

ISSN 2414-2565

CAHIERS DU GReMS

Revue annuelle du Groupe de Recherches
en Morphosyntaxe et Sémantique



N°07 Décembre 2022

CAHIERS DU GReMS

**Revue annuelle du Groupe de Recherches
en Morphosyntaxe et Sémantique**

Cahiers du GReMS

Revue du Groupe de Recherches en Morphosyntaxe et Sémantique

Université Marien Ngouabi

Faculté des Lettres, Arts et des Sciences humaines

BP : 2642- Brazzaville (Congo)

Courriel : *cahiersdugrems@gmail.com*

Directeur de publication : Édouard Ngamountsika, Professeur Titulaire, Cames

Rédacteur en chef : Etienne Bellarmin Iloki, PT, *Chef de parcours de Langue et Littérature françaises*

Comité scientifique : Pr Abolou Camille Roger, Université de Bouaké, Pr Abou Napon, Université de Ouagadougou, Pr Benzitoun Christophe, Université de Lorraine, Pr Ndongo-Ibara Yvon Pierre, Université Marien Ngouabi, Pr Lefeuvre Florence, Université Paris III, Pr Ibrahim Diakhoumpa, Université Gaston Berger, Pr Irié Bi Gohy Mathias, Université de Bouaké, Pr Mbanga Anatole, Université Marien Ngouabi, Pr Massoumou Omer, Université Marien Ngouabi, Pr Makosso Jean-Félix, Université Marien Ngouabi, Pr Ngassaki Basile Marius, Université Marien Ngouabi, Pr Moussa Daff, Cheikh Anta Diop, Pr Moussirou Mouyama Auguste, Université Omer Bongo, Pr Noumssi Gérard, Université de Yaoundé I, Université de Bouaké, Pr Siouffi Gilles, Université Paris IV, Sorbonne, Pr Rosier Laurence, ULB , Pr Peter Blumenthal, Université de Cologne, André Thibault, Université Paris IV .

Comité de lecture : Germain Eb'aa, Bellarmin Iloki, Nombo Augustin, Albert Gandonou, Jean-Aimé Pambou, Loussakoumounou Alain Fernand, Jean-Alexis Mfoutou (Rouen), Eloundou Eloundou Venant.

Comité de rédaction : Elongo Arsène, Marc Cheymol, Fernand Otsiema Guellely, Lionnel Kindziala - Kindziala, Alain Ferdinand Raoul Loussakoumounou, Moukougou Sidoine Romaric, Gombé - Apondza Guy Roger Cyriac, Odjola Régine.

Couverture : Sculpture en bronze de Rémy Mongo-Etsion

Publié par le *Parcours Langue et littérature françaises*

ISSN 2414-2565

Avis aux auteurs**Feuille de styles**

La structure d'un article scientifique en lettres et sciences humaines se présente comme suit : Pour un article qui est une contribution théorique et fondamentale : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction (justification du thème, problématique, hypothèses/objectifs scientifiques, approche), Développement articulé, Conclusion, Bibliographie.

- Pour un article qui résulte d'une recherche de terrain : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction, Méthodologie, Résultats et Discussion, Conclusion, Bibliographie.

Les articulations d'un article, à l'exception de l'introduction, de la conclusion, de la bibliographie, doivent être titrées, et numérotées par des chiffres (exemples : 1. ; 1.1. ; 1.2 ; 2. ; 2.2. ; 2.2.1 ; 2.2.2. ; 3. ; etc.).

3.4. Les passages cités sont présentés en romain et entre guillemets. Lorsque la phrase citant et la citation dépassent trois lignes, il faut aller à la ligne, pour présenter la citation (interligne 1) en romain et en retrait, en diminuant la taille de police d'un point.

3.5. Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, de la façon suivante :

- (Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur. Nom de l'Auteur, année de publication, pages citées) ;
- Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur. Nom de l'Auteur (année de publication, pages citées).
- Exemples :
- En effet, le but poursuivi par M. Ascher (1998, p. 223), est « d'élargir l'histoire des mathématiques de telle sorte qu'elle acquière une perspective multiculturelle et globale (...), d'accroître le domaine des mathématiques : alors qu'elle s'est pour l'essentiel occupé du groupe professionnel occidental que l'on appelle les mathématiciens (...) ».
- Pour dire plus amplement ce qu'est cette capacité de la société civile, qui dans son déploiement effectif, atteste qu'elle peut porter le développement et l'histoire, S. B. Diagne (1991, p. 2) écrit :

Qu'on ne s'y trompe pas : de toute manière, les populations ont toujours su opposer à la philosophie de l'encadrement et à son volontarisme leurs propres stratégies de contournements. Celles-là, par exemple, sont lisibles dans le dynamisme, ou à tout le moins, dans la créativité dont sait preuve ce que l'on désigne sous le nom de secteur informel et à qui il faudra donner l'appellation positive d'économie populaire.

- Le philosophe ivoirien a raison, dans une certaine mesure, de lire, dans ce choc déstabilisateur, le processus du sous-développement. Ainsi qu'il le dit :

le processus du sous-développement résultant de ce choc est vécu concrètement par les populations concernées comme une crise globale : crise socio-économique (exploitation brutale, chômage permanent, exode accéléré et douloureux), mais aussi crise socio-culturelle et de civilisation traduisant une impréparation socio-historique et une inadaptation des cultures et des comportements humains aux formes de vie imposées par les technologies étrangères. (S. Diakité, 1985, p. 105).

3.6. Les sources historiques, les références d'informations orales et les notes explicatives sont numérotées en série continue et présentées en bas de page.

3.7. Les divers éléments d'une référence bibliographique sont présentés comme suit :

NOM et Prénom (s) de l'auteur, Année de publication, *Zone titre*, Lieu de publication, Zone Éditeur, pages (p.) occupées par l'article dans la revue ou l'ouvrage collectif.

Dans la zone titre, le titre d'un article est présenté en romain et entre guillemets, celui d'un ouvrage, d'un mémoire ou d'une thèse, d'un rapport, d'une revue ou d'un journal est présenté en italique. Dans la zone Éditeur, on indique la Maison d'édition (pour un ouvrage), le Nom et le numéro/volume de la revue (pour un article). Au cas où un ouvrage est une traduction et/ou une réédition, il faut préciser après le titre le nom du traducteur et/ou l'édition (ex : 2^{de} éd.).

SOMMAIRE**KOFFI KOUADIO**

Analyse illocutoire des proverbes allemands et anoh,
et comparaison de leurs structures phraséologiques.....9

DANHO Yayo Vincent

Parenthèses et intelligence narrative dans les textes romanesques
d'Ahmadou Kourouma 33

MBOUP Mansour El Hadji

Teaching and learning English: A case study of length and lengthening
by French speaking learners.....45

OTSIEMA GUELLELY Ferdinand

Les emplois de l'adverbe « déjà » dans *Le Pleurer-rire* d'Henri Lopes.....55

KAKOU BI TRAH Alphonse Cheriff,

La sémiotique, une ressource interprétative : une analyse de la résistance
chez le moustique 69

BADO DIBIÉ ET SOUGUE OBOUSSA

Langue, langage et ésotérisme dans le roman *Crépuscule des temps anciens*
de Nazi Boni Boni.....77

KANAZOE Sénon

Les difficultés d'accord du verbe avec son sujet chez les scolaires burkinabè :
le cas des apprenants des classes de quatrième.....91

EYANG NDONG Exthasis, épse ABOGO Ntoutoume et PAMBOU Jean-Aimé

La phrase et sa structure, outil d'interprétation du texte littéraire
dans un contexte scolaire gabonais.....107

AKA Niamkey

Les symboles de la communication locale dans le processus
du développement local.....125

ATSÉ N'Cho Jean-Baptiste

Diversité linguistique et notion de gouvernance
chez les peuples de Côte d'Ivoire.....133

MOUKOUKOU Sidoine Romaric

La francisation des unités lexicales dans les productions littéraires
chez quelques écrivains congolais.....153

IDOUKOU Camille,

La poétique dans les berceuses Koyo.....165

LES SYMBOLES DE LA COMMUNICATION LOCALE DANS LE PROCESSUS DU DÉVELOPPEMENT LOCAL

Niamkey Aka,

Université Alassane Ouattara – Bouaké – Côte d'Ivoire

Email : niakayo2@yahoo.fr

Résumé : *La communication, au niveau local, s'inscrit dans la construction de l'image que la collectivité a de sa localité. Cette démarche s'appuie sur les symboles issus de l'histoire et de la réalité des acteurs locaux. Ces éléments façonnent leur mode de penser et l'orientation de leurs activités pour le développement de la localité. Dès lors, la communication se positionne comme l'élément fondamental du construit de la représentation sociale et l'outil de la socialisation des acteurs locaux.*

Mots clés : *Acteurs, communication, développement, image, local, représentation, social.*

Abstract: *Communication, at the local level, is part of the construction of the image that the community has of its locality. This approach is based on symbols from the history and reality of local actors. These elements shape their way of thinking and the orientation of their activities for the development of the locality. Therefore, communication is positioned as the fundamental element of the construct of social representation and the tool for the socialization of local actors.*

Keywords : *Actors, communication, development, image, local, representation, social.*

Introduction

L'émergence de la notion de « développement local » se fait dans le courant des années 1970 et 1980. En effet, avant les années 1970, la notion de « local » était presque inexistante dans la littérature sur le développement régional. Mais l'avènement du « local » comme référent incontournable se situerait davantage au début des années 1980, en réponse, notamment, à la perte de légitimité de l'État nation.

Pierre HAMEL (1989) appréhende le « développement local » comme une stratégie alternative à la planification centralisée ou au modèle de développement par le haut. Selon lui, c'est aussi une vision du développement qui met l'accent sur le territorial par opposition au sectoriel, proposant aussi une intégration des dimensions économiques et sociales et cultivant le dépassement des antagonismes. Il ajoute que la notion du développement local se comprend avant tout comme la volonté des acteurs locaux d'intervenir plus directement dans la planification et dans l'aménagement de leur milieu, notamment en ce qui concerne les conditions de développement. C'est à ce niveau qu'émergent et se restaurent les notions de médiation, de symbole, d'image et de représentation. Elles permettent d'appréhender la vision et les enjeux des acteurs locaux.

La médiatisation, la symbolique, l'image, c'est-à-dire la représentation, participent d'une rhétorique politique dans laquelle s'inscrit la communication locale.

Halsall (1988) révèle que les collectivités locales ont découvert, depuis peu, que la communication est un instrument de pouvoir. Elles commencent à découvrir aussi que la communication est une forme de l'action, qu'elle est de l'action sur le registre symbolique, non moins efficace, parfois, pour la gestion des services collectifs, que les financements, les travaux, les décisions.

Dans cette optique, la communication participe d'un système complexe qui prend en compte tout ce qui se passe lorsque des individus entrent en interaction et fait intervenir à la fois des processus cognitifs et affectifs. Cette approche de la communication se positionne comme l'ensemble des actes qui visent à modifier des représentations et des comportements ou à renforcer la solidarité. En outre, elle vise à promouvoir le dialogue, la concertation, la participation à l'analyse des situations et à la gestion du développement et la mobilisation. Elle permet de renforcer la réflexion et la prise de conscience des populations locales sur les problèmes de développement et sur les actions concrètes mises en œuvre. Dès lors, la communication locale permet d'atteindre un consensus sur les actions. C'est pourquoi, au niveau local, la question de la proximité est une donnée considérable dans le processus de la communication. Elle est organisée à partir des relations entre les individus, entre les groupes, l'organisation de l'espace et de l'habitat, les événements et le quotidien. En un mot, la communication locale est le reflet de l'indispensable communication des collectivités locales.

Par ailleurs, le terme local renvoie à la notion de territoire. Parler du développement local revient à appréhender le territoire dans ses multiples dimensions : politiques, culturelle, administrative etc, avec ses acteurs. Ainsi, le territoire se présente comme un espace de concentration de ressources disponibles dans le processus de production et de développement. A ce niveau, la communication s'adapte le droit de s'inscrire dans une dynamique de construction et de reconnaissance de codes communs que s'attachent les acteurs afin que « la mise en représentation de l'espace local soit comprise par l'ensemble des citoyens qui l'occupent et par ceux qui le traversent. » (Maryse S. et Stéphane W., 1995, p.4). On pourrait alors se demander comment la communication locale construit-elle cette image ? Quelle représentation la collectivité se fait-elle de son territoire ? Quels sont les symboles de la socialisation de la collectivité ?

1. Du rôle de la communication locale dans le construit de la représentation sociale du local

Pour Djahidja Guerboub (2015), la communication ne peut pas se réduire à un simple cadre d'échange d'information. Elle doit tenir compte de l'influence qu'elle exerce sur autrui. Elle soutient que la communication doit rendre l'image d'une organisation, d'une collectivité territoriale plus appropriée et plus favorable en mettant en avant leurs marques et en renforçant les liens entre l'émetteur et le récepteur du message qui peut être les citoyens, l'usager. Ceci permet de positionner le « produit » et l'organisation vis-à-vis de la cible définie et de donner un sens à son existence, notamment à travers l'atteinte des objectifs visés. En effet, Djahidja Guerboub définit la communication comme un échange d'information et de transmission de sens, en utilisant un ensemble d'outils et de moyens qui facilitent la transmission des messages.

Ainsi, en diffusant des informations en rapport avec le territoire, la communication présente divers avantages et influence sa cible mettant en relief le meilleur positionnement en diffusant la meilleure image pour le territoire. C'est pourquoi, la communication doit être associée à la promotion d'une perception constructive qu'a une collectivité. La ville algérienne "Tlemcen" selon Belkaid Esmâ et Benhabib Abderrezak, représente un exemple palpable dans ce domaine car son image est liée aux qualificatifs de « apaisées, historique, conviviale, tranquille, riche et calme, attribués » par ses visiteurs. De ce point de vue, la communication territoriale a le devoir de faire la promotion du territoire, mobiliser les acteurs, les décideurs et les citoyens, et enfin animer la démocratie locale. Cette mobilisation des acteurs locaux se construit à travers la représentation que se fait la collectivité de son territoire.

En effet, la représentation sociale est un mode spécifique de connaissance. Dans un groupe social donné, la représentation d'un objet correspond à un ensemble d'informations, d'opinions, et de croyances relatives à cet objet. La représentation va fournir des notions prêtes à l'emploi, et un système de relations entre ces notions permettant aussi, l'interprétation, l'explication, et la prédiction.

Herzlich (1969) précise que travailler sur une représentation, c'est observer comment cet ensemble de valeurs, de normes sociales, et de modèles culturels, est pensé et vécu par des individus de notre société ; étudier comment s'élabore, se structure logiquement, et psychologiquement, l'image de ces objets sociaux.

Selon Durkheim (1899) la société forme un tout, une entité originale, différente de la simple somme des individus qui la compose. En parlant de représentation collective, Durkheim fait apparaître une idée de contrainte sur l'individu : la représentation impose à l'individu des manières de penser et d'agir, et se matérialise dans les institutions sociales au moyen de règles sociales, morales, juridiques. On retiendra de Durkheim, l'idée d'une supériorité des éléments sociaux : conscience collective et représentation collective, sur les éléments individuels. Les manières de penser et d'agir résultent de l'image construite à partir de l'ensemble des messages et des informations reçus par les habitants de la localité. Car l'image est l'expression symbolique de la représentation que produit la collectivité. Abric (1987) précise que :

« La représentation sociale est le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe, reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique ».

Pour Jodelet (1989), les représentations sociales sont des systèmes d'interprétation régissant notre relation au monde et aux autres qui, orientent et organisent les conduites et les communications sociales. Les représentations sociales sont des phénomènes cognitifs engageant l'appartenance sociale des individus par l'intériorisation de pratiques et d'expériences, de modèles de conduites et de pensée.

Selon Moscovici (1989), le construit de la représentation sociale s'articule autour de trois éléments fondamentaux et interdépendants ; la communication, la reconstruction du réel et la maîtrise de l'environnement.

La communication s'organise et s'impose à partir d'un code imprimé à la collectivité dans les échanges et un code pour se reconnaître dans leur histoire

individuelle ou collective.

Quant à la reconstruction du réel, Jodelet affirme que les représentations nous guident dans la façon de nommer et de définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours ; dans la façon de les interpréter, de statuer sur eux et le cas échéant de prendre une position à leurs égards et de la défendre.

La maîtrise de l'environnement par le sujet se présente comme l'ensemble de ces représentations ou de ces connaissances pratiques qui permet à l'être humain de se situer dans son environnement et de le maîtriser.

De ces trois éléments caractéristiques, la communication tient un rôle prépondérant. Elle permet de comprendre et d'expliquer la réalité de la collectivité. Elle saisit cette image, la reproduit afin qu'elle corresponde à la représentation construite par la collectivité.

En tout état de cause, la communication guide les comportements et les pratiques et justifie les prises de position et les attitudes. C'est pourquoi Maryse S. et Stéphane W. (1995, p.43) soulignent qu'« elle s'attache tout autant aux problématiques identitaires, aux comportements socioculturels, à l'espace relationnel des groupes humains ». Dans ce contexte, on pourrait, sans risque de se tromper dire que la communication est, au plan local, l'un des éléments de réponse aux besoins de socialisation et aux besoins identitaires. A ce niveau, elle se positionne comme l'instrument nouveau de l'orientation et de la régulation des enjeux de la socialisation de la collectivité locale. Elle devient alors une nouvelle façon de penser les perceptions d'une population dans son rapport au réel. C'est en cela que la communication locale ne s'affuble pas des outils traditionnels de communication, mais elle s'inscrit dans l'organisation et le fonctionnement des services collectifs, signes de la socialisation.

Les services collectifs s'organisent de sorte à avoir un impact positif sur l'image de la collectivité locale. A cet effet, ils mettent un point d'honneur à créer l'unanimité et l'adhésion de tous autour des activités d'intérêt général. La satisfaction des citoyens vis-à-vis des services collectifs de leur localité façonne positivement l'image de la collectivité et par ricochet la représentation qu'elle se fait. La satisfaction se range, de ce fait, dans la reconnaissance qu'ont les citoyens des actions publiques. Ce savoir-faire local crée une relation de confiance entre tous les citoyens. Dès lors, l'organisation des services publics se présente comme le socle de la communication locale.

2. La représentation sociale de la localité

Serge Moscovici (1989), affirme que le concept de représentation sociale désigne une forme de « connaissance, socialement élaborée et partagée ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social ». Pour lui, les représentations sociales sont à la fois générées et générantes, produites à travers l'interaction individuelle et collective, puisqu'elles sont porteuses d'un dynamisme. Il affirme que le concept de représentations sociales permet donc d'appréhender les représentations comme un phénomène collectif capable de transformer des groupes et des nouvelles conduites. Ainsi, les représentations sociales se construisent à travers la réalisation d'un double processus d'objectivation et d'ancrage. En outre, c'est dans cette optique que l'image renvoie aux représentations que chacun se fait à partir d'une perception pluri-sensorielle et de l'expérience sensible

(individuelle ou collective) d'une réalité.

Les acteurs d'une localité sont à la fois acteurs et récepteurs de l'image. Ils sont acteurs dans l'évolution de l'image, récepteurs et vecteurs de cette image. L'image d'une collectivité locale se structure autour de trois axes fondamentaux : le rapport à l'histoire ; la cohérence des symboles et l'adhésion de tous dans les activités collectives. Ce principe de l'image conditionne la mise en place d'une stratégie de communication locale.

L'histoire commune consolide la vision de la collectivité et lui permet d'anticiper sur l'avenir. A ce sujet, les acteurs locaux se servent du passé comme ferment de leur unité afin d'interagir au mieux pour une image forte et positive de leur localité. C'est pourquoi, pour raffermir cette histoire, la reconnaissance en des symboles est nécessaire. Elle crée l'unanimité dans l'appréciation de la représentation que la collectivité se fait de son territoire et les symboles se présentent comme les fondements de cette image. Les symboles construisent également la personnalité de la collectivité et lui donnent une âme dans la réalisation des activités collectives. Ces symboles se présentent, dès lors, comme un code que chaque membre de la collectivité doit comprendre afin de pouvoir communiquer avec les autres. C'est à partir des rapports aux symboles que les acteurs s'inscrivent dans une communication avec les autres. Cette mise en communication, cette mise en rapport de l'homme avec l'homme et de l'homme avec les symboles traduit des comportements coopératifs qui demeurent le fondement de l'action collective. Ils mettent en évidence l'ensemble des relations interpersonnelles dans lesquelles s'inscrivent les acteurs territoriaux. On se rend alors compte que certaines valeurs président aux relations entre les membres de la collectivité qui ne sont pas nécessairement formalisées. Elles sont liées à l'histoire et aux symboles.

Dans cet élan, Jean-Claude Abric (1994) dans ses analyses sur les représentations sociales, affirme que celles-ci permettent aux acteurs de se servir de leurs expériences et de leurs relations et de les associer à un environnement favorable. Cet environnement est le lien qui lie toute la collectivité autour d'un symbole, autour de la personnalité de la localité. Pour Abric, les représentations sociales guident les comportements tout autant que les pratiques des acteurs sociaux. Elles leur permettent de justifier les prises de position et les comportements. Il soutient que les représentations sociales sont la trame de la vie en société surtout dans un territoire qui est un espace vécu et où le lien social est dense. Enfin, pour Denise Jodelet, les représentations sociales sont des savoirs socialement élaborés et partagés entre les membres d'une organisation et qui concourent à la construction sociale de leur réalité. Elle avance que toute représentation est déterminée par un contenu qui se relie à un objet. Aussi, affirme-t-elle, toute représentation sociale est représentation de quelque chose et de quelqu'un, c'est-à-dire d'un individu, d'une famille, d'un groupe, d'une classe, etc. C'est pourquoi, une utilisation dynamique des représentations sociales surtout à travers la saisie de leurs fonctions permet de comprendre en quoi elles peuvent être déterminantes dans le développement local.

Dans cet élan, Willem Doise (1990), soutient que les représentations sociales génèrent des statuts sociaux dans un ensemble de relations et qu'elles organisent des mécanismes symboliques qui participent aux relations sociales. Il précise que dans l'étude des représentations sociales l'on doit tenir compte des transformations qui peuvent avoir lieu entre les acteurs, puisqu'elles sont ancrées dans des expériences

sociales, dans des manières de penser, des comportements ou même dans des actions auxquelles adhèrent les acteurs. Cet auteur suggère ainsi de s'intéresser à l'impact qui se produit entre les relations interpersonnelles, les statuts sociaux et même au niveau idéologique des relations sociales.

3. Les Symboles de la socialisation de la collectivité

La communication est trop souvent comprise comme un ensemble de techniques matérialisées par des supports distincts et spécifiques. Cependant, au niveau local, la situation se présente autrement, « la communication des acteurs du territoire se réalise à travers le patrimoine, les réussites économiques, les personnalités originales, etc. Il s'agit de favoriser une expérience collective du territoire » (Stephane Olivesi, 2013, p.125). C'est dans ce sens qu'il faut distinguer, dans les collectivités locales, les moyens et les lieux de socialisation des équipements collectifs. Pour donner une identification à un espace, on construit des équipements dont la démesure est trop souvent la seule symbolique. Or, parce qu'un équipement induit une pratique, il exclut d'emblée ceux qui ne se reconnaissent dans cette pratique et, plutôt que de socialiser, il différencie. Symboliser un espace par un équipement peut être vecteur de communication mais ne peut pas refléter la volonté de fédérer une population. Mais, il importe que les habitants s'approprient l'équipement, l'utilisent régulièrement pour qu'il se transforme véritablement en lieu de socialisation. C'est pourquoi, la participation des populations dans les décisions tendant à développer leur milieu est impérieuse.

En effet, l'approche participative est un outil permettant l'association active et responsable des populations. Elle est basée sur l'instauration d'un dialogue avec la population, fondée sur le concept de participation et de partenariat. La méthodologie d'approche participative est novatrice à plus d'un titre. Elle a pour objectif principal d'associer étroitement les populations dans la conception et la gestion de toutes les activités de développement de leur milieu. Ce qui entraîne une plus grande implication de la population dans la vie de la localité ; donc une communication centrée sur les besoins de la population tels que le besoin de la construction d'un stade, d'une école, d'un marché, d'un centre culturel etc. L'approche participative contribue de ce fait au développement socio-économique de la localité. Ces espaces permettent l'appropriation et favorisent la socialisation, car ils servent à rythmer la vie dans l'espace collectif. Ces services publics sont de puissants vecteurs de la communication locale. En outre, la participation de la population constitue en elle-même l'outil indéniable de la socialisation. Parlant de la socialisation, Dominique Wolton (1989, p. 27-42) précise qu'elle est

« l'ensemble des scènes, plus ou moins institutionnalisées, où sont exposées, justifiées et décidées des actions concertées et orientées politiquement. Tournée vers la participation à la délibération collective, l'action en commun y est régie par les modalités de l'agencement entre espace social et espace politique ».

Par ailleurs, l'incohérence des règles d'accès à ces services, l'indifférence face aux demandes sociales, la mauvaise organisation peuvent avoir des conséquences

graves sur les fondements de la collectivité. La communication n'est plus seulement une technique mais une analyse des symboles de la socialisation. Elle est la façon de penser l'action, de prendre en compte les populations à partir de leurs pratiques sociales. L'implication et les pratiques créent la confiance. Et la confiance, présentée alors comme un « lubrifiant des relations sociales » (Arrow, 1974), rend possible la répétition des actes de coopération et devient, ce faisant, une modalité de coordination entre acteurs. La fréquence des interactions entretient les conditions de mise en accord des acteurs du territoire sur la nature et l'orientation du projet qu'ils entendent mettre en œuvre. Les habitudes de coopération favorisent, à cet effet, l'adoption par les acteurs de positions consensuelles. Ils parviennent, par ce biais, à contrer plus efficacement la survenue des problèmes et à s'accorder sur les priorités. Cette socialisation rend compte de la capacité des acteurs à se reconnaître des enjeux communs et à se les approprier.

Ces enjeux vont alors faciliter leurs capacités d'entreprendre et d'anticipation tout en régulant leur liberté de conduite et d'action. Ce qui favorisera une meilleure compréhension entre les agents, encourageant la transparence et la circulation d'informations et, par la même occasion, faciliter la coopération entre les acteurs en contribuant à stabiliser et à renforcer des comportements interindividuels qui favoriseront l'attractivité locale. Ainsi, cette relation de coopération va améliorer la qualité de la coordination locale. Il apparaît alors que ces réseaux locaux sont vecteurs de ressources qui peuvent être mobilisées dans une perspective de développement local. C'est dans ce sens qu'une action de développement local réunit habituellement les éléments suivants : une mise en commun d'efforts dans un processus concerté, le partage d'un diagnostic de départ, une volonté de coopérer, une action en réseau, l'accès à des capacités technologiques, l'accès aux sources de financement, une composante démocratique au sens où les porteurs de l'action ont des comptes à rendre à la collectivité. Enfin, le développement local doit favoriser l'émergence d'une certaine créativité.

La mise en œuvre d'actions communes de développement territorial suppose, en effet, une certaine qualité du tissu social local. Ces projets de territoire caractérisent une volonté d'agir en commun à partir d'un diagnostic partagé. Cette ambition s'appuie sur des représentations et un savoir-faire collectif qui oriente et influe sur l'action, sur le développement local.

Bernard PECQUEUR (1996) voit le développement local comme marqué par le territoire, cet « espace [...] de coopération entre différents acteurs avec un ancrage géographique pour engendrer des ressources particulières et des solutions inédites ». André JOYAL (2002) définit, quant à lui, le développement local comme les efforts entrepris par les acteurs des localités et des régions qui connaissent des problèmes (déclin, déprise, ralentissement de l'activité) en vue d'améliorer le sort des populations qui y vivent. La mise en commun crée la coopération et entretient les symboles de la socialisation.

Conclusion

La communication locale se présente comme l'ensemble des actes qui visent à orienter des représentations et des comportements et à renforcer les solidarités. Elle permet d'atteindre un consensus. Pour y arriver, la communication locale se positionne comme le socle du construit de la représentation qu'ont les acteurs de leur territoire.

Elle s'appuie alors sur l'histoire commune des acteurs avec pour ferment, la capacité de se reconnaître dans des symboles tels que les outils de la solidarité et de la socialisation. Car la solidarité autour des actions collectives est à l'origine de la socialisation née de la représentation que les acteurs ont de la réalité de leur territoire.

En tout état de cause, les acteurs territoriaux ont besoin d'une vision commune, une sorte de ciment culturel et historique permettant de structurer le collectif au travers d'un projet, ou d'une mission. Aussi, la communication locale permet-elle de renforcer la réflexion et la prise de conscience des populations sur les problèmes de développement et sur les actions concrètes mises en œuvre.

Références bibliographiques :

- ABRIC Jean-Claude, 1994, *Pratiques Sociales et Représentations*, Paris, Presses Universitaires de France, 2ème édition 1997.
- ARROW Kenneth J. 1974, *Les limites de l'organisation*, Paris, PUF, 1976.
- BELKAID Esma et BENHABIB Abderrezak, 2009, « La marque ville comme moteur de développement de la ville en tant qu'unité territoriale », *Revue d'économie et de Management*, volume 8, numéro 2, pp. 11-28
- DOISE Willem, 1990, « Les représentations sociales », in: Rodolphe GHIGLIONE, Claude BONNET et Jean-François RICHARD (dirs), *Traité de psychologie cognitive*, vol. 3. Cognition, représentation, communication, Paris, Dunod, 111-174.
- DJAHIDJA Guerbourb, 2015, Marketing territorial et développement local : quel apport pour la communication territoriale ? Cas des communes de bejaia et d'el-kseur in *Les cahiers du cread* n°112, pp. 61-84
- HALSALL Albert, 1988, *L'Art de convaincre, le récit pragmatique, rhétorique, idéologique, propagande*. Toronto: Paratexte.
- JODELET Denise., 1989, *Folies et représentations sociales*, Paris, PUF.
- JOYAL André, 2002, *Le développement local. Comment stimuler l'économie des régions en difficulté*, Sainte-Foy, Les Éditions de l'IQRC.
- MOSCOVICI Serge, 1989, *Des représentations collectives aux représentations sociales*, Paris, PUF
- OLIVESI Stephane, 2013, *Sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, PUG.
- PECQUEUR Bernard, 1996, *Dynamique territoriale et mutations économiques*, Paris Edition Harmathan.
- HAMEL Pierre, 1989, Développement local et action communautaire à l'heure du néo-corporatisme in "l'autre économie. Une économie alternative, pp. 261-276", Québec, les presses de l'Université du Québec, Collection : Etudes d'économie politique.
- SOUCHARD Maryse et WAHNICH Stéphane, 1995, *La communication politique locale*, Paris, PUF.
- WOLTON Dominique, 1989, communication politique : construction d'un modèle, *Hermès* n°4, le nouvel espace public, pp. 27-42