régionaux, c'est l'image qu'ils projettent d'une région en fonction des enjeux qui les motivent. Avec les moyens dont ils disposent, ces médias permettent de saisir ce qui fait qu'une région soit différente des autres, à la fois par une certaine mise en perspective des faits qui s'y produisent et une façon particulière de faire percevoir à ceux qui s'y sentent attachés les faits qui surviennent ailleurs.

Si les caractéristiques ci-dessus énoncées sont essentielles dans la reconnaissance des médias régionaux, l'on pourrait y ajouter, dans chaque



pays, quelques autres variables pour opérationnaliser davantage le concept en contexte.

### Références bibliographiques

- Albert, P. (2010). *Histoire de la presse*. Paris : Presses universitaires de France.
- Ballarini, L. (2008). Presse locale, un média de diversion. *Réseaux /2* (n°148-149), p. 405-426. DOI 10.3917/res.148.0405
- Bardin, L. (2003). L'analyse de contenu et de la forme des communications. Dans S. Moscovici, et F., Buschini, *Les méthodes des sciences humaines* (p. 243-270). Paris : Presses universitaires de France.
- Bescherelle. (2006). *La Grammaire pour tous*. Paris: Hatier.
- Blackledge, A. (2005). *Discourse and Power in a Multilingual World*. Amsterdam : Benjamins.
- Bonnafous, S. (2006). L'analyse du discours. Dans Olivesi, S. (dir.), *Sciences de l'information et de la communication : objets, savoirs, discipline* (2013-228). Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Boyomo Assala, L.-C. et Tétu, J.-F. (2010). *Communication et modernité sociale – Questions Nord/Sud*. Paris : L'Harmattan.
- Brunet, R., Ferras, R., Théry, H. (dir.). (1993). Région. Dans *Les mots de la géographie, dictionnaire critique* (3e éd.) (p. 381-382). Paris : Reclus - La Documentation Française.
- Charon, J. M. (2010). De la presse imprimée à la presse numérique – Le débat français. *Réseaux / La Découverte*, vol. 2 (160-161), p 255-281. Accédé sous <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2010-2-page-255.htm>
- Descartes, R. (2000). *Le Discours de la méthode pour bien conduire sa raison et chercher la vérité dans les sciences*. Paris : GF Flammarion.
- Eboussi Boulaga, F. (2006). Constructions identitaires. Dans D. Simo (dir), *Constructions identitaires en Afrique*, (p. 5-25). CLE : Yaoundé.



- Frémont, A. (1980). L'espace vécu et la notion de région. *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, n°41-42 (47-58).
- Galichet, G., Chatelain, L. et Galichet, R. (1964). *Grammaire française expliquée* (7<sup>e</sup> éd.). Paris : Éditions Charles-Lavauzelles & Cie.
- Girard, N. (2004). La région : une notion géographique ? *Ethnologie française* 2004/1 (vol. 34), p. 107-112. DOI 10.3917/ethn.041.0107
- Guellec, D. (2004). Gutenberg revisité - Une analyse économique de l'invention de l'imprimerie. *Revue d'économie politique* 2/114(169-199). Récupéré dans <https://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2004-2-page-169.htm>
- Juillard, E. (1962). La région : essai de définition. *Annales de géographie* n°387 (p. 483 - 499).
- Kaffo Fokou, R. (2014). *Médias et civilisations - Comment se protéger de la manipulation des médias pour mieux s'en servir*. Paris : L'Harmattan.
- Keerle, R. (2004). Région. *Notion - Encyclopaedia Universalis* (p. 858 - 859).
- Lalande, A. (1997). Représentation. *Vocabulaire technique et critique de la philosophie* (p. 923). Paris : Quadrige/PUF.
- Luhmann, N. (2013). *La Réalité des médias de masse*. Bienne-Paris : Diaphanes.
- Martin, G. (1990). *L'imprimerie*. Paris : Presses universitaires de France.
- Mathien, M. (1993). *La Presse quotidienne régionale*. Paris : Presses universitaires de France.
- Mbey Makang, M. (2013). Le français dans la presse écrite du nord-Cameroun : diagnostic, critiques et orientations. *Studii de gramatica contrastiva* (p. 95-107). BDD-A13369©2013. Universitatea din Pitesti. Provided by Diacronia.ro for IP 41.244.243.207 (2018-12-18. 11 :08 :21)
- McLuhan, M. (1968). *Pour comprendre les médias*. Paris : Seuil.
- Noyer, J. et Raoul, B. (2011). Le « travail territorial » des médias. Pour une approche conceptuelle et programmatique d'une notion. *Études de communication* 37. Récupéré le 14 mars 2017 dans <http://edc.revues.org/2933>. DOI : 10.4000/edc.2933



- Nzessé, L. (2015). *Le Français en Afrique – Inventaire des particularités lexicales du français au Cameroun (1990-2015)*. Nice : Institut de linguistique française.
- Nzesse, L. et Dassi. (2016). *Le Français en Afrique : évaluation de sa portée patrimoniale – Hommage à Ambroise Queffélec*. Paris : L'Harmattan.
- Onguene Essono, L.-M. (2013). *Dynamique du français dans la presse écrite francophone du Cameroun*. Yaoundé : CLE.
- Onguene Essono, L.-M. (2017). *Langues et médias en Afrique noire francophone - Analyse (socio)linguistique et didactique*. Paris : Connaissances et savoirs.
- Parasie, S. et Cointet, J.-P. (2012). La presse en ligne au service de la démocratie locale. Une analyse morphologique de forums politiques. *Revue française de science politique* 1/62 (p. 45-70). DOI 10.3917/rfsp.621.0045
- Région. Dans *Centre national des Ressources textuelles et lexicales*. Récupéré le 14 novembre 2017 sur le site [www.cnrtl/région/définition](http://www.cnrtl/région/définition).
- Rossatanga-Rignault, G. (2012). Identité et démocratie en Afrique - Entre hypocrisie et faits têtus. *Afrique contemporaine* 242 (p. 59-71). DOI 10.3917/afco.242.0059
- Thoiron, P. et Béjoint, H. (2010). La terminologie, une question de termes ? *Meta* 55/1 (p. 105-118). DOI : 10.7202/039605ar.
- Tsofack, J. B. (2010). *Les Codes de la ville : langues, discours et paroles urbaines* [Habilitation à diriger les recherches (sciences du langage)]. Université de Rennes II, France.
- Tudesq, A.-J. (2002). *L'Afrique parle, l'Afrique écoute. Les radios en Afrique subsaharienne*. Paris : Karthala.
- Tudesq, A.-J., Nédelec (1988). *Journaux et radios en Afrique aux XIXe et XXe siècle*. Saint-Etienne : GRET.
- Wüster, E. (1976). La théorie générale de la terminologie - un domaine interdisciplinaire impliquant la linguistique, la logique, l'ontologie, l'informatique et les sciences des objets. Dans *Essai de définition de la terminologie, Actes du colloque international de terminologie* (p. 49-57). Québec : Éditeur officiel du Québec.