

امدرسة الوطنية العليا  
للصحافة و علوم الإعلام

العدد: 04/2016

ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE  
DE JOURNALISME & DES SCIENCES DE L'INFORMATION

العدد: 04/2016

n°: 04/2016

# مجلة الاتصال والصحافة

جانفي 2016

مجلة الاتصال و الصحافة



LA REVUE DE LA COMMUNICATION  
& DU JOURNALISME

# LA REVUE DE LA COMMUNICATION & DU JOURNALISME

Janvier 2016



11, شارع دودو مختار - رقم البريد 64  
بن عكنون 16058, الجزائر

ISSN 2353 - 0383



ISSN 2353 - 0383



11, rue Doudou Mokhtar - BP n° 64  
Ben Aknoun 16058, Alger



## *Editorial*

La géopolitique des médias, une nouvelle discipline qui vient enrichir davantage le champ de réflexion des sciences de l'information et de la communication. Née d'un réel besoin d'explorer en profondeur les évolutions des médias en mutation perpétuelle et de décrypter ainsi leurs rôle dans les sociétés contemporaines.

La dimension géopolitique octroyée aux différents moyens de communication n'est pas seulement un besoin immédiat qui s'impose aux chercheurs et spécialistes de la communication, elle est d'autant une branche qui fait renaître de ses cendres la géopolitique, autrefois discipline vénérée durant les années 1920 et marginalisée après la deuxième guerre mondiale après des dérives idéologiques. Cette phase de l'histoire est bien derrière nous, laissant place aux bouleversements du processus évolutif des Nations avides d'asseoir leur pouvoir, dans un espace de plus en plus raccourcis par les inventions technologiques, suite auxquels les enjeux prennent une toute nouvelle dimension.

La géopolitique n'acquière ses titres de noblesse qu'à partir des années 1980, une renaissance qui exprime également l'engouement de l'opinion publique à vouloir comprendre les évolutions de plus en plus complexes du monde d'aujourd'hui. Un retour glorieux permettant d'intégrer les médias comme acteur incontournable dans les rivalités de pouvoir entre les Etats et de tous les protagonistes non étatiques qui jouent un rôle dans la partition internationale (société

civile, force économique, organisations non gouvernementales, lobbies, firmes transnationales). Il est indéniable que l'évolution des technologies de l'information et de la communication a instauré une rupture fracassante dans les usages des médias ainsi qu'à leur structuration engendrant de fait une mutation des entreprises de production de l'information dans un cadre de globalisation économique.

L'Algérie de par son positionnement géostratégique privilégié est au cœur des turbulences sécuritaires, notamment au sahel et en Libye, pourrait reprendre son rôle de leader régional fort et puissant, à condition de promouvoir son image, mettre en avant ses atouts diplomatiques et jouer le jeu de la communication à fond se basant sur un projet professionnel en se dotant des moyens communicatifs minutieusement élaborés. Dans ce contexte de crise l'information est plus que jamais un élément crucial, à l'heure où l'actualité est accessible au plus grand nombre et sur tout support, l'Algérie doit accompagner ces mutations en intégrant une stratégie de communication qui s'inscrit parmi les instruments de diplomatie publique efficace et d'envergure internationale, afin d'éviter le repli sur soi et de porter sa voix au monde.

Ce numéro thématique consacré à la géopolitique des médias reflète dans sa composition cet intérêt que nous portons à la discipline, dans un contexte géopolitique en plein remodelage. Une nécessité pressante de déchiffrer et de décoder une actualité bouillonnante, où les médias construisent leurs discours, établissent leurs agendas, et mettent en spectacle, crises, conflits et rapports d'influences.

De part leurs contributions, les auteurs de ce numéro, ont l'ambition de faire le point sur les différents aspects de la géopolitique des médias et ce en proposant une pluralité de regards épistémologiques.

Ce numéro ne prétend pas à l'exhaustivité mais plutôt à une couverture analytique introductive à une discipline récente ouverte à la réflexion.

Souhaitons que ce dispositif permette aux étudiants, chercheurs et enseignants de cerner au mieux la réalité changeante des médias et de la communication sous cet angle nouveau qu'est la géopolitique des médias.

**Dr Cherif DRIS et  
Dr Nawel FERAHTIA  
ENSJSI, Alger**

# SOMMAIRE

**I-Editorial ..... 9**

**Par Dr. Cherif DRIS et  
Dr. Nawel FERAHTIA**

*Ecole Nationale Supérieure de  
Journalisme et des Sciences de l'Information*

**II- Géopolitique des médias et espace médiatico.....15  
culturel globalisé.**

**Par Pr. Abdesselam BENZAOUI**

*Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure de  
Journalisme et des Sciences de l'Information*

**III- Rôle des grands groupes médiatiques.....37  
occidentaux dans la diffusion du modèle culturel  
occidental (l'impérialisme culturel)**

**Par : Pr.Mohamed Lakhdar MAOUGAL**

*Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure de  
Journalisme et des Sciences de l'Information*

**IV- Les dynamiques de fusion-acquisitions.....57  
dans le secteur des médias : enjeux et implications**

**Par : Dr DRIS Cherif**

*Maître de Conférences à L'Ecole Nationale  
Supérieure de Journalisme et des Sciences  
de l'Information*

**V- Les Médias acteurs géopolitiques, genèse .....79  
et perspectives**

**Par : Dr. Nawel FERAHTIA**

*Maître de Conférences à L'Ecole Nationale  
Supérieure de Journalisme et des Sciences  
de l'Information*

**VI- Le discours fondamentaliste de Daesh :.....115**  
**la violence entre idole et icône**

**Par : Malika LAMOUDI BELGACEM**

*Maître Assistante à L'Ecole Nationale  
Supérieure de Journalisme et des Sciences  
de l'Information*

# الفهرس

1. أثر دور وسائل الإعلام في تشكيل الجماعات الإرهابية  
بالمنطقة الساحل-مغربية: نموذج الحراك الاجتماعي  
العربي.....13

أ. أحمد إسماعيل بوشناق

أستاذ باحث بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3-

أ. مرادي إكرام وفاء

أستاذة باحثة بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3-