

Ministère des Enseignements

Secondaire supérieur

Institut Supérieur d'Informatique et de

Gestion (ISIG-International)

Burkina-Faso

Unité-Progrès-Justice



Rapport de stage de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Licence professionnelle en communication d'entreprises et des institutions

**Thème : TIC ET MEDIA PUBLICS AU
BURKINA FASO : CAS DE LA WEBDIFFUSION DE
LA RTB**

Stage effectué du 1^{er} Novembre au 31 Décembre 2012 à la RTB

Présenté par :

KABORE KISWENDSIDA JULES CESAR

Maître de stage :

M. Aboubakar SANFO

Journaliste à la webdiffusion

Professeur de suivi :

Dr Emile BAZYOMO

Enseignant chercheur à l'ISIG

Juillet 2013

Sommaire

Sommaire -----	2
Dédicaces -----	3
Remerciements -----	4
Préambule -----	5
INTRODUCTION GENERALE -----	8
I-INTERET DE L'ETUDE -----	9
II- GENERALITES ET DEFINITIONS DES CONCEPTS -----	11
III-DEFINITION-----	13
1ère PARTIE -----	18
SECTION A -----	19
Chapitre I : PRESENTATION DE LA RTB -----	19
CHAPITRE II : LA WEBDIFFUSION -----	26
CHAPITRE III : LE SITE WEB DE LA RTB -----	29
CHAPITRE IV : LA MISE EN LIGNE DES EMISSIONS -----	32
SECTION B : LA GESTION, L'ANIMATION ET LA PROMOTION D'UN SITE WEB-----	34
2ème Partie: -----	37
A- CADRE METHODOLOGIE -----	38
B- LES PUBLICS DE LA WEBDIFFUSION DE LA RTB ET LEURS NIVEAUX DE SATISFACTION---	40
CONCLUSION GENERALE -----	52
BIBLIOGRAPHIE - -----	53
LISTE DES ANNEXES -----	55
TABLE DES MATIERES -----	60

DEDICACE

- A DIEU ;
- A ma famille ;
- A toi papa Sylvain KABORE ;
- A toi maman Mélanie KABORE;
- A ma sœur Mathilde KABORE ;
- A mes amis ;
- A vous tous qui nous avez soutenu tout au long de cette formation !

Merci pour votre amour qui nous démontre que l'immensité de l'océan ne peut en rien égaler l'immensité de la tendresse que vous avez pu nous procurer.

REMERCIEMENTS

Nos sentiments de reconnaissance et de gratitude vont à :

- ✓ Dr Emile BAZYOMO, notre professeur de suivi qui nous a apporté soin, soutien et consolation tout au long de notre périple. Pour beaucoup, nous lui sommes redevable ;
- ✓ Monsieur Aboubakar SANFO, maitre de stage pour sa disponibilité, son engagement et pour la délicatesse à notre égard ;
- ✓ Au corps professoral

- ✓ M. Bertrand SOME commercial à la RTB
- ✓ nos parents pour leur attachement encouragement par bien de manières ;
- ✓ Monsieur Ulrich NIAMBA, Ingénieur documentaliste et responsable de la bibliothèque de l'ISIG-International ;
- ✓ Tout le personnel de la webdiffusion de la RTB notamment monsieur Adama OUEDRAOGO, Jean Baptiste DIPAMA, Wilfried HIEN, Laurentine BAYALA, Harouna MARE, Dramane GUENE, Didier COMPAORE, Florence ZANGO, Armand TIENDREBEOGO ;
- ✓ Aux uns et aux autres, nous formulons nos sincères et cordiaux remerciements.

Préambule

PRESENTATION DE ISIG¹

C'est dans un contexte socio-économique et d'accroissement des besoins de formation en informatique et dans les spécialités voisines (Assistance de Direction) que l'ISIG a vu le jour en octobre 1992 par arrêté N°092-125/ESSRS3/DCHP3DEST du 21-10-1992 sous le statut d'entreprise personnelle. L'ISIG comptait cinq (05) employés permanents et trente et un (31) étudiants. Première école privée d'enseignement supérieure au Burkina Faso, l'ISIG ouvre le premier cycle de formation en Brevet de Technicien Supérieur (BTS) informatique de gestion. Cette entreprise personnelle va évoluer pour donner aujourd'hui une Société à Responsabilité Limitée (SARL) sous la dénomination de « ISIG INTERNATIONAL ». Comment s'est donc effectuée cette évolution ?

L'ISIG est créé en octobre 1992 sous le statut d'entreprise personnelle agréé par l'État par arrêté N°092-125/MESSRS/SG/DEST du 21-10-1992 et ses modifications arrêté N°2003-089/MESSRS/SG/DGESRS/CNESSP/SP du 16 mai 2003 et arrêté N°2005-244/MESSRS/CAB du 2 décembre 2005 conférant à l'ISIG le statut de personne morale au capital de 50 000 000 francs CFA. Il a pour ambition de devenir une société anonyme (SA).

L'informatique de gestion est la première filière ouverte par le fondateur en octobre 1992 dont la première promotion est sortie en juin..... de Direction (1996), en électronique/maintenance (1997), en Finance Comptabilité (2000), en gestion commerciale (2001), en assurance banque (2006). La dernière filière née au premier cycle est la communication d'entreprise dont la première promotion de niveau Diplôme de Technicien Supérieur (DTS) est sortie en juillet 2009.

Dans le but de toucher le maximum d'étudiants aspirant à une formation supérieure, ISIG BOBO ouvre ses portes à la rentrée académique 2003-2004. Les mêmes filières de formation y sont proposées. La croissance soutenue des effectifs à constituer à l'ouverture d'une annexe à Ouagadougou depuis la rentrée 2009-2010. L'ISIG est désormais un groupe avec trois (03) départements notamment : ISIG HIGH TECH, ISIG BUSINESS SCHOOL et le « Département of English Language » (DEL).

¹ BAMBARA Renathe Zenabou, «*Thème : Rôle et Importance du BRANDING pour une marque : cas de Omo sur les kiosques, boutiques et murs.*», ISIG OUAGA, Rapport de stage de fin de cycle en communication des entreprises et des institutions, 2012

Le groupe emploie de nos jours plus de cinquante (50) salariés hors mis les contractuels et les stagiaires.

Au niveau des étudiants, l'ISIG est à plus de trois mille (3000) étudiants repartis sur les campus ISIG Ouagadougou et ISIG Bobo.

Au regard de cette évolution exponentielle, l'ISIG a besoin d'une structure répartissant au mieux les tâches, les pouvoirs et les responsabilités, et définissant les types de liaisons entre les différents organes afin de coordonner ses activités vers l'objectif fixé.

La structure d'une organisation peut être définie comme la somme des moyens employés pour diviser, répartir, organiser, coordonner et contrôler ses activités. Cette structure est fondée sur ses fonctions, ses organes et leurs modes de liaison, mais surtout sur des théories notamment celles organisationnelles de Frédéric TAYLOR et de Henri FAYOL qui ont inspiré de manière déterminante l'élaboration des structures organisationnelles de l'entreprise. La structure de l'ISIG est caractérisée par une organisation administrative qui dirige les deux (02) campus et une organisation financière s'occupant des affaires financières.

Le PDF assure la coordination de la stratégie de l'ISIG. Il délègue les responsabilités et les attributions à l'équipe. C'est lui qui coiffe tous les membres de l'institut.

L'ISIG est une entreprise privée prestataire de services. Il intervient non seulement dans le domaine de l'enseignement supérieur en offrant une formation professionnelle à ses clients mais aussi dans le domaine de l'emploi car l'ISIG embauche des cadres supérieurs et des cadres moyens qui lui permettent de mener à bien ses activités. A côté de l'enseignement donné, l'ISIG propose à ses étudiants des cours de langue notamment des cours d'anglais, qui viennent renforcer leur niveau en anglais et donc leur opérationnalité sur le plan international.

Finalité

L'intention de devenir un centre d'excellence régional et même international. Avec tous ses diplômes reconnus par le Conseil Africain et Malgache pour l'Enseignement Supérieur (CAMES), l'ISIG acquiert davantage la confiance de ses clients et de ses partenaires nationaux et internationaux.

L'ISIG est une école reconnue sur le plan international. Il existe en son sein plus de 20 nationalités. Ainsi il existe une multitude d'interlocuteurs auxquels s'adresse l'ISIG dans un objectif d'un développement durable.

L'ISIG est membre titulaire du CAMES en juin 2011. Et depuis février 2012, ISIG est devenu Université Aube Nouvelle en abrégé U-Auben !

SIGLES ET ABREVIATIONS

ADSL	: Asymmetric Digital Subs Line
CMS	: Content Management System
FLV	: Flash Video
FM	: Modulation de Fréquence
Http	: Hyper Text Transfer Protocol
IP	: Internet Protocol
Mbps	: Mégabits par seconde
RTB	: Radiodiffusion Télévision du Burkina
TCP	: Transmission Control Protocol
VSAT	: Very Small Aperture Terminal
WWW	: World Wide Web

INTRODUCTION GENERALE

La communication connaît de nos jours un développement et une importance sans précédent. Pour ce faire, la communication impose un autre système de management et de promotion des entreprises qui entendent prospérer et se faire une place de choix dans le contexte actuel de mondialisation des échanges. L'arrivée des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) a révolutionné les manières de travailler surtout dans les espaces médiatiques. Les organisations qui considèrent les TIC comme moyens de communication externe, à l'intention de la masse, comme une priorité ont de meilleures chances d'atteindre leurs objectifs. Les outils de la communication externe sont nombreux et ne cessent de se développer. Ces outils sont, entre autres, les relations publiques, les relations presses et sponsoring, etc. L'utilisation de ces outils repose le plus souvent sur un mix : internet (mail, blog, site web, réseaux sociaux etc.), électronique (ordinateur, téléphone, tablette etc.) et des échanges (interactive). La nouvelle donne est que les technologies de l'information et de communication ont fait leur entrée dans les entreprises et institutions qui les utilisent pour pouvoir être en phase avec l'évolution. Ces mêmes entreprises et institutions utilisent également les TIC pour des raisons économiques (diminution de la consommation du papier) et écologiques (lutte contre la déforestation, la pollution par la limitation des déplacements). Toute organisation a besoin de se rapprocher au maximum de ses interlocuteurs pour être dynamique et efficace. Il y'a une solution globale, relativement peu coûteuse et qui assure le dynamisme de la communication externe : l'internet. Nous verrons au cours de ce travail que l'utilisation de l'Internet entraîne des modifications que ce soit dans le comportement de l'audimat, dans les manières de s'informer de la population et dans l'organisation d'une institution. C'est à cet effet que nous avons choisi pour le thème de notre étude : **«TIC et médias publics au BURKINA FASO: cas de la webdiffusion de la RTB»**. Dans le cadre de notre étude, nous allons structurer notre travail de la manière suivante : la première partie du présent rapport portera sur la présentation de la structure d'accueil. Nous ferons la connaissance de la RTB, à travers son historique et ses missions, ses objectifs, ses activités, sa structure organisationnelle et le fonctionnement de la webdiffusion qui a la charge du portail web de la RTB (www.rtb.bf). La deuxième partie concerne le cadre théorique et méthodologique de notre étude et pour terminer la dernière par la présentation et à l'interprétation des résultats des enquêtes réalisées.

I- L'INTERET DE L'ETUDE

1. DEFINITION DU PROBLEME

Les nouveaux médias offrent aux entreprises des outils indispensables et forts appropriés, venant enrichir l'offre des supports traditionnels de communication. Un autre circuit de distribution de l'information et permet d'informer autrement avec moins d'intrusion (c'est l'internaute qui vient au media, assis dans son fauteuil, face à son écran, et non le contraire, à l'horaire et pour un temps que lui seul maîtrise de manière personnalisée et interactive)².

Des nouvelles habitudes de consommation se développent de plus en plus, les médias sont contraints d'intégrer les TIC dans leur stratégie d'entreprise et dans la conquête d'une audience plus forte qui ne considère pas les frontières. On assiste à la création des blogs et des sites web. Mais après la création d'un site web il faut bien le gérer, l'animer et faire sa promotion pour le faire connaître afin d'attirer un grand trafic. Mais il ne suffit pas d'avoir un site web en ligne bien conçu, bien animé et connu par peu de personnes et qui n'attire pas le trafic escompté. Il faut faire la promotion du site web à travers les sites les plus visités et sur les réseaux sociaux afin d'avoir un trafic souhaité. L'étude vise à montrer comment la rtb a-t-elle pris en compte cette nouvelle donne. L'idée de cette recherche est née d'un besoin personnel de vouloir mieux appréhender la communication de masse à travers les technologies de l'information et de la communication (TIC) particulièrement l'animation et la promotion d'un site web une fois réalisé. Nous avons voulu en abordant ce sujet comprendre surtout comment une télévision qui est un média de masse utilise un autre média l'internet pour une communication de masse.

2-LES OBJECTIFS

L'étude, vise à décrire pourquoi la RTB s'est lancée dans la webdiffusion d'abord comment elle gère, anime ensuite comment elle fait la promotion de son site web. Cette description permettra aussi de relever les points d'insuffisance à corriger. Pour y arriver elle répondra en priorité aux questions suivantes :

² Communicator: toute la communication d'entreprise, Marie Hélène WESTPHALEN, Thierry LIBAERT 5^e édition DUNOD

- Quelles stratégies pour une gestion efficace de la diffusion d'une télévision sur l'internet?
- Quel avantage l'internet peut apporter à un media comme la Radiodiffusion télévision du Burkina?
- Quelles sont les méthodes de promotion du site web adoptées par la RTB ?

L'objectif général de l'étude vise à comprendre et analyser le processus de l'animation, de gestion et de promotion d'un site web et son amélioration.

Objectifs spécifiques :

- Identifier les forces et les faiblesses de l'internet en tant que outil de communication au sein des services des programmes de la direction de la RTB
- Contribuer à améliorer les prestations des services de la webdiffusion sur le site web.

3- HYPOTHESES

Les objectifs ci-dessus nous amènent à émettre les hypothèses suivantes :

- La webdiffusion de la RTB répond à toutes les principales exigences requises.
- La RTB à augmenté et diversifié son audience.
- Les usagers sont satisfaits du site web de la RTB.

II-GENERALITES DES CONCEPTS

Les premières webtélés sont apparues aux États-Unis, dès qu'il a été facile de diffuser de la vidéo sur Internet, c'est-à-dire lorsque la société Real Networks, fondée en 1993, a mis gratuitement son logiciel de streaming à la disposition des internautes. La firme, pionnière dans le développement de cette technologie, s'appelait à l'origine Progressive Networks. C'est un ensemble de services virtuels et en direct liés à un réseau accessibles uniquement à partir de l'internet.

Au-delà de cette définition sommaire, la webdiffusion consiste à publier en ligne ou en direct des vidéos sur une page web.

La webdiffusion repose généralement sur une architecture à trois niveaux, composée³ :

- de programme client
- de programme serveur
- de programme encodeur

Pour expliquer le fonctionnement d'un service de diffusion de médias pour internet, on utilise comme analogie le fonctionnement d'un restaurant:

1. Les programmes clients (par ex.: programme *RealPlayer*) sont les clients du restaurant qui commandent les mets sur un menu (dans notre cas, le menu est affiché sur les pages web).
2. Le ou les programmes serveurs (par ex.: *RealServer*) sont les serveurs qui apportent les mets aux clients (vidéo et le son).
3. Le ou les programmes encodeurs sont les cuisiniers qui préparent les mets (par ex.: création des fichiers vidéo en format *RealPlayer*) à partir d'une source audio et vidéo. Le programme encodeur a deux possibilités:

1- L'enregistrement en différé:

L'enregistrement de la vidéo et de l'audio est emmagasiné dans des fichiers sur le disque de l'encodeur puis, dans une deuxième étape, les données sont retransmises sur le serveur (*RealServer*).

³ <http://www.dti.ulaval.ca/pp/rva/presteleconf/radiotv.html> Dernière mise à jour: 2008-02-11

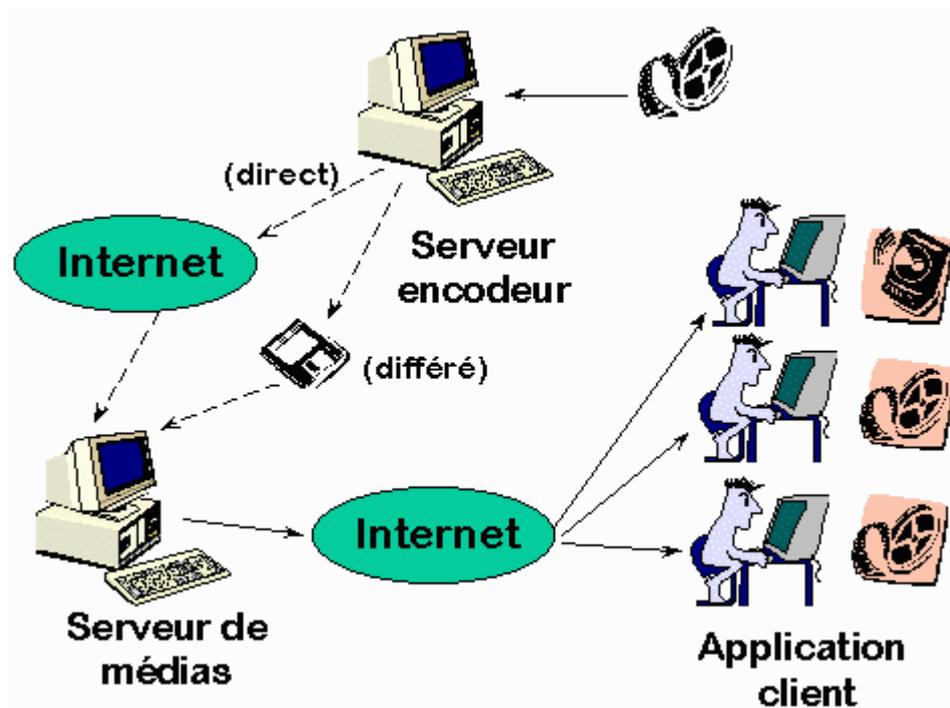
2- L'enregistrement en direct:

L'enregistrement de la vidéo et de l'audio sont transmises immédiatement sur l'ordinateur qui est utilisé pour le serveur sans être conservé sur disque.

Il existe deux modes principaux d'émissions ou de transmissions des données à partir du programme serveur:

- a- **Le mode IP** (HTTP, TCP, UDP) qui signifie la transmission individuelle à toutes les personnes qui ont demandé une reproduction vidéo ou audio.
- b- **Le mode multicast** est un procédé de routage des données qui consiste à envoyer un même paquet de données à plusieurs personnes simultanément, allégeant ainsi de beaucoup la charge sur le réseau. La multi transmission permet d'envoyer les paquets sans nécessairement connaître les adresses des récipiendaires; les données sont diffusées à quiconque veut bien les recevoir.

Le dessin ci-dessous en explique le fonctionnement.



La technologie de diffusion de médias repose sur plusieurs facteurs. Un lien permanent est créé entre le serveur et l'ordinateur, donc la communication n'a pas à être rétablie chaque fois. Cependant il est difficile de maintenir un lien permanent, certains

paquets d'information sont perdus dans le réseau, ce qui cause des images saccadées. Le trafic circule dans un sens, soit du serveur vers le client. Un important taux de compression augmente la quantité d'informations envoyées au client. Finalement, la diffusion de programmes fonctionne un peu comme les tout derniers lecteurs de disques compacts musicaux par l'utilisation d'une cache: une certaine quantité d'information représentant quelques secondes de lecture est emmagasiné dans la mémoire de l'ordinateur. Lorsque vous commencez l'écoute d'un programme, il y a toujours un volume d'information en mémoire. Si une attente temporaire se produit sur le réseau, elle sera imperceptible pour l'utilisateur.⁴

Lorsqu'utilisé méthodiquement, l'internet se révèle un puissant moyen de diffusion et de communication d'une organisation. Permettant l'échange d'informations opérationnelles et l'accélération de la communication externe c'est donc un **outil d'optimisation**, mais aussi c'est :

- Un **outil d'amélioration** de la productivité et de l'organisation,
- Un **outil d'organisation** et de capitalisation de connaissance
- Un **outil de collecte de base de donnée** au service de la stratégie de l'entreprise.
- Un **outil éco-responsable** (par le fait qu'on peut partager les informations d'une institution à une autre sans se déplacer à moto ou en voiture : exemple des coursiers).

III – DEFINITIONS

1-MEDIA

Le terme **média** désigne, dans l'acception la plus large, tout moyen de diffusion permettant la communication par un échange d'informations.⁵ Tout support de diffusion de l'information (radio, télévision, presse imprimée, affiche, livre, internet etc.) est un média.

⁴ <http://www.dti.ulaval.ca/pp/rva/presteleconf/radiotv.html> Dernière mise à jour: 2008-02-11

⁵ fr.wikipedia.org/wiki/média (dernière modification 12 mars 2013 à 03:35).

C'est à la fois un moyen d'expression et un intermédiaire transmettant un message à l'intention d'un groupe. Selon le dictionnaire le PETIT LAROUSSE.

La Communication « **média** » utilise les moyens de communication tels que l'affichage, le cinéma, la presse, la radio, la télévision et maintenant les TIC (dont en particulier le Web).

Les **médias simples** sont des médias dont la consultation par le destinataire est *directe* (ex : un journal, une revue, un livre, une affiche...),

Les **médias autonomes** : dont la consultation implique la *détention d'un équipement* par le destinataire (ex : magnétoscope, lecteur CD, micro-ordinateur, téléphone mobile...)

Les **médias de télédiffusion** sont des médias dont la consultation suppose que le destinataire soit connecté à des réseaux de diffusion, dans le cadre d'une offre n'autorisant qu'un degré d'interactivité réduit. (Ex : réseaux hertziens terrestres, télédistribution par câble, satellites de diffusion directe...)

Les **médias de télécommunication** ce sont aussi des médias idem que ci-dessus, avec cependant la possibilité de consulter une offre présentant un degré d'interactivité important.

Le terme Média désigne dans l'acception contemporaine la plus courante un **moyen de diffusion et ou d'échange d'informations**.

Les principaux médias

- l'affichage,
- la presse écrite,
- la radio,
- la télévision,
- l'Internet.
- le cinéma.

2- INTERNET

Internet est un réseau informatique qui relie des ordinateurs du monde entier entre eux et qui leur permet d'échanger des informations. Les données sont transmises par l'intermédiaire de lignes téléphoniques, de câbles ou de satellites. Le terme « Internet » est la contraction de « International Network », réseau international, ou encore de « Interconnected networks », réseaux interconnectés. Le développement de ce réseau dans le temps a augmenté sa

puissance et ses capacités. Devenu pluri média avec le web 2.0, Internet est devenu un moyen de diffusion pour les médias audiovisuels traditionnels.⁶

Le web c'est ce service qui a rendu l'Internet populaire. C'est ce qui justifie sans doute la confusion entre les termes Web et Internet. En fait, le «**Web**» (nom anglais signifiant «**toile**»), contraction de «*World Wide Web*» (d'où l'acronyme *www*) est l'une des possibilités offertes par le réseau Internet de naviguer entre des documents reliés par des liens hypertextes.

Il ne s'agit donc pas d'un réseau différent d'Internet, mais plutôt de l'un de ses modes de fonctionnement, avec une vocation bien précise : la recherche d'informations. Pour cela, *www* est optimisé pour répondre le plus simplement et le plus efficacement possible à cette tâche. Le web est ce que les informaticiens appellent « sous-couche » d'Internet

3-LA WEBDIFFUSION

La webdiffusion (ou webcasting est un mot anglais dont la traduction littérale est "diffusion sur le web") désigne la diffusion de contenus audio et/ou vidéo sur Internet. La diffusion peut s'effectuer en flux continu ou en téléchargement.⁷

La webdiffusion ou Web-émission (Webcast) est une émission audio ou vidéo diffusée sur le Web, en direct ou en différé, que l'internaute peut écouter ou visualiser sur l'écran de son ordinateur grâce à un lecteur multimédia.

⁶ Mémoire de DIPAMA JEAN BAPTISTE - conseiller en Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication - Thème : Utilisation d'Internet dans la diffusion du contenu des médias audiovisuels au Burkina

⁷ http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Diffusion_en_direct_sur_Internet&oldid Dernière modification de cette page le 9 novembre 2012 à 22:31.

La Web TV ou Webtélé est la diffusion et la réception par Internet de signaux vidéo, ce qui permet aux internautes de regarder du contenu vidéo (c'est-à-dire télévisuel) à partir du Web. Une webtélé utilise la technologie de lecture en continu (streaming) ou le téléchargement progressif pour diffuser ses contenus sur le Web. Les clients (utilisateurs) appelés un flux vidéo qu'ils regardent à partir de leur navigateur ou d'un lecteur multimédia.

On désigne généralement par webtélé tout site web dont les contenus sont à dominante vidéo. Ces contenus doivent avoir un minimum de récurrence et être catalogués. Le terme webtélé est encore grandement discuté et ne devrait pas être considéré comme un terme officiel. Aux États-Unis, Web TV désigne un *thin* client qui utilise la télévision (récepteur) pour afficher les pages Web.⁸

4-LE STREAMING

Le streaming (terme anglais, de *Stream* : « courant ») diffusion en mode continu, désigne un principe utilisé principalement pour l'envoi de contenu en « direct » (ou en léger différé).

Il s'oppose ainsi à la diffusion par téléchargement de fichiers qui nécessite de récupérer l'ensemble des données d'un morceau ou d'un extrait vidéo avant de pouvoir l'écouter ou le regarder. La lecture en continu fonctionne selon le protocole client-serveur. Le contenu est mis à disposition sur un serveur. Le client souhaitant accéder au contenu envoie une requête pour en récupérer l'élément. Le fichier audio ou vidéo est simplement proposé au téléchargement, de la même manière que tout autre type de fichier, et c'est le navigateur qui se charge d'effectuer la lecture de la vidéo.

⁸ <http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Streaming&oldid=86741520> Dernière modification 20 décembre 2012 à 11:51

5-RESEAUX SOCIAUX

Un réseau social est un ensemble d'identités sociales, telles que des individus ou encore des organisations, reliées entre elles par des liens créés lors d'interactions sociales. Il se représente par une structure ou une forme dynamique d'un groupement social.⁹ Un réseau social représente une structure sociale dynamique se modélisant par des sommets et des arêtes. Les sommets désignent généralement des gens et/ou des organisations et sont reliés entre eux par des interactions sociales.

L'expression « médias sociaux » recouvre les différentes activités qui intègrent la technologie, l'interaction sociale (entre individus ou groupes d'individus), et la création de contenu.

Les médias sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Par le biais de ces moyens de communication sociale, des individus ou des groupes d'individus qui collaborent créent ensemble du contenu Web, organisent le contenu, l'indexent, le modifient ou font des commentaires, le combinent avec des créations personnelles. Les médias sociaux utilisent beaucoup de techniques, telles que les blogs, le partage de photos (Flickr), le vidéo-partage (YouTube),

Certains « réseaux sociaux » sur Internet regroupent des amis de la vie réelle. D'autres aident à se créer un cercle d'amis, à trouver des partenaires commerciaux, un emploi ou autres. Il s'agit de services de réseautage social, comme Facebook, Twitter, Identi.ca, MySpace, Mupiz, Viadeo, Instagram ou LinkedIn

L'émergence des réseaux sociaux est liée aux révolutions technologiques et techniques. De ce fait, le nombre de membres de ces réseaux sociaux s'est allongé. D'une part car les interactions étant plus rapide, consulter Internet est devenu plus confortable. Mais d'autre part, car les utilisateurs prennent conscience de leur pouvoir d'interagir sur la toile.

⁹ http://fr.wikipedia.org/w/réseaux_sociaux3 Dernière modification le 15 mars 2013 à 06:20.



1^e PARTIE

SECTION A

CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA RTB

La Radiodiffusion-Télévision du Burkina (RTB) est la société publique de télévision et de radio du Burkina Faso. La radio commence à diffuser le 25 octobre 1959 sous le nom de Radio Haute-Volta. En 1961, elle intègre son siège actuel à Ouagadougou. En 1962 est créée la Volta-Vision, future Télévision Nationale du Burkina (TNB), chaîne de télévision publique du Burkina Faso. Le démarrage effectif a lieu le 5 août 1963. En 1999 la Radiodiffusion Nationale du Burkina (RNB) et la Télévision Nationale du Burkina (TNB) sont érigées en Établissement Public de l'Etat (EPE) et regroupées sous la dénomination actuelle Radiodiffusion-Télévision du Burkina (RTB). L'ensemble du réseau de la RTB comprend la télévision (4 stations), la radio (4 stations) et la webdiffusion. Nous avons Soulémane Ouédraogo, (directeur général de la RTB), Alfred NIKIEMA (directeur général de la télé) et Alima FARTA directrice générale de la radio.

La RTB réunit la Radiodiffusion Nationale, la Télévision Nationale, la RTB2 Centre (Radio et Télé), RTB2 Hauts-Bassins (Radio et Télé), la RTB2 Sud-ouest (Radio) et les cellules de reportages télé dans les provinces.

La RTB est un établissement public de l'Etat qui fait travailler plus de 820 personnes (journalistes, techniciens et personnel administratif) sur l'ensemble de son réseau. La RTB2 sud ouest (GAOUA) devrait être lancée en Août 2013 lors du 50^e anniversaire de la Télévision nationale à Gaoua.

En tant que télévision africaine généraliste, la mission de la RTB est d'assurer le service public télévisuel sur toute l'étendue du territoire, de soutenir et participer aux programmes de développement économique et social, et de contribuer à la promotion et à la diffusion de la culture burkinabè à travers le monde.

La RTB a pour mission de¹⁰ :

- soutenir et participer aux programmes de développement du Burkina ;
- contribuer au rayonnement international de l'image du Burkina ;
- assurer le service public de radiodiffusion et télévision sur l'ensemble du territoire ;
- promouvoir les cultures et les identités du Burkina ;

¹⁰ PROJET D'ORGANIGRAMME DE LA RADIODIFFUSION-TELEVISION DU BURKINA, mars 2012, (RTB)

- éditer des programmes d'information et d'actualité ;
- produire des programmes visant le développement du Burkina ;
- contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique radiophonique et télévisuelle du Burkina ;
- organiser, coordonner et contrôler toutes les activités relatives à la production radiophonique télévisuelle ;
- assurer le bon fonctionnement du conseil des programmes et du comité interne d'élaboration de la grille des programmes.

La Radiodiffusion-Télévision du Burkina (RTB), en tant que service public, participant à l'éveil des consciences, au développement économique, social et culturel des populations doit faire face aux multiples défis du moment et s'adapter au nouveau paysage médiatique. Cette nouvelle dynamique orientée vers les médias de qualité répondant aux attentes et exigences des publics sera le seul gage de la survie de l'institution¹¹. C'est pourquoi, en prenant la décision de fusionner trois grands ensembles de l'audiovisuel en une seule entité, l'autorité en charge de la communication a voulu, dans un souci d'efficacité et de fonctionnalité, permettre à la RTB de créer des conditions nouvelles d'adhésion dans sa marche vers la quête d'audience de plus en plus large par une production de qualité. Aussi, la marche vers les nouveaux médias, notamment la webdiffusion permet à la RTB d'envisager son repositionnement avec d'autres atouts supplémentaires.

La Radiodiffusion-Télévision du Burkina¹² est organisée ainsi qu'il suit :

- la Direction Générale ;
- les Directions Générales Adjointes ;
- les Directions Administratives ;
- les Directions Techniques.

La direction générale est structurée ainsi qu'il suit :

- ✚ la Direction Générale Adjointe chargée des Technologies ;

¹¹ http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Radiodiffusion-Télévision_du_Burkina&oldid=74359282

Dernière modification de cette page le 15 janvier 2012 à 10:44.

¹² **PROJET D'ORGANIGRAMME DE LA RADIODIFFUSION-TELEVISION DU BURKINA, mars 2012, (RTB)**

-  la Direction Générale Adjointe chargée des RTB2 ;
-  le Chef de Cabinet ;
-  le Service des Conseillers ;
-  le Service des Etudes et Coopération ;
-  le Service du Contrôle Interne ;
-  le Secrétariat Particulier ;
-  le Secrétariat Administratif

I- La Radiodiffusion

C'est le 25 octobre 1959 à 19h que l'espace hertzien de l'Afrique s'élargie avec l'arrivée de Radio Haute Volta, première station audio née en Afrique de l'Ouest sous la présidence du Président Maurice YAMEOGO. « Ici Ouagadougou, radiodiffusion de Haute Volta » fut la première annonce à cette date depuis le rez-de-chaussée de l'immeuble de l'éducation nationale, actuel immeuble abritant le ministère de l'économie et des finances. L'objectif pour les autorités de l'époque était de doter le pays d'un moyen d'information pouvant concourir au développement de la jeune nation et au raffermissement de l'identité nationale. Ainsi les populations voltaïques et régionales pouvaient s'informer, se former et se distraire par la voix des ondes hertziennes 747 kHz dans la bande des 402 m en ondes moyenne, et 4815 kHz dans la bande des 62 m en ondes courtes.

La radio Haute-Volta, aujourd'hui Radiodiffusion du BURKINA émet en ondes courtes, ondes moyennes, modulation de fréquence (FM), sur le satellite et en streaming sur internet. A Ouagadougou on a aussi la Radio Canal Arc-en-ciel (CAC), station de divertissement et à vocation culturelle. Créée en 1991 pour faire face à la concurrence suscitée par l'apparition des radios commerciales privées, elle émet en modulation de fréquence (FM) à Ouagadougou. CAC est devenu la RTB2 centre radio depuis le 28 Janvier 2013 lors de la 7^e rentrée RTB. La Radio Bobo (régionale) et Radio Canal Arc-en-ciel Plus (divertissement) émet en modulation de fréquence (FM) à Bobo-Dioulasso, fréquence partagée. La Radio Gaoua (régionale) émet dans la région de Gaoua en modulation de fréquence (FM).

Les missions de la radiodiffusion sont¹³ :

- ✓ informer le public des faits d'actualité nationale, africaine et internationale ;
- ✓ assurer la réalisation des reportages tant sur la vie publique locale, régionale et nationale que sur les évolutions de la société burkinabè ;
- ✓ veiller à la présentation des éditions des journaux radiodiffusés ;
- ✓ assurer l'édition des programmes d'information et d'actualité ;
- ✓ veiller à l'animation des magazines d'information et de débats ;
- ✓ organiser et assurer la couverture des grands événements;
- ✓ assurer la réalisation des grands reportages à l'intérieur et à l'extérieur du Burkina.
- ✓ assurer une programmation généraliste et pluraliste en français et en langues nationales, en prenant en compte les missions d'intérêt général de la RTB ;
- ✓ assurer une programmation au contenu instructif, éducatif et divertissant ;
- ✓ assurer la réalisation d'émissions en langues nationales dans les genres informatifs, éducatifs et de divertissement.

II-La Télévision

Quatre années après l'implantation de Radio Haute Volta, le 05 Août 1963, le Président Maurice YAMEOGO lance de nouveau les activités de la télévision nommée à l'époque « Voltavision ». La volonté qui sous-tend la création¹⁴ de ce nouveau média est toujours la même que celle de la radio, doter le pays de moyens d'éducation et de sensibilisation, afin de souder l'unité nationale.

La RTB Télé, Chaîne nationale est accessible en VHF, sur satellite et en streaming live sur internet. La RTB implique la fusion entre la télévision, la Radio rurale et la direction des centres d'émission pour une force de communication et assurer le droit à l'information aux citoyens. Elle est porteuse d'image (canal 35 UHF sur 583250MHZ) et de son (canal 35

¹³ PROJET D'ORGANIGRAMME DE LA RADIODIFFUSION-TELEVISION DU BURKINA, mars 2012, (RTB)

¹⁴ Mémoire de DIPAMA JEAN BAPTISTE conseiller en Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication Thème : Utilisation d'Internet dans la diffusion du contenu des médias audiovisuels au Burkina

UHF sur 589750 MHZ). Et sur pylône avec¹⁵ :

Une latitude 11°10' 10,4" Nord

Longitude 4°17' 58,6" Ouest

Altitude 431 Mètre

Hauteur (hors sol) 70 Mètre

La RTB, Radiodiffusion-Télévision du Burkina est la structure chargée de la gestion et du développement de l'audiovisuel public au Burkina.

La RTB2 HAUT-BASSIN, la deuxième chaîne de Radiodiffusion Télévision du Burkina, est la chaîne régionale émettant depuis Octobre 2010 dans la région des Haut-Bassins.

La RTB2 CENTRE, la deuxième chaîne de Radiodiffusion Télévision du Burkina, est la chaîne régionale émettant depuis JANVIER 2013 dans la région du centre. Elle est née de la volonté des autorités politiques : a pour missions :

- ✓ soutenir et participer aux programmes de développement du Burkina ;
- ✓ contribuer au rayonnement international de l'image du Burkina ;
- ✓ veiller à la production de programmes visant à informer le public des faits d'actualité nationale, africaine et internationale ;
- ✓ assurer la réalisation de reportages tant sur la vie publique locale, régionale et nationale que sur les évolutions de la société burkinabè ;
- ✓ veiller à la présentation des éditions des journaux télévisés ;
- ✓ assurer l'édition des programmes d'information et d'actualité en veillant à l'équilibre dans le traitement de l'information ;
- ✓ organiser et assurer la couverture des grands événements ;

¹⁵ Rapport de stage de DANAH Pinah Frédéric « *media et annonceur au BURKINA FASO : la stratégie de la RTB tv* »

- ✓ veiller à la réalisation de genres télévisuels (documentaire, sitcom, magazine...) dans les domaines de l'information, de l'éducation, de la culture, du divertissement ;
- ✓ veiller à la diversification des productions pour prendre en compte le caractère généraliste de la RTB ;
- ✓ assurer la réalisation d'émissions en langues nationales dans les genres informatifs, éducatifs et de divertissement.

III-La webdiffusion ou la direction du multimédia

Le ministère de la communication convaincu, qu'à la faveur des mutations technologiques, il y a de moins en moins de téléspectateurs et de plus en plus de téléacteurs : c'est-à-dire des téléspectateurs qui conçoivent eux-mêmes leurs programmes tels des chefs de programmes et qui ne se contentent pas de les ingurgiter, mais d'y réagir après visionnage. Et seule la présence sur la toile peut offrir aux téléspectateurs cette possibilité d'être des téléacteurs.

La webdiffusion telle qu'on connaît aujourd'hui a été lancée le 04 novembre 2011. Elle permet désormais aux internautes de suivre les programmes en direct, de regarder les vidéos des émissions et de lire des articles sur la toile (www.rtb.bf). Mais avant la RTB existait sur le net depuis 1996 sous le nom de tnb avec comme domaine www.tnb.bf avant que la TNB et la RNB ne soit réunies pour former la RTB.

Aujourd'hui, grâce à la webdiffusion, la RTB est suivie partout dans le monde sur pratiquement tous les réseaux sociaux et le site lui-même reçoit près de 5000 visiteurs par jour.

Les missions de la direction multimédia sont¹⁶ :

-  veiller au respect de la ligne éditoriale;
-

¹⁶ PROJET D'ORGANIGRAMME DE LA RADIODIFFUSION-TELEVISION DU BURKINA, mars 2012, 63 pages, (RTB)

- ✚ soutenir et participer aux programmes de développement du Burkina ;
- ✚ contribuer au rayonnement international de l'image du Burkina ;
- ✚ promouvoir les cultures et les identités du Burkina ;
- ✚ assurer le service public multimédia à travers la toile;
- ✚ organiser, coordonner et contrôler toutes les activités relatives à la production multimédia;
- ✚ assurer la veille pour l'interactivité avec les internautes.
- ✚ assurer la réalisation de reportages tant sur la vie publique locale, régionale et nationale que sur les évolutions de la société burkinabè ;
- ✚ assurer la production et le streaming des éditions des journaux et autres productions multimédias;
- ✚ veiller à la mise en ligne des éditions des journaux radiodiffusés-télévisés et autres productions ;
- ✚ veiller à la diversification des productions pour prendre en compte le caractère généraliste de la RTB;
- ✚ Organiser et assurer la couverture des grands événements ;
- ✚ Assurer la réalisation des grands reportages à l'intérieur et à l'extérieur du Burkina ;
- ✚ Animer le site web ;
- ✚ Veiller au traitement du contenu multimédia.

CHAPITRE II : la webdiffusion

La webdiffusion de la RTB a été mise en place le 04 Novembre 2011 par la direction générale de la RTB pour plus de visibilité à travers le monde, le site web rtb.bf a été conçu par avec le CMS SPIP. Le service est géré par une équipe de 16 personnes composée de journalistes reporters d'image et de techniciens. Elle est composée de la Rédaction (service information et reportage) et l'Administration multimédia (nodal).

I- La rédaction

La rédaction de la webdiffusion est composée d'une dizaine de journalistes reporters d'image (JRI) chargée de la récolte, de l'analyse et du traitement de l'information. La publication des reportages sur le site web est assurée par deux administrateurs ou des rédacteurs en chef. Ces derniers sont chargés de vérifier la technique d'écriture, le contenu et de joindre les images avant la diffusion sur la page infos du site web. Egalement ils assurent la mise à jour du flash info (bande déroulante du site).

II- L'administration multimédia ou nodal web

L'administration multimédia c'est le 2^e sous service de la webdiffusion. C'est en quelque sorte la partie technique de la webdiffusion. Elle est chargée de la mise en ligne sur le site de toutes les émissions retenues pour être publié sur le site. Elle est le studio de la webdiffusion composé des ordinateurs pour la gestion du streaming de la télévision et de la radio pour la retransmission du direct sur le net.

Ce service s'occupe de la capture et de la publication des différentes émissions de la télévision et de la radio. L'administrateur web est chargé de la capture, de la conversion des différentes émissions de la télévision en format léger (FLV ou flash vidéo) pour la télévision conformément à la norme de diffusion sur internet et de la radio en MP3 avant de les publier (de les mettre en ligne pour les internautes).

Egalement la RTB héberge ses programmes sur deux serveurs distants. Le streaming live est hébergé en Suisse et le différé est hébergé sur un autre serveur distant au Canada. Le traitement de la vidéo nécessitant un haut débit, la RTB a souscrit à une connexion de 10 mbps auprès du fournisseur (ONATEL) afin de pouvoir envoyer ses données sur les différents serveurs. Mais en réalité, la Webdiffusion reçoit un débit qui n'excède pas 2 mbps.

III- la gestion, l'animation et la promotion du site de la rtb

1- La gestion du site web

Le site web de la RTB à été conçu par un particulier privé. Ce dernier assure la gestion, la maintenance et la sécurité du site web .Le site web est piloté dans sa partie technique par l'administration multimédia chargée d'assurer la production et le streaming des éditions des journaux et autres productions multimédias; ainsi la gestion du streaming et la capture des différents éléments pour sa mise en ligne sur la toile. La mise en ligne des différentes émissions se fait selon la playlist du jour. Dans l'intérêt d'avoir un site web toujours à jour et de l'actualiser à travers les émissions passées. Les administrateurs multimédia ainsi que le webmaster que sont les rédacteurs en chefs sont chargés d'animer le site. Ils ont des droits d'accès limités.

2- L'animation et la promotion du site

L'animation du site web de la RTB revient au service de la Rédaction de la webdiffusion chargée de veiller à la production de programmes visant à informer les internautes des faits d'actualité nationale, africaine et internationale. Aussi assurer la réalisation de reportages tant sur la vie publique locale, régionale et nationale que sur les évolutions de la société burkinabè. Egalement veiller à la mise en ligne des journaux et assurer la réactivité d'information vis-à-vis des internautes et enfin l'animation de la bande déroulante du site.

Publier un contenu ne signifie pas être vu par les internautes, faudra aller les chercher ou ils sont : sur les réseaux sociaux.

Pour sa promotion le site web de la RTB est présente sur différents réseaux sociaux comme entre autres Facebook, Tweeter, Google plus et YouTube etc. La présence sur ces réseaux sociaux permet d'informer les internautes sur les récentes publications sur le portail web de la RTB d'une part et les inviter à aller les consulter d'autre part. La Webdiffusion dispose également de pages facebook et des blogs dédiés à certaines émissions pour certaines émissions. On a le cas de Faso Academy.

La promotion du site est aussi faite sur les médias classiques: des affiches sont élaborées et des spots radio et télévision sont diffusés. La promotion du site web de la RTB est faite également lors de certaines manifestations ou la RTB à un stand (ex FESPACO, salon des NTIC).

En plus de la visibilité du site web et donner l'opportunité de réagir sur les articles de la page ainsi la rédaction de la webdiffusion à travers son rédacteur en chef réagit aux inquiétudes et aux commentaires des internautes.

CHAPITRE III : LE SITE WEB DE LA RTB

I- Les types d'informations sur le site web de la rtb ?

Le site web de la RTB est un portail structuré comme suit : les infos à la Une, un espace pour la télévision, un espace pour la radio nationale et un espace pour la radio Canal Arc en Ciel. Le site web www.rtb.bf se présente comme suit :

- les articles écrits par le service de la rédaction de la Webdiffusion
- une fenêtre pour la télévision
- une fenêtre pour la radio
- une fenêtre pour Canal Arc en Ciel

Au niveau de l'espace réservé à la télévision on a les différentes éditions des journaux télévisés et une rubrique pour chaque émission phare en plus on a le streaming live.

Ainsi au niveau aussi de l'espace réservé à la Radio on a les différentes éditions des journaux parlées et une rubrique pour chaque émission phare en plus on a le streaming live.

rtb Vous avez raté une émission ou vous avez manqué le Direct ! Suivez nos émissions **tv.rtb.bf** pour les émissions télé en différé **sur: radio.rtb.bf** pour les émissions radio

RTB Infos Culture Sport RTB TV TV direct RTB Radio Radio direct Contact Webmail

Rechercher :

ien Roberto Azevedo est le nouveau Directeur Général de l'OMC | Pour toutes informations, contactez nous au +226 50 31 83 53 ou contact.rtb@gmail.com

Infos Autres Conseil des Ministres Economie Education Environnement International Médias Politique Santé Société + d'Infos

Malaise du chef de la diplomatie burkinabè : « il s'agit d'un coup de barre dû à la fatigue du voyage, mais aussi aux émotions... »
Politique | 10-05-2013, 12:26
Une vidéo fait le buzz sur internet. Elle montre l'écroulement du Ministre des Affaires étrangères et de la Coopération régionale, pendant une conférence de presse en Turquie. Joint par la télévision nationale, Djibril Yipèné BASSOLET lie cette chute à la fatigue du voyage.

Objectifs du Millénaire pour le Développement : une course pour accélérer l'atteinte des résultats en...
Athlétisme Société | 9-05-2013, 20:51

Secours aux réfugiés maliens : La fondation islamique Internationale offre 17 tonnes de vivres
Société | 9-05-2013, 17:50

Frontière Burkina-Togo : vers l'opérationnalisation des postes de contrôle juxtaposés de Cinkansé
Economie | 9-05-2013, 15:15

Compte-rendu du Conseil des ministres du 8 Mai 2013
Conseil des Ministres | 9-05-2013, 11:49

Football Burkinabè : Lacina KONE 5e victime de l'EFO pour « insuffisance de résultat » de la saison
Football Société | 8-05-2013, 18:01

Page d'accueil du site RTB du 10 mai 2013, 10:47:47

II-Et pourquoi faire ?

De nos jours l'internet joue un rôle très important pour la réussite de toute organisation. Le site web de la rtb offre la possibilité aux internautes de regarder et d'écouter la télévision et la radio en direct et de revoir certaines émissions. En plus c'est un canal d'information national pour les internautes. Egalement la possibilité de lire des articles et de visionner des anciennes émissions et de réagir par le biais les réseaux sociaux.

III- Internet, pour qui ?

Le site web de la RTB est destiné à la continuité de l'information. Il est destiné aux burkinabè, à la diaspora et au reste du monde. C'est une possibilité pour ceux qui ne sont pas devant un poste téléviseur de s'informer avec ce média public du BURKINA FASO.

IV- Les avantages et les inconvénients de l'internet pour la rtb

LES AVANTAGES

Les avantages de l'internet pour la RTB sont nombreux on peut citer entre autres :

- l'information est stockée, accessible rapidement à tout moment et de partout. Egalement l'information est actualisée et le contenu peut être de type texte, photo, son et vidéo;
- la recherche des informations est facile, gratuite et permet un copier-coller pour les internautes ;
- permet d'avoir une base de données qui sert à emmagasiner des informations de façon structurée et une facilité dans la manipulation de l'information ;
- permet d'enrichir un document déjà publié ou de le commenter ;
- la hausse de la productivité du travail pour la saisie et réutilisation de l'information et une facilité de partage d'information ;
- la baisse des coûts d'approvisionnement ;
- le développement des innovations en matière de services et réponse aux besoins des internautes ;
- permet d'augmenter, diversifier l'audience et une plus grande diffusion de l'image de marque de l'entreprise ;
- une meilleure connaissance de l'avis des téléspectateurs et internautes ;

LES CONTRAINTES

Internet présente des exigences que l'on peut considérer comme des contraintes pour la RTB. Nous avons entre autres :

- le coût du matériel, des logiciels, de l'entretien et du renouvellement ;
- certains matériels sont rapidement désuet dû au rythme soutenu des innovations ;
- le coût de la formation du personnel, de sa résistance aux changements ;
- le coût généré par la modification des structures et par la réorganisation du travail;
- les délestages électriques ;
- la baisse ou interruption temporaire du débit de la connexion internet ;

Chapitre IV : La mise en ligne des émissions du site web de la rtb

Le streaming

La lecture en continu fonctionne selon le protocole client-serveur. Le contenu est mis à disposition sur un serveur. Le client souhaitant accéder au contenu envoie une requête pour en récupérer l'élément. Le fichier audio ou vidéo est simplement proposé au téléchargement, de la même manière que tout autre type de fichier, et c'est le navigateur qui se charge d'effectuer la lecture de la vidéo.

Pour la vidéo, au nodal web de la RTB, on utilise le logiciel ADOBE MEDIA PLAYER ENCODER pour le streaming en continue de la télé. Ainsi le signal venant du studio d'émission télé est encodé avec ce logiciel et envoyé sur le serveur distant situé en Suisse pour être retransmis sur le site web.

Pour la radio, c'est le logiciel EDCAST qui est utilisé. Le signal de la radio est capté à partir d'un poste radio et envoyé sur le serveur distant et retransmis directement sur le site par le biais de ce logiciel.

Pour la publication sur la page du site web de la RTB il faut avoir un compte administrateur et un mot passe

I- La mise en ligne des émissions télévisées

Pour la publication d'une vidéo sur le site on utilise à la RTB plusieurs applications. Le signal du serveur de programme de la télévision est capturé par un logiciel appelé PINNACLE STUDIO ULTIMATE 12 en MPEG. Les captures sont stockées dans un disque externe. En plus le logiciel AVS CONVERTER 8.1 est utilisé pour éditer l'élément voulu et converti en un format léger FLV. Ensuite l'élément est uploadé du site local vers le site distant avec le logiciel FILEZILLA client qui permet d'envoyer des fichiers lourds.

Après avoir converti et envoyé l'émission sur le serveur, l'administrateur se connecte ensuite à la racine du site avec son identifiant et son mot de passe, à l'aide des navigateurs, pour publier la vidéo.

II-La mise en ligne des émissions radio

Sur un ordinateur, le signal d'un poste récepteur radio est capturé avec le logiciel ADOBE AUDITION et stocké dans un disque externe. Après avoir édité l'élément voulu avec ce même logiciel il est stocké dans un dossier nommé JP. Ensuite on utilise FILEZILLA pour l'envoyer du serveur local vers le serveur distant. Enfin on utilise les navigateurs pour avoir accès à la page de publication du site et on le télécharge sur le serveur dans la racine qui s'effectue en ajoutant player entre le code et la position et ensuite la publication en ligne.

III-La publication des articles de la Rédaction web

Les Journalistes Reporter d'Images (JRI) écrivent les articles sur l'actualité (nationale et internationale) et transmettent au Rédacteur en chef. Les articles sont illustrés par des photos, du son et de la vidéo. Les photos sont traitées avec les logiciels PHOTO ZONER ou ADOBE PHOTOSHOP. Les vidéos sont montées avec le logiciel ADOBE PREMIERE PRO et le son avec ADOBE AUDITION.

Le Rédacteur en chef corrige les articles et les publie sur le site. Il existe différentes rubriques pour ces articles (économie, éducation, environnement, international, médias, politique, santé, société et sport). Ensuite le Rédacteur en chef fait la publicité des articles ainsi publiés sur les réseaux sociaux. Il s'agira de publier un extrait de l'article c'est-à-dire le titre et le chapeau avec le lien de la page raccourci avec l'utilitaire **bitly.com** afin d'inviter les internautes à aller le lire sur le site web de la RTB. Enfin le Rédacteur en chef publie le conseil des ministres par l'entremise du Service d'Information du Gouvernement (**SIG**)

SECTION B : la gestion, l'animation et la promotion d'un site web

I- La gestion d'un site web

Selon le dictionnaire LE LAROUSSE illustré la gestion veut dire action ou manière de gérer, d'administrer, de diriger, d'organiser quelque chose. On peut parler aussi du traitement d'un ensemble d'informations ou de données.

Les grandes organisations de nos jours ont pris conscience qu'internet est un nouvel outil de communication qui leur permet d'établir une véritable interactivité dans leur relation avec le public.

Sur internet on remarque la présence de plusieurs sites web à vocation diverse. On peut citer entre autres¹⁷:

- les sites commerciaux ou marchands ;
- les sites de services en ligne comme exemple les banques ou les bourses ;
- les sites publicitaires on peut prendre le cas des brochures en ligne ;
- les sites promotionnels qui sont des sites par rapport à une circonstance on peut prendre le cas d'une catastrophe naturelle.

Le site web n'est pas une simple présence sur le net mais doit refléter une vraie image de l'organisation¹⁸.

Un site web doit avoir un gestionnaire qui a pour tâche la gestion du site web dans sa partie technique ou design pour montrer sa vitalité c'est-à-dire que le site bouge. En plus faire un audit complet du site et analyser le site pour détecter les points à améliorer et à faire évoluer :

- **le webdesign** : le graphisme doit correspondre à l'image que l'on souhaite donner et définir une charte graphique claire et identifiable pour asseoir la marque ;
- **L'ergonomie** : le site doit être intuitif pour les visiteurs.
- **le concept** : le site doit proposer l'ensemble des fonctionnalités qui pourraient intéresser les internautes

¹⁷Rapport de stage de DANAH Pinah Frédéric « *media et annonceur au BURKINA FASO : la stratégie de la RTB tv* »

¹⁸ <http://www.optimigo.fr/audit-site-web/> visité le 22-02-2013 à 22:52

II- L'animation d'un site web

L'animation signifie animer, la manifestation de la vie le fait d'entretenir des relations entre les hommes, donner du mouvement, du dynamisme à (un lieu, un groupe). L'internet est considéré comme un média chaud du fait de sa rapidité et sa grande propension. Il permet d'avoir toute les informations en temps réel.

Il ne sert à rien d'avoir un site web en ligne si les informations ne sont pas actualisées ni à jours et non profitable à personne. L'animation d'un site web doit être périodique et permanente. Si le site web n'est pas animé il sera vite oublié par les internautes qui seront obligés de visiter d'autres sites.

III- La promotion d'un site web

Promouvoir signifie élever à une dignité ou à un grade supérieur. Assurer la promotion d'un site web consiste à le faire connaître par de nombreux moyens afin, selon les cas, d'améliorer son trafic, de gagner en notoriété, d'obtenir de nouveaux prospects ou bien de développer le nombre de ventes. Il est inutile de mettre beaucoup de ressources à la création d'un site web sans faire sa promotion. La gestion et l'animation du site web vont rester vaines sans promotion.

La presse est le média traditionnel par excellence pour mener une campagne de communication. La promotion de sites web ne déroge pas à cette règle.

La mise en place de **liens réciproques** consiste à établir un partenariat sous forme d'**échange de liens** entre plusieurs sites complémentaires, afin d'augmenter mutuellement leur fréquentation. Il s'agit d'une des stratégies de promotion les plus avantageuses, tant en termes de simplicité de mise en œuvre que de coût.

Le **marketing viral** consiste à utiliser les relations interpersonnelles entre internautes pour diffuser une information. Il s'agit de faire des visiteurs du site les ambassadeurs de la promotion du site grâce à un phénomène de recommandation ou de bouche à oreille. Un marketing viral réussi aboutira à une diffusion exponentielle¹⁹.

¹⁹ (www.commentcamarche.net) du 23-01-2013

La promotion d'un site web se fait aussi à travers les sites web et les réseaux sociaux qui attirent un grand flux. On crée une grande visibilité du site web à travers les réseaux sociaux en mettant en place une page du site web ou l'on publie toutes les modifications ou parutions du site web.



DEUXIEME PARTIE:

A-CADRE METHODOLOGIQUE

Dans cette partie nous proposons de définir la stratégie de recherche utilisée pour mener à bien ce travail.

I. METHODES ET TECHNIQUES DE COLLECTES DES DONNEES

Plusieurs méthodes ont été employées pour la collecte des données. Pour l'essentiel, nous avons usé de plusieurs moyens : l'analyse documentaire, l'enquête par questionnaire, les entrevues, les observations directes participante. Cette démarche multiple a pour avantage de varier les sources d'informations d'une part, et d'autre part nous permettre d'avoir le maximum d'informations. Nos cibles sont essentiellement les internautes des réseaux sociaux burkinabè, la diaspora et quelques personnes qui utilisent le site web de la RTB.

1- Analyse documentaire

L'analyse documentaire nous a permis de recueillir, examiner et d'exploiter toutes les informations relatives à la Webdiffusion en rapport avec notre sujet.

Cette analyse documentaire nous a permis d'avoir une large vue sur notre thème et nous a en même temps permis d'entamer la revue de la littérature.

2-Enquête par questionnaire et entrevue

Cette enquête a été utilisée pour recueillir les informations auprès des internautes qui aiment le site web de la rtb.

L'enquête par questionnaire ainsi que les entrevues destinées aux usagers du site web et dans le souci de recueillir le maximum d'informations. Les questions posées sont relatives au niveau de satisfaction de l'animation et de sa promotion.

3-Observation participante

C'est une méthode où le chercheur est un participant au sein de l'organisation. Elle nous a permis à travers la participation aux activités de la rédaction et la mise en ligne de la Webdiffusion et des échanges informels de recueillir des informations sur la Webdiffusion et son mode de fonctionnement.

II. LA POPULATION DE L'ETUDE

Notre population d'étude est constituée essentiellement des internautes des réseaux sociaux et qui utilisent la page de la RTB.

III. METHODE D'ECHANTILLONNAGE

La méthode utilisée est celle d'échantillonnage par quota. Nous avons opté pour cette méthode parce qu'elle nous permet définir la population d'enquête les personnes les mieux placées, les plus qualifiées et aptes à répondre à nos questions conçues. Elle nous permet aussi de choisir combien de personnes nous voulons pour constituer notre échantillon. L'échantillonnage a concerné au total 100 individus décomposé de la manière suivante, 50 burkinabè résident au BF, 25 individus burkinabè qui résident hors du pays et enfin 25 individus du reste du monde.

Nos difficultés rencontrées se situent au niveau de la documentation. En effet, il nous a été très difficile de consulter les ouvrages qui traitent de la webdiffusion.

B- Les publics de la webdiffusion de la RTB et leurs niveaux de satisfaction

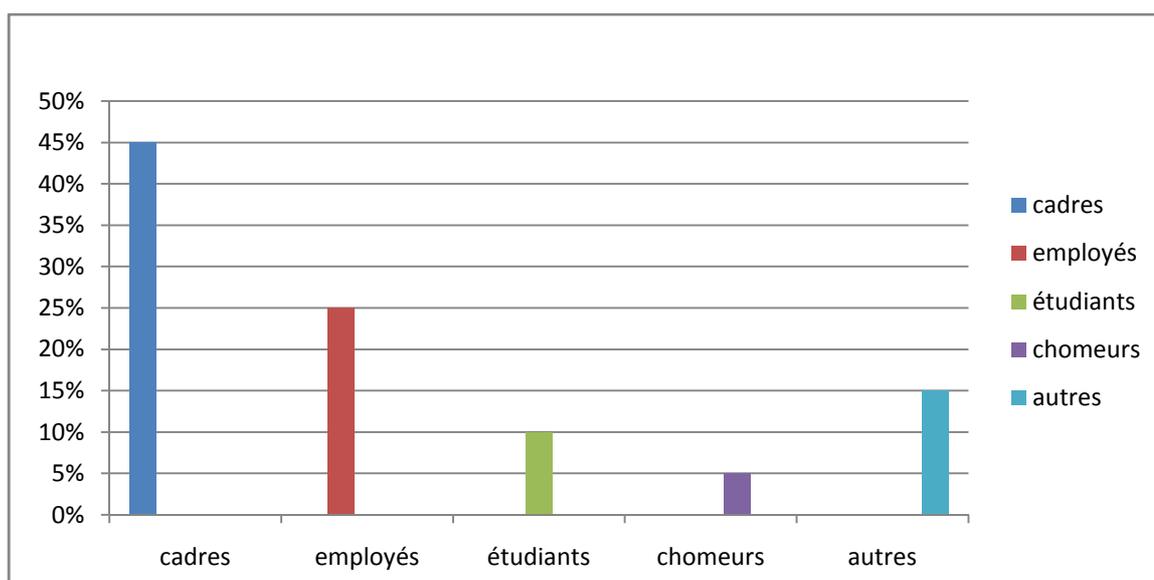
Nous avons circonscrit notre travail aux internautes d'un réseau social qui est facebook, car c'est l'unique manière pour nous de pouvoir leur administrer nos questions afin de recueillir leur avis. Environ 100 individus des amis de la page Facebook de la RTB se sont prononcés sur la qualité de l'animation du site web et des pages des réseaux sociaux.

Notre échantillon est constitué des hommes et des femmes de toutes catégories socioprofessionnelles et d'âge compris entre 15 et 45 ans vivant au BURKINA FASO et ailleurs dont un total de cent (100) individus.

RESULTATS DU QUESTIONNAIRE ADRESSE AUX INTERNAUTES DU SITE WEB DE LA RTB.

I. Caractéristiques socio démographiques et connaissance de l'outil

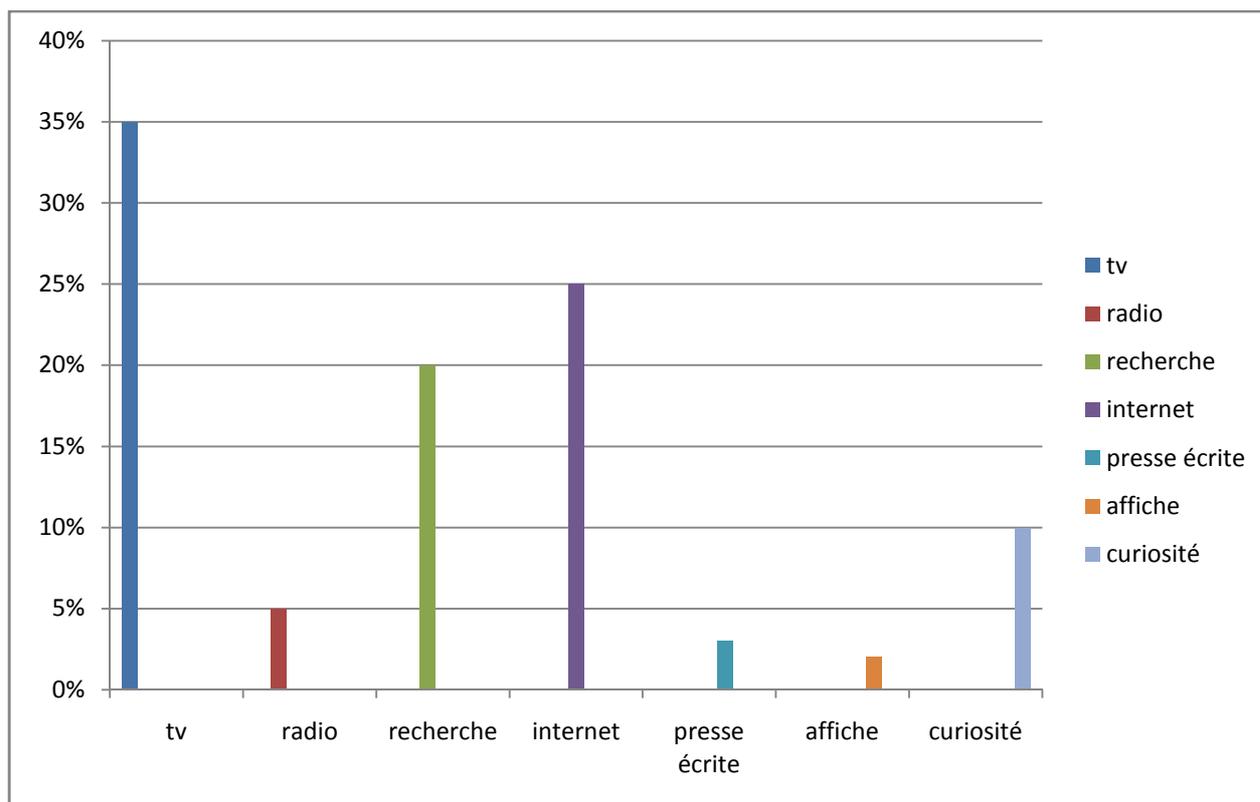
Tableau 1:Répartition des membres de l'échantillon selon leur catégorie socioprofessionnelle.



Source : résultats obtenus de l'enquête auprès des internautes et amis sur facebook de la page rtb pour recueillir leurs avis sur le site web de la rtb.

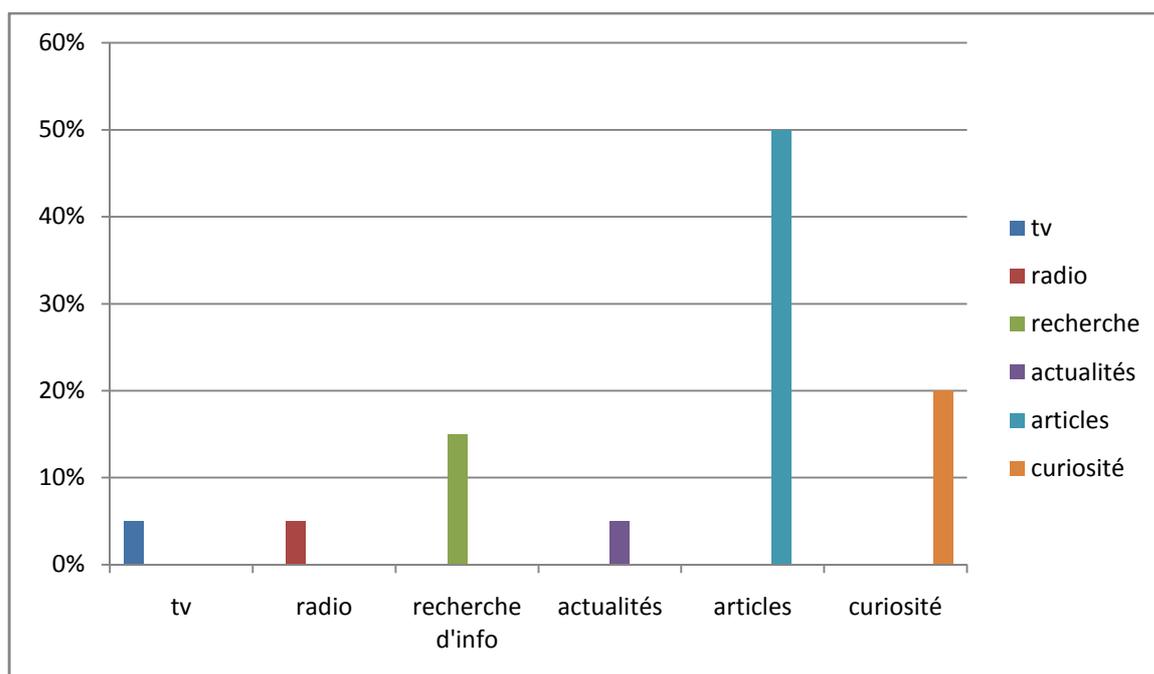
Sur une population de 100 individus nous avons 50% des burkinabè, 25% de la diaspora et 25% autres des personnes interrogées à propos du site web de la RTB ; soit un effectif de 100 individus. Sur les 100% de notre population nous avons 45% de cadre, 25% des employés, 10% des étudiants, 5% des chômeurs et 15% des autres catégories socioprofessionnelles qui ont été interrogés.

Tableau 2 : tableau representant comment les individus ont connu l'existence du site web



Source : résultats obtenus de l'enquête auprès des internautes et amis sur facebook de la page rtb pour recueillir leurs avis sur le site web de la rtb.

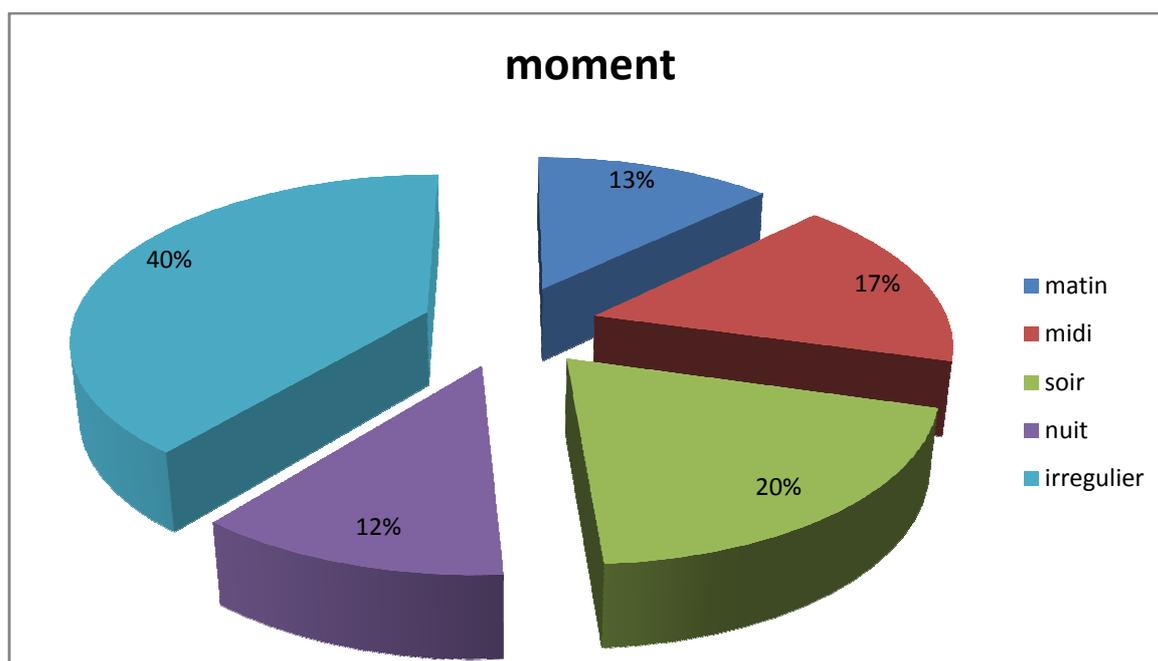
Sur 100 personnes enquêtées, 35% grace à la télévision, 5% à la radio , 20% à la recherche d'informations,25% grace à l'internet, 3% à la presse écrite, 2% à l'affiche et 10% ont connu le site web de la RTB grace à une simple curiosité. Sur 100 personnes enquêtées, 20% utilisent la presse écrite, 20% pour la télévision , 50% pour la radio et 10% utilisent l'internet pour s'informer en premier lieu.

Tableau 3 : tableau representant les raisons de la première visite sur le site web

Source : résultats obtenus de l'enquête auprès des internautes et amis sur facebook de la page rtb pour recueillir leurs avis sur le site web de la rtb.

Ce graphique représente le pourcentage des internautes qui ont visité pour la première fois le site web pour suivre la télévision (5%), pour rechercher d'informations sur internet (15%), pour écouter la radio (5%), pour l'actualité (5%) ; ils sont 50% à l'avoir fait pour lire des articles et 20% par curiosité.

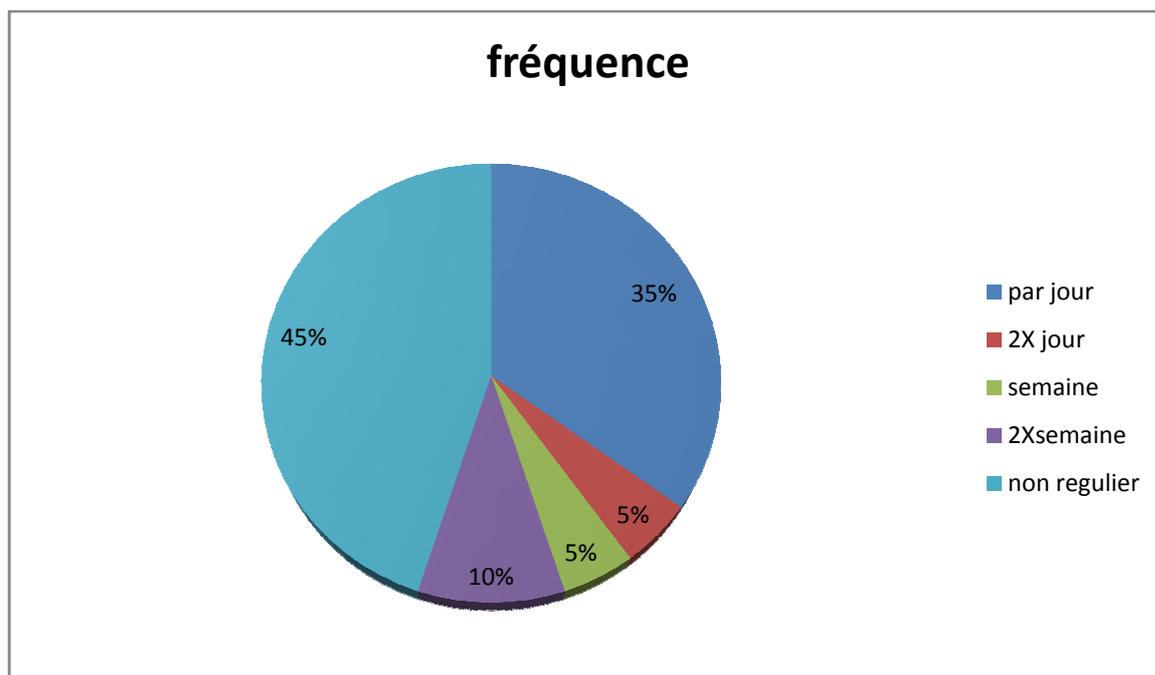
Tableau 4 : tableau representant les moments de fréquentation du site web



Source : résultats obtenus de l'enquête auprès des internautes et amis sur facebook de la page rtb pour recueillir leurs avis sur le site web de la rtb.

La fréquentation du site web est irrégulière pour 40% des enquêtés, 20% se connectent le soir, 13% pour le matin, 12% la nuit, 17% fréquentent vers midi.

Tableau 5 : tableau representant les fréquences de fréquentation du site web



Source : résultats obtenus de l'enquête auprès des internautes et amis sur facebook de la page rtb pour recueillir leurs avis sur le site web de la rtb.

Sur 100 individu interrogés et ce graphique represente le pourcentage des fréquences de fréquentation du site web soit, 35% par jour, 5% deux fois par jour, 5% par semaine ,10% pour deux fois par semaine et 45% des individus sont irrégulier.