

Usages des personnes handicapées pour les sites de réseaux sociaux : « Facebook le seul moyen d'existence »

BERKOUNE Kahina

MCB en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bejaia

Résumé

Dr. Fawzia Mohammed Hassan Akhdar a déclarée lors d'un forum scientifique sur les médias sociaux et les services destinés aux personnes handicapées à Riyad en 2015, que les médias sociaux sont devenus l'un des sites les plus visités par les handicapés au monde, en particulier pour ceux qui n'ont pas la capacité de communiquer socialement d'une manière réaliste en raison de la gravité de leur handicap. Les sites Web l'ont aidé à établir une communication et des frictions avec le monde extérieur. C'est le même cas pour les personnes handicapées en Algérie, qui recherchent un climat propice à leur vie et à leur réflexion, en particulier pour que leurs souffrances soient transmises aux parties concernées.

Dans cet article, nous tenterons d'étudier et d'analyser les réfutations des personnes ayant des besoins spéciaux en Algérie et qui se trouvent sur l'espace virtuel d'échange et de réflexion Facebook. Après avoir accepté notre invitation à rejoindre ce groupe (en étant membre non handicapé), nous avons tissés des relations avec les membres de ce groupe et qui englobent plusieurs membres handicapées physiquement dans tout les territoires national, a cet effet notre recherche portera sur l'analyse quantitative des questionnaires destinés à cet catégorie de recherche via l'espace Facebook sur leur situation et leur réalité, leurs demandes et leurs prévisions sur l'avenir des personnes handicapées en Algérie, afin de suivre les sujets et les idées qui implique ce groupe et leurs répercussions sur leurs conditions sociales et psychologiques.

Mots-clés : Usages ; handicapé physiques ; réseaux sociaux ; Facebook ; communication numérique.

Abstract

Dr. Fawzia Mohammed Hassan Akhdar said at a scientific forum on social media and services for people with disabilities in Riyadh in 2015, that social media has become one of the most visited sites by people with disabilities in the world, especially for those who lack the ability to communicate socially in a realistic manner due to the severity of their disability. Websites helped him establish communication and friction with the outside world. The same is true for people with disabilities in Algeria, who seek a climate conducive to their life and reflection, in particular so that their suffering is passed on to the parties concerned.

In this article, we will try to study and analyze the refutations of people with special needs in Algeria who are on the virtual space of exchange and reflection on Facebook. After

accepting our invitation to join this group (by being a non-disabled member), we have forged relationships with the members of this group and which include several physically disabled members throughout the national territories, for this purpose our research will focus on the quantitative analysis of questionnaires intended for this research category via the Facebook space on their situation and reality, their demands and their forecasts on the future of people with disabilities in Algeria, in order to follow the subjects and ideas that involve this group and their repercussions on their social and psychological conditions.

Keywords : Uses; physical disabilities ; social networks; Facebook ; digital communication.

Introduction

Le monde assiste à une révolution dans le développement des moyens de communication et des technologies de l'information. Il a créé de nombreuses technologies qui ont changé la nature de l'utilisation de ces moyens par les gens et la façon de communiquer les uns avec les autres, car les programmes de communication ont émergé par le biais d'ordinateurs tels que Messenger, Skype et les salons de discussion, et avec le développement continu de ceux-ci les technologies, les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram et autres ont vu le jour, car de nombreuses personnes ont trouvé de la place pour la communication et le divertissement, en particulier pour la frange des handicapés physiques.

Les plateformes numériques qui permirent l'échange et la concertation sont multiples et variés à l'heure actuelle, dans cette recherche nous avons focalisés sur le nouveau média Facebook, afin de démontrer que l'addiction au virtuelle certes elle porte des résultats négatifs, mais pour le cas des handicapés physique Algérien elles leurs permettent l'échange et l'influence et surtout d'être des citoyens qui peuvent étudier, apprendre, travailler et avoirs une existence souhaité. Cette recherche a donc permis de mettre en lumière la nature de l'utilisation des handicapés physiques du site de réseau social Facebook et les gratifications obtenues suite à cette utilisation.

1- Problématique

La problématique de cette recherche est de découvrir les raisons qui ont amené le groupe des handicapés en Algérie à utiliser l'espace virtuel (Facebook) comme moyen de communication entre eux, de faire entendre leur voix et de faire connaître leur cas aux autorités concernées afin de prendre en charge leurs besoins d'une part , et de la satisfaction obtenue par la communication numérique

en l'absence de contact interpersonnel direct social de l'autre part, et après avoir avancé une prés-enquête sur le site, nous avons découvert à travers les réponses de certains membres handicapés, que Facebook était le seul moyen qui leur a fourni « l'existence », et en suivant les bases scientifiques de la théorie des utilisations et de la gratification, l'individu est exposé aux médias pour satisfaire des besoins spécifiques. L'un des résultats les plus importants à atteindre selon la théorie mentionnée précédemment est la forte participation à l'utilisation des applications Facebook à des fins d'enseignement et d'apprentissage, ce qui ouvre la voie au résultat d'une intégration sociale facile en cas d'incapacité à communiquer inter - personnellement et à la recherche constante d'intégration dans la société et de créer des relations avec des personnes qui ne sont pas forcément handicapées physiquement.

Cet article vise à répondre à la question principale suivante :

Pourquoi les personnes handicapées utilisent-t-elles le Facebook comme un nouveau moyen de communication virtuelle?

2- Les hypothèses de recherche

Claude Bernard écrivait encore que « si l'on expérimentait sans idée préconçue, l'on irait à l'aventure, D'où la nécessité de bâtir des hypothèses de travail qui sont autant de propositions des réponses aux interrogations soulevées précédemment » (Claude, 2013, p350) .Face à l'interrogation posée précédemment dans la problématique de recherche nous avons avancés les hypothèses suivantes :

- Les motivations rituelles et utilitaires incitent les enquêtés à utiliser les sites de réseau social Facebook ;
- Gratifications de divertissement, de participation et de la communication sociale sont des gratifications réalisées à travers l'utilisation de nouveau media Facebook.

3- Objectifs de recherche

Les objectifs de cette recherche se focalisent sur la détection des raisons qui ont poussés les personnes handicapées physiquement, à se connecter au réseau social Facebook ; en plus des gratifications réalisées derrière cette utilisation, en

essayant de connaître la nature des gratifications en question qui ont été derrière cette utilisation qui inspire une certaine « existence » pour les personnes handicapées en Algérie, après le rejet social et l'introvertie psychologique ressentie par cette catégorie à cause de leurs handicap. Sans oublier d'énumérer les points positifs et négatifs de l'utilisation des applications du site Facebook par les enquêtés de recherche, en mettant en exergue les Modèles et habitudes d'utilisation des applications de réseau social Facebook, comme Axe d'introduction à la partie pratique .

4- Définition des concepts clés

- **L'usage**

« Comportement habituel dans certaines circonstances et dans certains milieux. Sans le fondement moral de la coutume apparaît moins impératif et dépourvu de sanctions » (Grawitz, 2004, p411). Berton et Proulx définissent l'usage comme « un phénomène complexe qui se traduit par l'action d'une série de médiations enchevêtrées entre les acteurs humains et les dispositifs techniques » (Hussenot, 2006, p04). Nous avons trouvés dans le dictionnaire Robert de sociologie (1999), deux sens principaux à la notion d'usage : la première se renvoie à la « pratique sociale que l'ancienneté ou la Fréquence rend normale dans une culture donnée », sens proche donc du terme de mœurs, les pratiques étant ici « vécues comme naturelles ». En second lieu l'usage se renvoie à « l'utilisation d'un objet, naturel ou symbolique, à des fins particulières ». On pense ici aux usages sociaux d'un bien, d'un instrument, d'un objet pour mettre en relief « les significations culturelles complexes de ces conduites de la vie quotidienne » (Poulx, sans année, p2).

Dans le cadre de notre recherche le concept « usage » est défini comme étant l'ensemble des comportements, attitudes et représentations se rapportant directement à l'utilisation des personnes handicapées physiquement au site de réseau social Facebook au quatre coins de l'Algérie.

- **Communication numérique**

La communication numérique se moque des frontières et anéantit les rythmes traditionnels par une instantanéité de l'information désormais accessible en tout lieu, à tout moment et le plus souvent gratuitement. Elle Offre la possibilité de

communication bidirectionnelle entre deux internautes ou au sein d'un cercle de connaissances en échangeant des messages textuels instantanés ou différés, ou alors en communiquant de manière visuelle ou audio (Dridi, 2017, pp8-12).

Dans le cas de notre recherche la communication numérique est considérée comme l'une des alternatives et des options permettant aux personnes handicapées physique de satisfaire leurs besoins en fonction des attentes qu'ils suscitent dans leurs choix. Car il existe une corrélation entre le désir et l'exposition à un médium sans l'autre, ou à un contenu sans autrui, et le choix sélectif est dû à l'utilisateur et non aux moyens, donc le rôle des moyens est de répondre aux besoins psychologiques de l'utilisateur dans lesquels celui-ci suppose qu'il y a un avantage à tirer d'une exposition à ce médium, Et l'utilisateur cherche par une exposition sélective à réaliser cet avantage.

- **Handicapé physique**

On distingue deux grands types d'handicaps : le handicap physique et le handicap mental. Le handicap sensoriel et le handicap moteur sont les deux sous types du handicap physique. Parmi les handicaps sensoriels, on distingue principalement les troubles de la vue (non voyants, mal voyants) et les troubles de l'audition (sourds, malentendants). (Sada, 2007, www.psycho-ressources.com › bibli › sport-handicape). Un handicapé physique est toute personne d'incapacité ou de maladie qui la désavantage par rapport à la plupart des autres. Bien sûr, nous sommes tous malades de temps en temps, par exemple à cause d'une grippe ou d'un mal de gorge, et nous nous absentons pour cela de l'école ou du travail. Mais un handicapé physique est une personne qui souffre d'une manière plus durable. Il faut des efforts spéciaux pour vivre avec les problèmes causés par un handicap physique (définition du handicap physique, 2012, www.france-handicap-info.com › images).

Dans le cas de notre recherche un handicapé physique est une personne souffrante d'un handicap qui altère la fonction physique d'une ou plusieurs parties, la motricité fine ou la motricité principale, les membres supérieurs ou les membres inférieurs sans être empêché de manipuler tout genre de portable ou tablette tactile.

- **Réseau social**

« Un réseau social correspond à un ensemble de relations sociales d'un type spécifique (de collaboration, de soutien, d'amitié, de contrôle, de conseil, d'échange d'informations...) entre un ensemble de nœuds pouvant représenter des individus, des groupes ou des organisations. Ces relations prennent forme spontanément et sont donc informelles et permettent alors aux individus d'accéder à des ressources utiles à l'action individuelle ou collective »(KAROUI, 2012, p13).

Selon Bernard Lamizet et Ahmed Silem, un réseau d'un point de vue social est

«notamment un ensemble de personnes qui sont en relation dans le cadre d'une structure formelle dédiée (club, association, groupe d'entreprise...) ou informelle et qui s'échangent des informations ou agissent en commun dans l'intérêt de certains ou de tous, Les membres du réseau... » (Lamizet, Silem, 1997, p481).

Le réseau social est aussi un ensemble d'identités sociales constitué par des individus ou des organisations reliées entre elles par des liens créés lors des interactions sociales. C'est une communauté où les membres interagissent régulièrement sur différents sujets qui les concernent (Guenot et autres, 2011, p17).

« Facebook est un réseau social en ligne ; permettant de maintenir et de tisser des liens entre individus. Il s'agit d'une boîte à outils social ; en quelque sorte ; qui peut servir à la fois personnellement ; par exemple, se divertir, faire des rencontres ; trouver des bons plans, et professionnellement à vendre, acheter, collaborer, organiser des événements, se former, faire de la publicité » (Delacroix, Albain, 2008, p5).

Dans le cas de notre recherche le réseau numérique le plus utilisé par notre échantillon de recherche est le réseau Facebook, qui donne aux handicapés physique une existence déclarée et approuvée, sous forme de partage des photos, publication des commentaires, des liens d'actualités ou tout autre contenu intéressant, et leur permet de jouer à des jeux, de discuter et de diriger des diffusions vidéo, C'est le site de réseautage social qui informe cette catégorie de personnes sur tous ce qui est en relation avec l'handicapé physique ou autre en Algérien.

5- La méthode et techniques de recherche

5.1- La méthode de recherche

« La méthodologie est un ensemble des méthodes et des techniques qui orientent l'élaboration d'une recherche et qui guident la démarche scientifique » (Angers, 2014, p40). Pour concrétiser notre sujet de recherche sur le terrain, nous avons procédé à l'utilisation de la méthode quantitative qui est : « l'ensemble de procédures pour mesurer des phénomènes. Elle vise d'abord à mesurer le phénomène de l'étude. Les mesures peuvent être originales de genre. Plus grand ou plus petit, ou numérique avec usage de calculs. La plupart des recherches en sciences humaines utilisent la mesure, il en est ainsi quand on fait usage d'indice, de taux, de moyennes ou plus généralement d'outils que fournit les statistiques... » (Angers, 2014, p60). Cette méthode a pour objectif de quantifier et de mesurer les données collectées durant notre enquête, en s'appuyant plus précisément sur l'obtention des réponses aux questions des questionnaires, et en vue d'exhiber les causes qui ont poussées les handicapées physique(membres supérieures ou inférieures), et les formes de satisfaction derrière cet usage. Puis nous avons procédé à l'interprétation des données recueillies pour en connaître d'avantages sur les motivations d'utilisation et les satisfactions obtenues force d'être connectés à l'espace virtuel Facebook.

5.2- Les techniques de recherche

Chaque recherche exige une technique qui doit être adéquate et bien choisit pour le recueil des informations sur le terrain, car bien choisir cette technique de recueil des données détermine les résultats finaux de l'enquête. La technique de recherche utilisée dans notre cas de recherche c'est le questionnaire, qui est une technique de collecte des données qui consiste pour le chercheur à poser de manière identique une même série de questions à tout les participants d'une recherche lorsqu'il procède à une enquête ou expérimentation (Giroux et autres, 2009, p70). Nous avons choisi cette technique parce que le questionnaire traduit l'objectif de la recherche en question, présenté selon une suite logique, afin de collecter des données qui seront classées, analysée et interprété. Par conséquent, il est un modèle de recherche empirique quantitatif, c'est cela est exigé par la population de recherche qui préfèrent le questionnaire plutôt que le face à face.

Le questionnaire de notre recherche se compose de trois(03) axes :

- **Axe I** : Modèles et habitudes d'utilisation des applications de réseau social Facebook, englobe (05) questions ;
- **Axe II** : Les motivations rituelles et utilitaires incitent les enquêtés à l'utilisation du site de réseau social, comporte (04) questions ;
- **Axe III** : Les types de satisfactions réalisées à travers l'utilisation de nouveau média Facebook, contient (03) questions.

6- La méthode de l'échantillonnage et l'identification de l'échantillon

6.1- La méthode d'échantillonnage

L'échantillonnage consiste à sélectionner les individus dans la population, et notre recherche s'est basée sur l'échantillonnage non probabiliste, qui sont très contraignantes. Il n'est pas toujours possible d'obéir parfaitement à ces contraintes parce que les données ne sont pas disponibles, parce que sa couterait trop cher ou que sa prendrait trop de temps (Hamel, 2017, p37). L'échantillonnage non probabiliste appelées aussi méthodes empiriques ou par choix raisonné. Elle sélectionne des individus qui n'obéissent pas au hasard. Définie selon des critères de faisabilité, de ressemblance à la population-cible et de critères subjectifs dépendant du choix des enquêteurs (Mrabet),

Nous avons procédé à cette méthode d'échantillonnage parce que la nature de notre échantillon de recherche se définit parmi les types de cette catégorie de méthode.

6.2- Identification de l'échantillon

Cette recherche est faite à travers l'espace numérique Facebook qui comporte un groupe des handicapés physique en Algérie, sous la dénomination « ذوي الاحتياجات الخاصة في الجزائر », « handicap in Algeria », un groupe public de 13889 membres qui représentent la population mère de recherche, et qui est «un ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation »(ANGERS, 2014, p98) . Sachant que ce groupe contient des membres non handicapés, après une concertation avec la personne chargée de ce groupe, nous avons constatés qu'il y'a 500 handicapés physique comme population de recherche, à ce propos nous

avons choisie toute la population de recherche qui englobe 500 handicapés physique , et puis nous avons appliqués l'échantillon par réseau(boule de neige) à travers le Facebook,ce qui revient à demander à des individus interrogés de désigner dans leur entourage d'autres personnes susceptibles d'être interrogées. Ici encore, les biais sont possibles si l'on ne s'interroge pas sur les motifs ou sur les représentations conduisant un enquêté à en désigner un autre. Cette technique ne va pas non plus dans le sens d'une diversification des profils sociaux de l'échantillon.

Nous avons distribués 500 questionnaires en langue arabe, nous avons reçue et validé 200 questionnaires.

▪ Résultats de l'étude de terrain et la discussion des hypothèses

Dans cette partie, nous avons analysés et interprété les données des questionnaires de recherche, que nous avons mis à la disposition de 200 personnes handicapés physiquement en Algérie, a travers le site de réseau social Facebook durant la période 2019.

Axe I : Modèle et habitude d'utilisation des applications de réseau social Facebook :

1-Tableau N°01 : Représente l'utilisation d'applications de médias sociaux dans les Smartphones

Utilisation	Effectif	Pourcentage %
Non	50	25
Oui	150	75
Total	200	100

Source : enquêtés

A travers le tableau ci –dessus nous avons constatés que 75 % des handicapés physique utilisent les applications de réseau social Facebook pour réaliser un besoin de communication avec l'autres sans pouvoir le rencontrer inter-personnellement, le faite que celui –ci a pu trouver un terrain de concertation et d'échange , alors il est au mesure de donner sa réflexion vis-à-vis de sujet développés avec l'autre. Et sachez qu'il y'a plusieurs applications de réseau social

Facebook, a titre de rappel , nous avons : application mobile Facebook, application Facebook Lite, application gestionnaire page Facebook, application publicité Facebook, application Facebook at work , application Facebook work chat, application Facebook Hello, application Facebook messenger, application Facebook mesenger for business, application Facebook groups, application events from Facebook, application Facebook moments , application Facebook mentions, application Facebook livestage, l'application MSQRD, les application Instagram, l'application Whatsapp, l'application internet.org, l'application Facebook paper, l'application Facebook Notify, L'application Slingshot by Facebook, l'application Riff, l'application Facebook Rooms, l'application Facebook Home, l'application Facebook Poke, l'application Facebook Camera. En revanche, 25% des enquêtés ont répondu qu'ils utilisent pas les applications de réseau social Facebook , ils se connectent juste sur la page pour suivre l'actualité avec des like et commentaire dans le cas ou ils sont intéressé par le sujet publier.

Tableau N°02 : Représente les raisons pour lesquelles les enquêtés possèdent des Smartphones

Raisons	Effectif	Pourcentage %
Suivre la technologie moderne	40	20
Exercer ma vie aussi normalement que les autres	50	25
Facile à le transporter	30	15
L'utiliser dans les études	50	25
Profitez des fonctionnalités et avantages qu'il contient	30	15
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau numéro 02 représente les raisons pour lesquelles les enquêtés possèdent des smartpone , puisque la totalités des personnes handicapés utilisent les application de réseau social Facebook d'après la question précédente , alors 25% qui marque deux raisons, qui sont comme suit : « exercer ma vie aussi normalement que les autres et l'utiliser dans les études » parmi les raisons distingués de cette possession , juste après nous avons énumérés la raison « suivre la technologie moderne » avec un pourcentage de 20%, en revanche nous avons enregistré deux raison avec un pourcentage similaire 15% qui revient aux raisons

suivantes : « facile à le transporter et profiter des fonctionnalités et avantages qu'il contient » .

Tableau N°03 : Représente La durée pendant laquelle les enquêtés utilisent le site de réseau social Facebook

La durée	Effectif	Pourcentage %
D'un an à moins de trois ans	50	25
Moins d'un an	20	10
De 3 à moins de 5 ans	50	25
5 ans ou plus	80	40
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau ci-dessus mentionne la durée pendant laquelle les enquêtés utilisent le site de réseau social Facebook, nous avons remarqués que 40% des enquêtés se connectent à Facebook depuis 5 ans ou plus, juste derrière nous avons enregistré deux durées qui reviennent d'un an à moins de 3 ans et de 3 ans à moins de 5 ans avec un pourcentage de 25%, à la dernière place nous avons le pourcentage de 10% moins d'un an, qui inspire une durée minimal de connexion au réseau social Facebook par la catégorie des handicapés physique.

Tableau N°04 : Représente les heures que les enquêtés passent quotidiennement sur le site de réseau social Facebook

Heures d'utilisation	Effectif	Pourcentage %
Moins d'une heure	50	25
Une à deux heures	20	10
De deux heures à moins de trois heures	60	30
Trois heures ou plus	70	35
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau N° 4 reflète les heures d'utilisation du réseau social Facebook, 35 % des enquêtés passent trois heures ou plus en se connectant à ce réseau, juste après nous avons enregistré 30% pour deux heures à moins de trois heures de connexion quotidienne a ce réseau, puis 25% pour moins d'une heure, et à la dernière position nous avons remarqués une heure à deux heures avec un pourcentage de 10%. Le tableau ci –dessus et le tableau précédent démontrent que les enquêtés se refuge d'une manière ou d'une autre vers ce nouveau média Facebook pour se ressourcer et de marquer leurs présence avec le liker ou commentaire.

Tableau N°05 : Représente le lieu où les enquêtés utilisent le réseau social Facebook

Le lieu	Effectif	Pourcentage %
Maison	150	75
Lieu de travail et d'étude	20	10
Lieux publiques	10	5
Plusieurs endroits	20	10
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau ci-dessus démontre le lieu d'utilisation de site Facebook, la maison c'est le lieu préféré pour se connecter à ce site social avec un pourcentage de 75%, un lieu de famille sur et protégé, puis le lieu de travail et d'étude en plus de plusieurs endroits sans y être déterminés par les enquêtés avec un pourcentage de 10%, à la dernière place nous avons énumérés les lieux publics avec un pourcentage de 5%, qui revient aux précautions prises par les enquêtés de peur d'être volés, parce qu'ils se connectent via des Smartphones, même si ils y'a d'autres handicapés qui se connectent avec des ordinateurs bureau et tablettes d'après leurs réponses.

Axe II : Les motivations rituelles et utilitaires incitent les enquêtés à l'utilisation du site de réseau social :

Tableau N°06 : Représente les motivations rituelles qui incitent les enquêtés à utiliser le site de réseau social Facebook

Les motivations rituelles	Effectifs	Pourcentage %
Accessible	50	25
Passez du temps Loisir et divertissement	40	20
Se débarrasser de l'isolement	40	20
Se sentir de l'intimité au cours de l'utilisation	40	20
Curiosité et découverte du site Facebook	30	15
Total	200	100

Source : les enquêtes

Le tableau ci-dessus représentent les motivations rituelles qui incitent les enquêtés à utiliser le site de réseau social Facebook, la distinction revient à la motivation accessible avec un pourcentage de 25% qui facilite à l'handicapé la création de compte Facebook et la connexion direct, suivis de trois motivations qui sont : passer du temps loisir et divertissement, se débarrasser de l'isolement et se sentir de l'intimité au cours de l'utilisation de Facebook avec un pourcentage similaire de 20 %, des motivations qui donne la joie de vivre et de bien être pour la catégorie de cette recherche. En revanche la motivation curiosité et découverte du site Facebook se distingue avec un pourcentage de 15%, une curiosité qui résume généralement ce qui touche la vie quotidienne des handicapés en Algérie

du côté travail, étude et prime de chômage, a cette occasion il y'a plusieurs commentaires qui se fait sur cette prime, qui est considéré insuffisante pour subvenir à leurs besoins quotidien, surtout avec la cherté de la vie.

Tableau N°07 : Représente les motivations utilitaires qui incitent les enquêtés à utiliser le site de réseau social Facebook

Les motivations utilitaires	Effectifs	Pourcentage %
Comprendre la réalité	30	15
Se communiqué avec les autres	40	20
Voire d'autres cultures	10	5
Participer à divers activités	20	10
Voir les problèmes des personnes ayant des besoins spéciaux	50	25
Profiter des informations qui concernent les personnes ayant des besoins spéciaux	50	25
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau précédent nous présente les motivations utilitaires qui incitent les enquêtés à utiliser le site de réseau social Facebook, 25% un pourcentage qui mis deux motivation utilitaires sur le même banc et qui sont : voire les problèmes des personnes ayant des besoins spéciaux plus profiter des informations qui concernent les personnes ayant des besoins spéciaux, juste après nous avons enregistré un pourcentage de 20% pour la motivation : se communiqué avec les autres, puis 15 % qui revient à la motivation comprendre la réalité, au final nous avons remarqués un pourcentage de 10 % et 5 % qui revient successivement à la motivation utilitaire : participer à divers activité et voire d'autres culture.

Tableau N°08 : Représente les raisons pour lesquelles les enquêtés utilisent le site du réseau social Facebook

Raisons d'utiliser le réseau social Facebook	Effectifs	Pourcentage %
Partager des expériences avec les autres	30	15
Facile à utiliser	10	5
Me permet de commenter et de participer à divers sujets	30	15
Poser les problèmes et préoccupations des handicapés physiques	60	30
Partager des expériences avec les autres	40	20
Connaitre plus de gens	30	15
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau ci-dessus représente les raisons pour lesquelles les enquêtés utilisent le site de réseau social Facebook , les interlocuteurs mis en avant la raison : poser les problèmes et préoccupations des handicapés physique avec un pourcentage de 30 %, puis la raison qui prend le pourcentage de 20% qui revient au partager des expériences avec les autres , à la troisième place nous avons enregistré le pourcentage de 15% qui reflète les raisons suivantes : la vitesse de sa transmission d'informations et d'événements, me permet de commenter et de participer à divers sujet et connaitre plus de gens. Et la raison facile à utiliser se distingue avec le pourcentage de 5%, qui est une raison évidente.

Tableau N°9 : Représente le degré de confiance des enquêtés dans l'offre des applications de média social Facebook

L'expression	Très faible	Faible	Moyen	Elevé	Très élevé	Total
Le degré de confiance des enquêtés dans l'offre des applications de media social Facebook?	E	30	40	70	50	200
	%	15	20	35	25	100

Source : enquêtés

Le tableau précédent démontre le degré de confiance apporté par les handicapés vis-à-vis de l'offre des applications de médias social , nous avons constatés des pourcentages qui revient aux expressions élevé 35% qui mentionne une confiance acceptable qui interprète l'intention divulgué des enquêtés , et le degré très élevé avec un pourcentage de 25%, juste derrière nous avons remarqués 20% qui marque l'expression moyen, à la dernière position nous avons énumérés l'expression faible avec 15%, et l'expression très faible avec un pourcentage de 5%, qui nous inspire une réflexion engageante de cette catégorie vers un le nouveau média Facebook.

Axe III : Les types de gratification réalisée à travers l'utilisation de nouveau média Facebook

Tableau N°10 : Représente les gratifications de l'utilisation des applications de média social Facebook

Gratifications		Grande		Très grande		Moyen		Peu		Très peu	
		E	%	E	%	E	%	E	%	E	%
Gratifications de divertissement	Occuper le temps libre et se débarrasser de l'ennui	20	32.78	25	40.98	8	13.11	4	6.55	4	6.55
	Sentiment amusant et relaxant	10	24.39	13	31.70	10	24.39	3	7.31	5	12.19
	Détendre lors d'une fatigue	11	29.72	12	32.43	8	21.62	3	8.10	3	8.10
	L'oublie des problèmes	14	28.57	15	30.61	9	18.36	6	12.24	5	10.20
Total		55	115.46	65	135.72	35	77.48	16	34.2	17	37.04
Gratifications de participation	La discussion sur divers sujets avec des amis	18	29.03	20	32.25	10	16.12	8	12.90	6	9.67
	Sensation intime et communication avec les autres	25	32.05	30	38.46	15	19.23	5	6.41	3	3.84
	Confort psychologique et réconfort	35	32.11	40	36.69	20	18.34	9	8.25	5	4.58

Total		78	93.19	90	107.4	45	53.69	22	27.56	14	18.09
Gratifications de la communication sociale	Sentir comme des gens ordinaires	35	32.71	40	37.38	15	14.01	10	9.34	7	6.54
	Communiquer avec des personnes ayant des intérêts similaires	35	31.53	45	40.54	13	11.71	10	9.00	8	7.20
	Facilité la communication et être plus social	45	31.25	50	34.72	25	17.36	15	10.41	9	6.25
	Booster ma confiance	25	25.51	35	35.71	20	20.40	13	13.26	5	5.10
Total		140	121	170	148.35	73	63.48	48	42.01	29	25.09

Source : enquêtés

Le tableau ci-dessus démontre les gratifications de l'utilisation des applications de média social Facebook, nous avons remarqués que la gratification de divertissement se répartie en quatre sous gratifications, qui sont comme suit : occuper le temps libre et se débarrasser de l'ennui, puis derrière la sous gratification sentiment amusant et relaxant, détendre lors d'une fatigue en utilisant le réseau Facebook, au final la sous gratification l'oublie des problèmes.

- La sous gratification « occuper le temps libre et se débarrasser de l'ennui », est distingué par un pourcentage de 40.98% pour la satisfaction (très grande), et 32.78% pour la satisfaction (grande), puis 13.11% pour l'expression (moyen), enfin le pourcentage similaire 6.55% pour les deux satisfactions (peu et très peu) ;

- La sous gratification « sentiment amusant et relaxant », est visible par la satisfaction (très grande) qui est de 31.70%, suivi par les deux satisfactions (grande et moyen) avec un pourcentage de 24.39%, l'avant dernière position pour la satisfaction (très peu) avec un pourcentage de 12.19%, au final 7.31% pour la satisfaction(peu) ;

- « Détendre lors d'une fatigue », a une (très grande) satisfaction avec un pourcentage de 32.43%, suivi de pourcentage 29.72% pour la satisfaction (grande), puis 21.62% pour le moyen, au final un pourcentage identique de 8.10% pour le (peu et très peu) ;

- Pour la sous gratification l'oublie des problèmes, nous avons énuméré une (très grande) satisfaction avec un pourcentage de 30.61%, suivi de 28.57% pour la satisfaction (grande) pour l'utilisation de Facebook, l'expression (moyen) est mentionné par 18.36%, puis 12.24% et 10.20% pour l'expression (peu et très peu) successivement.

La deuxième gratification principale qui revient à l'utilisation de Facebook, se compose de trois sous gratification, qui sont : la discussion sur divers sujets avec des amis, sensation intime et communication avec les autres et confort psychologique et réconfort.

- Pour la sous gratification intitulé « la discussion sur divers sujet avec des amis », est distinguée par un pourcentage de 32.25% au profit de la satisfaction (très grande), puis vient la satisfaction (grande) avec un pourcentage de 29.03%, l'expression(moyen) est reflété par le pourcentage de 16.12%, juste après 12.90% un pourcentage pour (peu), à la fin 9.67% pour l'expression (très peu) ;

- « La sensation intime et communication avec les autres », sous gratification bien visible avec un pourcentage de 38.46% pour la satisfaction (très grande), ensuite vient le pourcentage de 32.05% pour l'expression (grande), le pourcentage 29.23% revient à l'expression(moyen), 6.41% et 3.84% démontre les deux expressions (peu) et (très peu) ;

- La dernière sous gratification est « le confort psychologique et réconfort », (très grande) satisfaction de l'utilisation de Facebook avec un pourcentage de 36.69%, puis la satisfaction (grande) avec un pourcentage de 32.11%, après la satisfaction de (moyen) avec un pourcentage de 18.34%, à la dernière position les deux pourcentages de 8.25% pour l'expression (peu) de satisfaction et 4.58% pour la satisfaction (très peu).

La troisième gratification principale qui est gratification de « la communication sociale », se répartie en quatre sous gratifications, le pourcentage visible revient à la satisfaction (grande) à la sous gratification sentir comme les

gens ordinaire avec un pourcentage de 32.71%, pour la l'expression (très grande), nous avons énumérés la sous gratification de communiquer avec des personnes ayant des intérêts similaires avec un pourcentage de 40. 54%, passant à la satisfaction (moyen) et (peu) avec un pourcentage de 20.40% et 13.26% pour la sous gratification Booster ma confiance, à la dernière position , la satisfaction (très peu) mis en surface la sous gratification communiquer avec des personnes ayant des intérêts similaires avec un pourcentage de 7.20%

Tableau N°11 : Représente les avantages les plus positifs des applications de média social Facebook

Les avantages les plus positifs	Effectifs	Pourcentage %
Fournir à la personne des informations et des connaissances	30	15
Rend la personne plus ouverte aux autres	10	5
Fenêtre avec vue sur le monde	30	15
Discutons des problèmes des personnes ayant des besoins spéciaux	60	30
Une occasion d'améliorer l'estime de soi et la confiance en soi	40	20
Fuir l'isolement social	30	15
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau ci-dessus nous apporte les avantages les plus positifs des applications média social Facebook , nous avons remarqués que les enquêtés ont pus mettre en exergue l'avantage de discussion des problèmes des personnes ayant des besoins spéciaux avec un pourcentage de 30% , et cette avantage donne un vécu spécifique pour cette catégorie choisie , le faite quelles cherchent à comprendre les événements de son handicapés et pouvoir transmettre leur souffrance au quotidien pour les autorités concernées. Juste après nous avons

soulignés le pourcentage de 20% qui introduit l'avantage : une occasion d'améliorer l'estime de soi et la confiance en soi, après être vécus un rejet de la société réelle, ils ont trouvés le Facebook comme moyen de se ressourcés et comme société virtuelle qui à pris soin d'eux. Trois avantages départagent le même pourcentage 15%, et qui introduit : Fournir à la personne des informations et des connaissances, Fenêtre avec vue sur le monde et Fuir l'isolement social, pour conclure le pourcentage de 5% qui interprète l'avantage de : rend la personne plus ouverte aux autres.

Tableau N°12 : Représente les aspects négatifs des applications de média social Facebook

Les aspects négatifs	Effectifs	Pourcentage %
Atteinte à la vie privée	40	20
Les grand nombre d'annonce	50	10
Réduit les compétences en communication interpersonnelle	70	35
Affichage pornographique inapproprié	40	20
Total	200	100

Source : enquêtés

Le tableau N°12 représente les aspects négatifs des applications de média social Facebook, les enquêtés ont détectés l'aspect négatif qui porte le pourcentage de 35%, et qui revient directement à la réduction des compétences en communication interpersonnelle, ensuite nous avons soulignés deux aspects le premier c'est l'atteinte à la vie privé, le deuxième est l'affichage pornographique inapproprié avec un pourcentage de 20%. Au final le pourcentage de 10% qui reflète l'aspect les grand nombre d'annonce.

Conclusion

La recherche sur l'usage des handicapés physique pour le réseau social Facebook , dans la société Algérienne à démontré plusieurs résultats , suivant les questions du questionnaire que nous avons élaborés et envoyés aux interlocuteurs à travers le site Facebook, choisissant l'échantillon boule de neige pour recueillir le maximum de réponse, afin de démontrer les causes qui ont poussées cette catégorie a se jeté dans les bras du réseau social Facebook.

Et il y a des études antérieures qui ont indiqué la nécessité d'exploiter les applications de réseaux sociaux, y compris Facebook dans les smartphones au profit des malvoyants, tout en favorisant une coopération conjointe entre les concepteurs d'applications pour téléphones intelligents et les responsables des technologies de déficience visuelle.(أبو غوله، ديسمبر 2017)

Les recherches futures devraient faire la distinction entre handicap physique, sensoriel, communication, intellectuel, et les handicaps émotionnels en demandant aux répondants de choisir leur principal handicap. Elle devrait également explorer qualitativement les expériences des personnes handicapées sur Facebook via des entretiens personnels ou des groupes de discussion pour faire la lumière sur les questions intéressantes soulevées par notre résultats, tels que: Que pensent les personnes souffrant de divers types d' handicap de l'état de la technologie Facebook, y compris son potentiel pour améliorer leur capacité à communiquer? Comment utiliser Facebook pour soutenir l'intégration sociale? Que peut-on faire pour étendre le rôle de Facebook pour soutenir l'organisation politique et le plaidoyer? Les recherches futures devraient aborder aussi les étapes qui doivent être prises pour améliorer la sécurité, la confidentialité et l'accessibilité de Facebook. Nous devrions comparer les besoins des personnes ayant différents handicaps avec l'objectif d'amélioration de ces services. (Shpigelman et Gill, 2014, pp620-621).

Ci – dessous la discussion des hypothèses de notre recherche :

▪ ***Les personnes handicapées physique n'ont pas des modèles et habitudes d'utilisation des applications de réseau social Facebook ;***

D'après l'analyse des données des questionnaires que nous avons recueillie après un temps d'attente, nous avons constatés que les enquêtés utilisent à 75% les applications de médias sociaux dans les Smartphones, avec une durée de connexion de 5 ans plus, passant quotidiennement trois heures ou plus chez eux à la maison, le lieu préféré pour se connecter à ce site social pour la raison de sécurité. Alors vu les réponses des enquêtés dans les tableaux suivants : 1, 2, 3, 4 et 5 du premier axe intitulé « les modèles et habitudes d'utilisation des applications de réseau social », l'hypothèse N°1 qui stipule que : « les personnes handicapées physique n'ont pas des modèles et habitudes d'utilisation des applications de réseau social Facebook » est visiblement infirmé ;

▪ ***Les motivations rituelles et utilitaires incitent les enquêtés à utiliser les sites de réseau social Facebook ;***

Nous avons constatés que les enquêtés ont des motivations rituelles et utilitaires qui les incitent à utiliser le site de réseau social Facebook, avec la distinction de la motivation « Accessible » pour le rituelle, en plus des motivations utilitaires suivantes : « voire les problèmes des personnes ayant des besoins spéciaux » et « profiter des informations qui concernent les personnes ayant besoins spéciaux ». Sans oublier le degré élevé et acceptable de confiance approuvée par les enquêtés par rapport à l'offre des applications de media social Facebook. Et vu les réponses introduites dans les trois tableaux 6,7 et 9 sous l'axe II qui reflète : les motivations rituelles et utilitaires incitent les enquêtés à utiliser les sites de réseau social Facebook, l'hypothèse N°2 est confirmé ;

▪ ***Gratifications de divertissement, de participation et de la communication sociale sont des gratifications réalisées à travers l'utilisation de nouveau media Facebook ;***

Les enquêtés ont démontrés les gratifications réalisées à travers l'utilisation de nouveau média Facebook , à l'instar des gratifications de divertissement qui englobe les sous gratifications suivantes : « Occuper le temps libre et se débarrasser de l'ennui », « Sentiment amusant et relaxant », « Détendre lors d'une fatigue » ,« L'oublie des problèmes » et gratifications de participations qui

se répartie en : « Discussion sur divers sujets avec des amis », « Sensation intime et communication avec les autres », « Confort psychologique et réconfort », sans oublier le troisième type de gratification qui sont des gratifications de la communication sociale , se devisant en sous gratification secondaire comme : « Sentir comme des gens ordinaires », « Communiquer avec des personnes ayant des intérêts similaires », « Facilité la communication et être plus social », « Booster ma confiance » . Sachant que les enquêtés ont approuvés des avantages les plus positifs des applications de media social Facebook, à coté des aspects négatifs de ces applications, les interlocuteurs de notre recherche considèrent que le Facebook favorise la réduction des compétences en communication interpersonnelle force d'être isolé et marginalisé dans la société, à cause d'un handicap physique , en plus des autres effets néfaste à l'instar de : l'atteinte à la vie privée, l'affichage pornographique inapproprié et les grand nombres d'annonces. Nous avons constaté à partir du tableau N°10, sous le troisième axe des types de gratifications réalisées à travers l'utilisation de nouveau média Facebook, que la troisième hypothèses est confirmé.

La question N°8 de l'axe II répond à la question principale , qui s'interroge sur les raisons qui ont poussées les personnes handicapées physique en Algérie a utilisés le Facebook comme un nouveau moyen de communication virtuelle, et ces raisons ont été approuvées par les enquêtés dans leurs réponses aux question de l'enquête ; La première raison derrière l'acte de refuge au site Facebook et de Poser leurs problèmes et préoccupations en l'absence de la communication interpersonnelle direct qui va leur permettre d'exposé et d'exhibé leurs souffrances ; en plus de Partager des expériences avec les autres par rapport aux affaires des handicapés, en élargissant leurs connaissances avec des personnes handicapées et non handicapées, qui vont être solidaire avec leur situation sociale, économique et même psychologique, vu la fragilité de cette tranche de personnes qui cherchent constamment un réconfort pour dépasser certains obstacles, et le faite de ce retrouvé sur le réseau Facebook, c'est un accès direct à la communication sans demandé de permission à travers des commentaires qui reflètent leur position vis-à-vis de multiples sujets, avec une utilisation facile et maniable qui ne demande pas un niveau élevé de connaissance et de savoir faire.

Bibliographie

- منصور وافي، أ. عطا الله أبو غولة، س.(2019). استخدامات ذوي الإعاقة البصرية من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة لتطبيقات التواصل الاجتماعي في الهواتف الذكية والاشباعات المتحركة -دراسة ميدانية-. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإسلامية، 27(4)، 40-64.
- Angers, M. (2014). *Initiation Pratique à La Méthodologie des Sciences Humaines*. Québec, Canada : CEC.
- Claude, B.(2013). *Introduction à l'étude de la médecine expérimentale*. Paris, France : Flammarion.
- Delacroix, E., Albain, M. (2008). *Facebook on s'y retrouve*. Paris, France : Pearson.
- Dridi, N. (2017). *Le rôle de la communication via les réseaux sociaux à l'amélioration de la réputation de l'entreprise, Etude de cas* (Mémoire de fin de cycle , diplôme de master en sciences commerciales , Option : Marketing). Ecole Des Hautes Etudes Commerciales(EHEC), Koléa, Algérie.
- Giroux, S. et al.(2009). *Méthodologie des sciences humaines (3^{ème} ed)*. Québec, Canada : Pearson ERPI.
- Grawitz, M. (2004). *Lexique des sciences sociales (8^{ème} ed)*. Paris, France : Dalloz.
- Guenot, F. et al. (2011). *Travailler efficacement avec les réseaux sociaux*. Paris, France : Studyrama Vocatis.
- Hamel, J. C. (2017). *Guide d'apprentissage mathématique, Résolution (2^{ème} ed)*. Québec, Canada : Sofad.
- Hussenot, A.(2006). *Vers une reconsidération de la notion d'usage des outils TIC dans les organisations : une approche en termes d'inaction*. Rennes, France : ENSP.
- Karoui, M. (2012). *Visibilité du capital social à travers les médias sociaux: Etudes de cas sur les dynamiques sociales de l'appropriation d'un outil*

d'Analyse de Réseaux Sociaux (thèse de doctorat).Ecole centrale des arts et manufactures « école centrale paris».

- Lamizet, B., Silem, A.(1997). *Dictionnaire Encyclopédique des Sciences de L'information et de La Communication*. Paris, France : Ellipse Marketing S.A.
- Proulx, S. (2005).*Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui : enjeux-modèle-tendance*. éds, Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, Tome. 1. Bordeaux, France : Presses universitaires de Bordeaux, 7-20.
- Shpigelman,C. N.,Gill Carol, J.(2014). Facebook Use by Persons with Disabilities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, (19), 610-624.

Sitographie

- Définition du handicap physique. (2012), article scientifique sur le site internet : www.france-handicap-info.com › images.
- Sada, R. (2007). Les personnes handicapées notions à connaître dans la perspective d'une pratique sportive, article scientifique, paru sur le site internet : www.psycho-ressources.com› bibli › sport-handicape.