



Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences Humaines

Option : Communication et Relations Publiques

Mémoire de fin de cycle

**En vue de l'obtention du diplôme Master en sciences de l'information et de la
Communication**

Thème :

**L'impact de l'usage des Réseaux Sociaux dans
la sauvegarde du Patrimoine Berbère Matériel et
Immatériel**

**Cas pratique : la page Facebook de l'association pour la
sauvegarde et la valorisation du patrimoine culturel de la ville de
Bejaia (ASPCB)**

Réalisé par:

ZIDAT Nawel

BOUKHRAS Kenza

Encadré par:

Dr BOUICH Mahrez

Promotion: 2020/2021

Remerciements

Au terme de ce travail, nos remerciements vont d'abord à dieu le tout puissant qui nous a donné la force, le courage et surtout la santé ainsi que la volonté et la patience pour mener à bien notre recherche.

Nous exprimons nos remerciements à nos familles et amis qui ne cessent de nous épauler, nous encourager et nous soutenir moralement et financièrement.

*Nos vifs remerciements à **M. Mahrez BOUICH** qui nous a honoré d'avoir accepté l'encadrement de cette recherche, et pour ses orientations et conseils.*

*Par ailleurs, nous témoignons notre reconnaissance à tous les enseignants du département des sciences humaines de l'université de Bejaia qui ont contribué à notre formation durant tout notre cursus universitaire, un immense remerciement à **M.AIT SAHEL Mohammed** et **M. MERAR** pour leurs aides et encouragements.*

Enfin, il nous est particulièrement agréable d'exprimer nos remerciements envers tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.

MERCI !

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

Celle qui m'a mise au monde,

Ma mère, les mots ne suffisent pas pour exprimer mes sentiments d'amour, ma gratitude et mon respect envers toi.

Tu étais, tu es et tu resteras ma source d'inspiration, du courage et surtout de persévérance. Toujours forte, souriante et courageuse.

T'as œuvré pour ma réussite, par ton amour, ton soutien et tous les sacrifices accordés et tes précieux conseils, pour toute ta présence dans ma vie. Je t'aime !

A Mon père, qui peut être fier et trouver le résultat d'années de sacrifices pour m'aider à avancer dans la vie. Merci pour les valeurs nobles et l'éducation venu de toi et de ma mère.

*A mon frère Samir, et mes sœurs : **Lylia et Amel** qui n'ont cessé d'être un exemple pour moi de générosité et du courage.*

*A mes deux sœurs de cœur : **Kenza Maamer et Ferial BEZGHOUCHE** merci d'être toujours à mes côtés.*

A mes cousines adorés : Naima, Linda et Cilya

A mes chers amis (es): Hakim Haddadi, Houria Magnana, Abed Saoudi, Reggad Saleh, Salima Amalou, Mounir Kellala, Imane Lalaoui, Sarah Oughlis, Hania Yahiaoui, Zehira Tahar, Yacine Touati, Saïd Rabia, Fayçal Zeouaoui, Kamil je ne vous oublierez jamais !

*A mon amie et binôme **Kenza BOUKHERAS.***

*A mon encadreur **Mr Mahrez BOUICH** vous êtes un exemple.*

Z.Nawel

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

Mes chers parents pour leur soutien.

A mes frères et mes sœurs.

A ma grande famille.

A tous ceux qui me sont chers.

B. Kenza

Liste des abréviations :

Abréviation	Signification
ASPCB	Association pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel de Bejaia
TIC	Technologie de l'information et de la communication
RS	Réseaux sociaux
CNEP	Caisse nationale d'épargne et de prévoyance-Banque

Liste des tableaux :

N° de tableau	Titre de tableau	Page
01	L'échantillon de la population d'étude	30
02	les cinq questions de LASSWELL pour analyser les médias	52
03	Les institutions mondiales chargées de la sauvegarde du patrimoine culturel	92
04	Les données relatives à la description et l'identification de l'association sur la page Facebook	101
05	Les diverses publications du 04 janvier au 27 Janvier 2019	102
06	Les divers sujets des publications du 04 janvier au 27 Janvier 2019	103
07	Les attitudes des publications de la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 Janvier 2019	104
08	Les attitudes d'influence sur la page Facebook de l'ASPCB	105
09	Les attitudes de l'information sur la page Facebook de l'ASPCB	106

10	Les attitudes de l'accompagnement sur la page Facebook de l'ASPCB	107
11	Les attitudes de la sensibilisation sur la page Facebook de l'ASPCB	108
12	La valeur ajoutée des publications de la page Facebook de l'association ASPCB du 04 janvier au 27 Janvier 2019	109
13	La valeur ajoutée de l'influence sur la page Facebook ASPCB	110
14	La valeur ajoutée des informations sur la page Facebook de l'association ASPCB	111
15	La valeur ajoutée des accompagnements sur la page Facebook de l'association ASPCB	112
16	La valeur ajoutée de la sensibilisation sur la page Facebook de l'association ASPCB	113
17	La forme des publications de la page Facebook de l'association ASPCB du 04 janvier au 27 janvier 2019	114
18	La forme de l'influence sur la page Facebook de l'ASPCB	115
19	La forme de l'information sur la page Facebook de l'association ASPCB	116
20	La forme de l'accompagnement sur la	117

	page Facebook de l'ASPCB	
21	La forme de la sensibilisation sur la page Facebook de l'ASPCB	118
22	Langue des publications de la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 janvier 2019	119
23	La langue de l'influence sur la page Facebook de l'ASPCB	120
24	La langue de l'information de la page Facebook de l'ASPCB	121
25	La langue de l'accompagnement de la page Facebook de l'ASPCB	122
26	La langue de la sensibilisation de la page Facebook de l'ASPCB	123
27	L'interactivité des publications sur la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 Janvier 2019	124
28	L'interactivité de l'influence de la page Facebook de l'ASPCB	125
29	L'interactivité de l'information de la page Facebook de l'ASPCB	126
30	L'interactivité de l'accompagnement de la page Facebook de l'ASPCB	127
31	L'interactivité de la sensibilisation de la	128

	page Facebook de l'ASPCB	
32	Les acteurs apparus dans les publications de la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 janvier 2019	129
33	Les indicateurs de l'approche théorique adoptée dans notre recherche selon l'analyse des publications de la page Facebook de l'ASPCB	130

Liste des figures :

N° de figure	Les titres des figures	Pages
01	Liste thématique des associations nationales et locales agréées.	42
02	Logo Facebook	58
03	Différentes formes du patrimoine	68
04	Illustration « Tajmaat »	82
05	Illustration « femmes kabyles celebrent 1 ^{er} jour du moharem »	83
06	Extrait du poeme de Si Mhand U Mohand	85
07	Les membres de l'association	96
08	Le bilan des activités de l'année 2017	97
09	Le plan d'activité de l'année 2018	100

Liste des images

N° d'image	Les titres de l'image	Pages
01	Site archéologique de Tizirt	70
02	Site Mlakou (Seddouk, Bejaia)	71
03	Site l'Abri n'Dall	71
04	La casbah de Bejaia	72
05	Village Djebba (architecture des villages berbère)	73
06	Village ait al Kaid (architecture des villages berbère)	74
07	La poterie berbère traditionnelle	75
08	Plat traditionnel berbère a base du bois	76
09	La poterie berbère moderne	76
10	Tapis traditionnel berbère	77
11	Bijoux berbère	78
12	Décoration intérieure des maisons kabyle	78
13	Tenue traditionnel berbère (robe kabyle)	79
14	Tenue traditionnel berbère (homme)	80
15	Plat traditionnel berbère (Tikourbabine)	81
16	Plat traditionnel berbère	81
17	Dance Kabyle	87

18	Timccret	86
19	Cueillettes des olives	87
20	Bureau de l'association	95
21	La page Instagram « histoire.amazigh »	90
22	La page Facebook de la chaine télévision Berbère TV	91
23	La chaine Youtube « Amrabad »	91

Sommaire

Sommaire

Remerciements

Dédicace

Liste des abréviations :

Liste des tableaux :

Liste des figures :

Liste des images

Sommaire

Introduction : P.1

Cadre I

Section 1 : L'analyse conceptuelle

1. La problématique : 4
- 2- Les hypothèses : 6
- 3- Les définitions des concepts : 7
4. Les études antérieures : 09
5. Les raisons du choix de thème : 14
6. Les objectifs de la recherche : 14

Section 02 : Démarche méthodologique : 16

1. La pré-enquête : 16
2. Méthode et technique de recherche : 17
3. L'approche théorique : 19
4. La population mère de l'étude : 23
5. Les difficultés rencontrées : 25

Cadre II

Le cadre théorique

Chapitre 01 : Les généralités sur les associations et les réseaux sociaux :

Section 1 : Généralités sur les associations 36

1. Qu'est ce que l'association ? 37
2. Le mouvement associatif en Algérie : 37

Section 02 : La communication associative : 43

1. Définition de la communication des associations : 43
2. Les types des associations : 44
3. Les acteurs de l'association : 45

4.	Les supports de la communication des associations :	45
5.	Le fonctionnement des associations :	45
6.	La stratégie de communication :	47
7.	L'usage du réseau social Facebook dans le cadre de la communication associative :	48
Section 03 : Les réseaux sociaux		
I.	Le Web 2.0 et les réseaux sociaux	49
1.	Un aperçu sur le web 2.0 :	49
1.1.	Les Réseaux sociaux et son développement :	49
1.2.	Les principaux réseaux sociaux :	50
II.	Le réseau social Facebook :	51
1.	Définition du concept Facebook :	51
2.	Evolution de Facebook :	52
3.	L'engagement des acteurs associatifs sur Facebook :	54
4.	Les risques d'utilisation de réseau social « Facebook » :	54
Chapitre II : La culture berbère et l'identité berbère :		
Section 1 : Un aperçu historique sur la culture et l'identité berbère :		
1.	Généralités sur le patrimoine	58
1.1.	La définition du patrimoine :	58
1.2.	La construction du patrimoine :	59
1.3.	L'évolution du patrimoine :	60
1.4.	Les différents types de patrimoine :	61
Section 2 : le patrimoine culturel berbère matériel et immatériel		
1.	Aperçu sur le patrimoine culturel :	63
2.	La classification du patrimoine culturel :	64
2.1.	le patrimoine berbère matériel :	64
3.	Le patrimoine berbère immatériel :	68
Section 03 : la sauvegarde du patrimoine culturel matériel immatériel au niveau national 82		
1.	La sauvegarde du patrimoine berbère :	82
2.	Le patrimoine à l'ère numérique :	83
3.	Les institutions internationales chargées de la sauvegarde du patrimoine culturel :	86
4.	Les menaces sur le patrimoine :	87

Le cadre pratique

Section 01 : Présentation de lieu et la période de l'étude	94
1. Le cadre spatio-temporel :	94
1.1 Le temps de l'étude :	94
1.2 Description de lieu de l'étude :	94
2. Les objectifs de l'association ASPCB :	96
3. Le bilan des activités de l'association de l'année de 2017 :	97
4. Le plan d'activité de l'association pour l'année de 2018 :	99
Section 02 : Analyse et présentation des données	100
1. La grille d'analyse globale de la page Facebook :	100
2. Présentation des données relative à la page Facebook de l'ASPCB :	101
2.1. Les données de l'échantillon :	102
2.2. Les indicateurs de l'approche théorique :	130
3. Discussion des résultats :	133
4. Vérification des hypothèses :	135
Conclusion	138

Liste bibliographique

Annexes

Introduction

Introduction :

La communication devient de plus en plus importante dans la vie quotidienne, elle a adoptée diverses formes et moyens de diffusion auprès du public. En effet, la communication s'est développée selon les besoins changeants des individus, tout en créant de nouvelles structures et multiples moyens de communication. Au sommet de ces moyens, on trouve : les médias, les supports papiers, le site web, les réseaux sociaux, le blog, le e-mailing et salons et foires.

Le développement remarquable de la communication dans divers domaines et l'innovation technologique ont donnée naissance au TIC et plus particulièrement les réseaux sociaux qui sont populaires en raison de leur facilité d'utilisation et de leur interactivité. Ce sont des moyens qui peuvent rendre la parole plus libre, et offrir une plus grande liberté pour une variété de causes différentes, comme elles qui peuvent valoriser et sauvegarder le patrimoine berbère matériel et immatériel, comme celles qui ont une relation avec l'histoire, l'identité, la culture, le patrimoine et tant d'autres.

On voit de plus en plus l'engagement des acteurs sociaux dans des différentes causes, notamment les causes culturelles. Que ce soit des associations, des organismes a but non lucratifs qui informent les citoyens et suggèrent des solutions, dans le but de résoudre des problèmes liés à le patrimoine berbère matériel et immatériel ainsi que de le sauvegarder et le valoriser dans la société et cela avec l'usage des réseaux sociaux. Les Associations Algériennes entrent dans une nouvelle phase dans le cadre de développement des réseaux sociaux, Facebook en particulier. En effet, les fonctions fournies par ce dernier sont conçues pour créer une nouvelle forme de communication (partage, collaboration, information... etc. A travers des textes, des vidéos, des graphiques... etc.) Dans l'espace web.

Dans ces derniers temps il est constatable que le patrimoine berbère matériel et immatériel commence à devenir une question importante qui intéresse plusieurs catégories de la société. Le patrimoine berbère matériel et immatériel est une question d'appartenance, d'identité plusieurs personnes physiques ou morales sont impliqués à sa préservation, à sa transmission mais également à sa sauvegarde.

La ville de Bejaia est une ville riche de son patrimoine berbère matériel et immatériel historique, de la variété de ses paysages, de ses traditions et de sa culture, et c'est pour ce fait là qu'on trouve des associations à caractère culturelles sont très engagées. Ces dernières dans leur communication associative utilisent généralement les réseaux sociaux en particulier le Facebook à la fois pour sensibiliser, transmettre, sauvegarder et impliquer les citoyens dans leurs actions.

Pour s'inscrire dans cet ordre d'idées nous avons élaboré ce modeste travail qui se découpe en trois grandes parties :

- La première partie consacrée au cadre méthodologique contient deux parties :

La première est consacrée à l'analyse conceptuelle qui contient les éléments suivants : la problématique, les hypothèses, la définition des concepts, les études antérieures, les raisons et objectifs du choix du thème. Tandis que la deuxième est consacrée à la démarche méthodologique, dont on trouve les éléments suivants : la pré-enquête, la méthode de recherche, l'outil de recherche, la population de l'étude, l'échantillon et l'approche théorique.

La seconde partie, concerne le cadre théorique qui est subdivisée en trois chapitres : Le premier chapitre se découpe en trois section chaque section traite, la communication en général, la communication associative et l'état des lieux des associations en Algérie. Le deuxième chapitre parle des réseaux sociaux et de Facebook ; son utilité, ses avantages et ses inconvénients. Le troisième chapitre, porte sur la culture berbère, l'historique du patrimoine berbère algérien ainsi que le patrimoine matériel et immatériel.

La troisième et la dernière partie consacrée à la partie pratique qui est constituée de deux sections ; la première porte sur la présentation de lieu de l'étude l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, ses objectifs et ses activités. Aussi, l'analyse et présentation des données, les données de l'échantillon et l'analyse de contenu.

Quant à la deuxième section ; Cette partie porte sur l'interprétation de contenu descriptif de la pré-enquête, la discussion des résultats, les indicateurs de l'approche théorique et la vérification des hypothèses.

Nous terminons notre travail avec une conclusion générale dont on a tenté de répondre à la question principale ainsi que les questions secondaires et d'exposé nos résultats de recherche.

Cadre méthodologique.

Section 1 : L'analyse conceptuelle

1. La problématique :

La communication est une nécessité pour l'être humain, elle lui permet d'échanger, d'informer et de s'informer sur tout et dans différents domaines. De nos jours, le domaine de communication a connu l'avènement de nouvelles techniques qui ont prit une importance dans la vie de tous les jours que personne ne peut s'en passer. Ce nouvel outil de communication offre plusieurs services, tel que la recherche, l'échange de l'information, des connaissances qui permettent un contact rapide et efficace.

Ces dernières années, la communication numérique est devenue un outil essentiel et un élément incontournable pour chaque individu y compris les institutions,

Les entreprises, les associations, les chaînes de télévisions etc. En effet elle s'est installée au fil du temps comme une technique de communication à part entière ou elle fait appel à l'utilisation des sites, des blogs, des applications afin de transmettre et de diffuser des contenus numérique au large public. Aujourd'hui, l'internet permet la transmission des informations, des échanges en toute liberté d'où on observe le développement de réseaux sociaux du jour en jour, tout le monde peut y accéder et tout le monde l'utilise. « Les réseaux sociaux permettent l'intervention de l'utilisateur dans la production et la diffusion des contenus médiatiques sur la base d'un double mouvement. ¹ »

Les réseaux sociaux deviennent de plus en plus populaires et plus utilisés, en conséquence les associations introduisent les nouveaux outils de la promotion en profitant des avantages données par les nouvelles technologies. Le recours aux technologies numériques est apparu comme une solution pertinente qui permettant et assurant la promotion du patrimoine via les réseaux sociaux vu l'absence ou/et la moins importance que le pays accorde au patrimoine et à la culture Berbère mais également à la curiosité de l'être humain qui le pousse à chercher à connaître son histoire, son identité du coup les nouvelles technologies lui a facilité l'accès d'une

¹ Jean-Eric Pelet, Jérémy Lucas-Boursier, Aide mémoire Communication digitale, DUNOD, 2017

manière efficace, simple et rapide mais surtout cela lui permet d'échanger, d'ouvrir un débat et interagir en toute liberté.

En général les associations culturelles qui s'intéressent à la sauvegarde du patrimoine culturel berbère matériel et immatériel se penchent de plus en plus aux réseaux sociaux ce qui sont constatables sur le terrain, (chose que nous avons remarqué lors de notre pré-enquête, des réseaux sociaux tel que Facebook qui est considéré comme l'un des moyens les mieux consultés dans la diffusion des informations... D'un autre côté, plusieurs associations algériennes a caractère culturel souffrent énormément du manque de moyens de communication que ce soit médiatique ou non médiatique, vu la situation générale des moyens de communication du pays : manque de chaînes de télévisions thématiques, manque des émissions qui traitent le patrimoine matériel et immatériel...

Aujourd'hui avec la propagation et l'utilisation des réseaux sociaux, la transmission de la culture et de l'information prend une place inéluctable, comme le Facebook a l'avantage de préserver et conserver toutes publications publiées, les associations l'utilisent afin de sauvegarder le patrimoine berbère matériel et immatériel.

L'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de Bejaia fait recours aux réseaux sociaux afin de transmettre la culture berbère et de protéger le patrimoine berbère matériel et immatériel sur la plateforme Facebook, et cela avec la diffusion des activités faites par l'associations, tels que des vidéos dans des occasions pour montrer aux différents publics la richesse de notre patrimoine en valorisant une histoire locale et de les inciter à défendre ce dernier car il fait partie de nous. « En effet la diffusion des contenus patrimoniaux dans la sphère numérique bouleverse les cadres classiques du processus de patrimonialisation et offre des nouvelles possibilités de circulations, de partage et d'enrichissement de ces contenus²»

Depuis des millénaires le patrimoine matériel et immatériel s'évolue et s'exprime à travers la construction et la création que ce soit des monuments, des sites archéologiques ou les œuvres d'arts qui contribuent à façonner notre identité. Le patrimoine c'est un outil qui représente la mémoire du passé et aide à comprendre l'histoire de l'humanité et notre façon de

² Aissa Merah, Michèle Gellereau et Nabila Aldjia Bouchaala, **Reconfiguration des expressions et des pratiques culturelles à l'ère du numérique en méditerranées**, L'Harmattan, Paris, 2017, P115

vivre aujourd'hui, à ce titre il est question d'en prendre soin et le sauvegarder car il constitue une ressource non renouvelable d'une grande importance historique pour les populations c'est pourquoi il est essentiel de le transmettre aux futures générations.

À ce niveau se situe notre préoccupation qui concerne l'impact des réseaux sociaux dans la sauvegarde du patrimoine et c'est dans ce sens qu'on va élaborer notre recherche sur l'impact des réseaux sociaux de « l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaïa » dans la protection du patrimoine Berbère matériel et immatériel, une question principale s'impose qui est la suivante :

➤ **Quel est l'impact des réseaux sociaux dans la sauvegarde du patrimoine Berbère matériel et immatériel ?**

Dans l'objectif de mieux comprendre notre thème et pouvoir répondre à la question principale, nous avons posé les questions secondaires suivantes :

1. Le contenu des publications publiées sur la page Facebook de l'association ASPCB contribue-t-elle à la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel ?
2. Quel est le degré de l'interactivité des publications publiées sur la page Facebook de l'ASPCB entre l'association et les internautes sur la question du patrimoine berbère matériel et immatériel?
3. Est-ce que les activités de l'association ASPCB publiées sur sa page Facebook contribuent-elles à la sensibilisation des citoyens sur la question de la sauvegarde du patrimoine en particulier le patrimoine berbère de la ville de Bejaia?

2- Les hypothèses :

Toute recherche est structurée autour d'une ou plusieurs hypothèses, selon Maurice ANGERS : « L'hypothèse est un énoncé qui prédit une relation entre deux ou plusieurs termes et impliquant une vérification empirique. »³

³ Maurice ANGERS initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition Casbah, université, 1996, p102.

Et selon Gordon Mace et François Pétry : « l'hypothèse est envisagée comme une réponse anticipée que le chercheur formule à sa question spécifique de recherche »⁴

1. Première hypothèse :

L'usage des réseaux sociaux par le mouvement associatif contribue effectivement à la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel.

2. Deuxième hypothèse :

La page Facebook de l'association (ASPCB) contribue à l'interactivité entre l'association et les internautes sur la question de la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel.

3. Troisième hypothèse :

Le partage des activités de l'association ASPCB sur sa page Facebook contribue à la sensibilisation des citoyens sur la question de la sauvegarde du patrimoine en particulier le patrimoine berbère de la ville de Bejaia.

3- Les définitions des concepts :

D'après Angers Maurice définir un concept c'est « la représentation mentale, générale et abstraite d'un ou plusieurs phénomènes ainsi que de leurs relations »⁵

Toute recherche scientifique nécessite de définir les notions de base de l'étude à fin de rendre facile la compréhension de contenu de mémoire, dans Cette recherche on va définir les concepts liés étroitement à notre thématique qui sont : Avant de définir le mot « communication » il est préférable de rappeler que plusieurs définitions ont été élaborées par plusieurs penseurs.

3.1. La communication associative : est le processus que met en œuvre une association afin de se doter d'une identité distincte, la faire connaître et la valoriser auprès de cibles ou de segments de cibles distincts.⁶

⁴ Gordon MACE et François PETRY, guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales, 3e édition de Boeck, Laval, 2000. 41

⁵ IBID, p28

⁶ <https://irada-dz.org/web/uploads/documents/26.pdf>, consulter le 26 mai 2021 à 15h45

3.1.1. La définition opérationnelle : La communication associative c'est celle que l'association ASPCB utilise afin de transmettre la culture berbère via son réseau social Facebook.

3.2. Association :

A. « Une association est un groupement de personnes volontaires réunies autour d'un projet commun ou partageant des activités, mais sans chercher à réaliser de bénéfices. Elle peut avoir des buts très divers (sportif, défense des intérêts des membres, humanitaire, promotion d'idées ou d'œuvres...). »⁷

B. Association ⁸ :

- « Juridiquement : groupement de personnes physiques ou morales réunies en vue d'objectifs communs non lucratifs.

- Méthodologiquement : tout processus par lequel la réponse physique, mentale ou linguistique à un stimulus soit par contiguïté, soit par analogie...

- En psychanalyse, l'association libre est une méthode d'expression des idées par le sujet analysé sans aucune discrimination ou censure. »

3.3. Réseau social :

A. structure définie par des relations entre des individus, informelle, site web sur lequel des internautes échangent des informations personnelles (textes et images), créant ainsi une communauté virtuelle.⁹

B. La définition des réseaux sociaux peut se résumer à un ensemble de service Web permettant de tisser des liens formalisés entre individus ayant pour dénominateur comme un métier, un hobby, une école, un club, un contact. Il s'agit concrètement de regroupement d'individus ou de communautés par centre d'intérêt ou affinités sur un réseau virtuel.¹⁰

⁷ <https://www.vie-publique.fr/fiches/24076-quest-ce-quune-association>, consulter le 25mai2021 à 15h30

⁸ Madeleine Grawitz, Lexique des sciences sociales, édition DALLOZ, 2004, p.34

⁹ Paul Robert, le nouveau Petit Robert, 2007, p953

¹⁰ Yazid CHIR, les réseaux sociaux numériques d'entreprise, état des lieux et raisons d'agir, édition l'harmattan,2011, P82

3.3.1. Définition opérationnelle : Est un lien qui relie des individus par des applications, site web constituant un groupement qui a de sens. C'est un service des sites Web permettant à l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia de diffuser des contenus et de faire circuler les informations, des échanges, transmission de la culture.

3.4. Le patrimoine :

A- « l'ensemble des droits et des charges d'une personne appréciables en argent, ensemble des biens corporelles et incorporables ou d'un groupe de personnes à une date (physique ou moral) ». ¹¹

B- Selon Françoise CHOAY, dans son livre « L'allégorie du patrimoine » a défini le patrimoine comme étant : « un bien, l'héritage commun d'une collectivité, d'un groupe humain. Il désigne un fonds destiné à la jouissance d'une communauté élargie aux dimensions planétaires et constitué par l'accumulation continue d'une diversité d'objets que rassemble leur commune appartenance au passé, œuvres de chefs-d'œuvre des beaux-arts et des arts appliqués, travaux et produits de tous les savoirs et savoir-faire des humains. » ¹²

3.4.1. Définitions opérationnelles : Le patrimoine englobe une diversité d'objets matériels (monuments, œuvres d'art, sites naturels...) et immatériels (savoir-faire, musique, poésie...) et elle s'évolue dans le temps.

Le patrimoine c'est notre identité, nos cultures traditions, croyances, coutumes, monuments...tout ce que nos ancêtres nous ont laissés et nous le vivants aujourd'hui. L'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia pour protéger et préserver ce patrimoine à opter à la meilleure manière qui est « la transmission » et cela à travers Facebook afin de le transmettre aux futures générations.

¹¹ Le patrimoine, Dictionnaire le nouveau Petit Robert, 2007, p.1831

¹² Françoise CHOAY, l'Allégorie du patrimoine, édition du seuil 1992, 1996, 1999, nouvelle édition revue et corrigé (actualisée en 2007). P.9

4. Les études antérieures :

Les études antérieures, permettent « de faire le point sur ce qui a été réalisé sur la thématique envisagée. »¹³

Dans le cadre de notre recherche, nous avons essayé de nous référer à quatre (04) études antérieures, celles-ci partagent en moins une variable commune avec notre thématique.

A. Etude 01 :

Thème de recherche intitulé : L'usage des réseaux sociaux numériques comme outil de la communication externe des entreprises. Cas pratique : Tchic lait, Candia.

Cette présente étude est réalisée par deux étudiantes binôme ; BENALLAOUA Widad et BENKHANOUCHE Linda, pour l'obtention du diplôme de Master en science de l'Information et de la Communication, option Communication et Relations Publiques. Encadré par OUAZENE Salima en 2018.

L'objectif de ce mémoire porte sur « la compréhension de la relation entre les réseaux sociaux et la communication externe des entreprises. », elles sont posées la question principale suivante : Quel est l'impact des réseaux sociaux numériques sur la communication externe de l'entreprise Tchic lait Candia ? Cette question est sous-entendue par un ensemble de questions secondaires à savoir :

- 1- Comment les réseaux sociaux numériques influencent la communication institutionnelle et commerciale de l'entreprise Tchic Lait Candia ?
- 2- Est-ce que les réseaux sociaux numériques contribuent à l'amélioration de la communication externe de l'entreprise Tchic Lait Candia ?

Elles ont déduit deux hypothèses qui sont les suivantes :

- 1- L'entreprise Tchic lait Candia prend en considération l'intégration des réseaux sociaux pour une communication externe.

¹³ Marie-France GRINSCHPOUN, construire un projet de recherche en sciences humaines et sociales, 2^{ème} édition, ENRICK EDITION, p16

2- Les réseaux sociaux numériques sont des outils indispensables pour valoriser son image auprès de son public externe.

Ce mémoire de recherche s'est basé sur l'étude qualitative, illustré par une enquête sur un échantillon afin de comprendre les spécificités des réseaux sociaux numériques et comment ils améliorent la communication externe de l'entreprise Tchén Lait Candia. On compte les résultats suivants :

- L'entreprise Tchén Lait Candia intègre les Réseaux Sociaux dans la communication externe pour toucher le maximum d'audience et de s'adresser à des cibles bien précises.
- Les réseaux sociaux renforcent la relation, les échanges et le partage entre le public externe et l'entreprise Tchén Lait Candia, ce qui leur permet de répondre à leurs besoins et d'améliorer leurs produits et services.
- Les enquêtés confirment que les réseaux sociaux occupent une place centrale dans l'entreprise Tchén Lait Candia dans l'amélioration de la communication externe, ainsi que les stratégies de communication adoptées par l'entreprise afin de répondre aux besoins des consommateurs mais aussi de gagner plus de visibilité.

- **L'apport de l'étude :**

Cette étude nous a aidé à l'élaboration de notre mémoire dans ce qui concerne la documentation; elle partage une variable commune qui est « Les réseaux sociaux » avec notre thématique ce qui nous a permis d'éclaircir notre champ de recherche.

Elle a été d'une grande utilité pour comprendre la relation entre les réseaux sociaux numériques et la communication.

B. Etude 02 :

Cette étude intitulée « préservation et mise en valeur du patrimoine naturel de la ville de Bejaia » réalisée par CHETTOUH Billel et HADDADI Sofiane en 2013/2014 en vue de l'obtention du diplôme de master 2 architecture « architecture, ville et territoire » faculté de technologie à l'université Abderrahmane Mira-Bejaia.

A travers cette recherche, la problématique passée est la suivante :

- 1- Quels sont les problèmes aux quels le lac Mezaia fait-il face ?
- 2- Et comment assurer alors la préservation et la mise en valeur durable du lac Mezaia ?

Pour répondre à questions posées à la problématique, les deux chercheurs ont avancé les hypothèses suivantes :

- 1- La préservation et la valorisation du lac Mezaia serait du ressort de la protection de l'environnement et la réponse aux problèmes se situerait peut être dans le cadre législatif pour ce type de zones.
- 2- La préservation et la mise en valeur du lac Mezaia dépendrait d'une question de savoir faire urbain et devrais peut être prise en charge en tant Qu'entité de la ville par les instruments d'urbanisme concernés.
- 3- La préservation et la mise en valeur du lac Mezaia pourraient assurés par l'aménagement durable en totale adéquation avec le caractère économique du site.

➤ **L'apport de l'étude dans notre recherche:**

Cette étude porte une variable similaire à notre thème qui est « le patrimoine Berbère matériel et immatériel » ce qui nous a permet d'élargir nos connaissances et d'avoir une idée générale sur notre thème ainsi de délimiter notre champ d'étude et de l'étudier sous un seul aspect

Et elle a été dans grande aide pour l'élaboration de notre mémoire concernant les références bibliographiques et pour acquérir des nouvelles connaissances

• **Etude 03 :**

Le thème de recherche intitulé : « La communication associative à l'ère des réseaux sociaux numérique : **cas pratique :** L'association culturelle Amezday Adelsan Inelmaden AAI.

Ce mémoire est réalisé par deux par deux étudiants binôme ; DJAHNINE Lydia et LARBI Rafik, pour l'obtention du diplôme de master en science de l'information et de la

communication, option Communications et relations publiques. Encadré par Dr MAKHELOUFI Abdelouahab en 2018.

L'objectif de ce mémoire porte sur l'importance des réseaux sociaux dans la communication associative et dans l'adoption des stratégies de communication. Comme question principale ils ont posé celle-ci : « Comment les associations culturelles introduisent-elles les réseaux sociaux numériques dans leur stratégie de la communication ? »

Cette question sous entendue par deux questions secondaires à savoir :

- 1- Qu'est ce que la communication associative et quelle sont ses spécificités ?
- 2- En quoi les réseaux sociaux numériques peuvent ils être au service de la communication des associations ?

Ils ont ensuite déduit deux hypothèses qui sont les suivantes :

- 1- La communication associative implique la participation des membres de l'association ainsi que le public extérieur.
- 2- Les réseaux sociaux numériques valorisent la communication associative et font atteindre ses objectifs.

Cette étude s'est basée sur l'approche fonctionnaliste afin de comprendre les spécificités des réseaux sociaux numériques mais également pour l'analyse des médias comme les échanges communicationnels via les RSN, la circulation de l'information ainsi de suite. Et pour en arriver aux résultats, on compte ceux-ci :

- ❖ Les réseaux sociaux numériques est facteur important pour une bonne communication associative, et les membres de l'association affirment cela.
- ❖ La communication associative est primordiale dans la vie de l'association, les informations doivent être claires pour qu'elles puissent circuler.
- ❖ Elaborer une stratégie qui met en commun une culture, langue, un ensemble de valeur dans le but de développer le sentiment d'appartenance à l'association.

❖ Les deux étudiants ont affirmés leurs hypothèses et ont constaté que l'association utilise les réseaux sociaux afin d'atteindre leur objectifs (informer, présenter les activités, communiquer, sensibiliser...)

- **L'apport de cette étude :**

Cette étude est d'un apport considérable pour notre recherche, car elle montre l'importance des réseaux sociaux dans la transmission de la culture, et de la circulation des messages, que ce soit en interne entre les membres de l'association ou à l'externe avec la participation des publics.

Cette étude a montré l'intérêt de ces associations pour les réseaux sociaux numériques afin de permettre une meilleure visibilité, instantanée de leurs actions avec des dynamiques différentes.

- **5. Les raisons du choix de thème :**

Selon Maurice Angers « le choix du sujet et l'évaluation de la faisabilité d'une recherche représente le premier moment de la formulation du problème de recherche »

- En tant qu'étudiantes en communication et relations publiques ce sujet suscite notre intérêt et cela se justifie par la volonté d'approfondir nos connaissances sur les réseaux sociaux et leur utilité pour promouvoir et transmettre le patrimoine berbère.
- Participer à la diversification des études sur l'apport des réseaux sociaux dans la protection du patrimoine vu l'absence des thèses réalisées autour de ce thème au sein de notre université.
- Connaitre les raisons qui poussent l'association ASPCB à utiliser les réseaux sociaux.
- Découvrir les avantages et l'importance des réseaux sociaux dans la protection du patrimoine.
- Evaluer l'importance accordée au patrimoine berbère matériel et immatériel en général.

6. Les objectifs de la recherche :

Toute recherche vise à atteindre des objectifs bien précis, dans ce sens dit GRAWTZ madeleine « le point de départ d'une science réside dans la volonté de l'homme de se servir de sa raison pour comprendre »¹⁴

Les objectifs de notre étude se résument en ces points :

- Appliquer nos connaissances théoriques et méthodologiques acquises durant notre cursus.
- Vouloir comprendre la communication associative et culturelle à l'ère numérique.
- Identifié l'association comme étant un acteur social qui intervient dans la sauvegarde et la valorisation du patrimoine berbère.
- Contribuer à la transmission du patrimoine qui est un vecteur de développement social, culturel, économique et du tourisme.
- Etudier et analyser l'usage des réseaux sociaux numériques pour la promotion du patrimoine berbère.
- Déterminer la valeur donnée au patrimoine berbère matériel et immatériel chez les internautes ainsi que de l'association.

¹⁴ GRAWTZ Madeleine, *Méthode des Sciences sociales*, 11^e édition Dalloz, Paris, 1990, p17

Section 02 : Démarche méthodologique :

1. La pré-enquête :

1.1. Définition :

« La pré-enquête dans la recherche scientifique se traduit par la phase où nous faisons l'exploration des données, elle sert à voir la pertinence des questions »¹⁵

En guise de collecte de données, pour l'élaboration d'un mémoire de fin de cycle en communication et relations publiques.

La pré-enquête est très importante dans toute étude et recherche scientifique. Cette technique facilite l'exploration du terrain, la collecte de données et les questions pertinentes liées à notre recherche.

Notre pré-enquête s'est déroulée au niveau du siège de l'association pour la sauvegarde du patrimoine de la ville de Bejaia qui se trouve au niveau du stade scolaire, Bejaia, **du 13 février au 20 février 2021.**

Lors de notre pré-enquête, nous avons récolté les informations nécessaires sur l'identité et le fonctionnement de l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, où nous avons découvert le lieu de l'étude, ainsi que les données relatives à notre thématique de recherche. Ainsi que nous avons eu la chance de visiter les sites de Bejaia ville malgré cette période de pandémie où les activités de l'association sont suspendues ; tels que le musée de la casbah de Bejaia qui possède d'une bibliothèque, et une visite de toute la casbah ainsi que le fort bordj moussa.

Dans notre pré-enquête nous avons réalisé un entretien exploratoire semi-directif avec le représentant de l'association ; le président Zahir BENACER.

Lors du guide de l'entretien de la pré-enquête, nous avons devisé les questions ouvertes en quatre axes, dont chaque axe contient un titre et 04 questions posé au directeur de l'association concerné par notre sujet de recherche, dans l'intérêt de :

¹⁵ Maurice Angers, Initiation Pratique à La Méthodologie Des Sciences Humaines, Editions Université Casbah, Alger 1997, P336.

- ❖ Elaborer les hypothèses.
- ❖ Obtenir les documents nécessaires qui pourront nous aider à mieux identifier et comprendre l'utilisation des réseaux sociaux de cette association.
- ❖ Explorez le terrain et le champ de notre recherche.

2. Méthode et technique de recherche :

Pour pouvoir analyser nos hypothèses, dans le but de les infirmer ou confirmer nous avons utilisé une méthode et une technique adéquate qui va nous permettre de rassembler toutes les informations nécessaires afin d'arriver à des résultats objectifs.

2.1. La méthode de recherche :

Toute étude scientifique nécessite le choix d'une méthode à suivre et à respecter, afin d'arriver aux résultats et objectifs tracés par le chercheur.

Selon Maurice Angers : « la méthode est un ensemble de procédures, des démarches précises adoptées pour en arriver à un résultat »¹⁶

Pour effectuer notre recherche nous avons opté pour **la méthode quantitative**.

- La méthode quantitative :

Le choix de la méthode quantitative n'est pas fait au hasard, mais il est lié directement à notre étude et à nos objectifs visés à atteindre.

D'après Maurice Angers « les méthodes quantitatives visent d'abord à mesurer le phénomène de l'étude. Les mesures peuvent être ordinales du genre « les plus grands ou les plus petits » ou numérique avec l'usage de calculs.»¹⁷

Cette méthode est la plus adéquate à notre étude car elle nous permettra d'analyser et de mesurer les informations recueillies et vérifier la validité de nos hypothèses.

¹⁶ ANGRES Maurice, « initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », op.cit. P70.

¹⁷ Ibid, p60.

3. La technique de recherche :

Chaque recherche exige le choix d'une technique adaptée pour pouvoir recueillir des informations sur le terrain.

D'après Maurice Angers « la technique de recherche est l'ensemble de procédés et d'instrument d'investigations utilisé méthodologiquement, sont les moyens qui permettent d'aller recueillir des données dans la réalité ». ¹⁸

Afin de collecter les informations nécessaires à notre recherche, nous avons eu recours à la technique suivante : **l'analyse de contenu.**

- L'analyse de contenu :

Selon BRANDIN Laurence, « l'analyse de contenu est un ensemble d'instrument méthodologique de plus en plus raffinés, et constate amélioration s'appliquant à des discours (contenus et consentant), extrêmement diversifiés ». ¹⁹

« L'analyse de contenu porte sur des messages aussi variés que des œuvres littéraires, des articles de journaux, des documents officiels, des programmes audiovisuels, des déclarations politiques, des rapports de réunion ou des comptes rendus d'entretiens semi-directifs » ²⁰

L'analyse de contenu est une technique d'investigation qui permet de tirer des informations de production indirectement qui peuvent prendre de différentes formes : écrite, sonore, visuelle ou audiovisuelle.

On a opté pour l'analyse de contenu parce que c'est une technique plus adéquate à notre recherche, vu les différentes variables qui composent nos hypothèses ainsi que la problématique de notre recherche, raison pour laquelle nous avons traité la page Facebook de l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, en se basant sur les catégories présentées ci-dessous:

¹⁸ Maurice ANGERS, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », Op.cit. P 66.

¹⁹ BRADINE Laurence, « Analyse de contenu », P.U.F, France, 1980. P 09.

²⁰ QUIVY Raymond et CAMPENHOUDT Luc Van, « Manuel de recherche en sciences sociales », 3ème édition Dunod, paris, 1995. P 201

a. Les catégories de contenu :

- Type de publication : qui contient différents types tel que : influence, information, accompagnement, sensibilisation.
- L'attitude des publications : elle peut être soit positive, soit neutre ou négative.
- La valeur ajoutée par les publications : elle se diffère entre ; Reconnaissance, Conférences, visites et changement de comportement.
- Les acteurs : Pouvoirs publics, Enseignants et élèves.

b. Les catégories de forme :

Elles englobent les sous catégories suivantes :

- La langue des publications : Français.
- L'interactivité : Mention « J'aime », « Commentaire » et « Nombre de partage ».

4. L'approche théorique :

Après avoir réalisé notre problématique, les questions de recherches, les hypothèses et déterminer les objectifs de notre recherche, il est important d'adopter l'approche théorique en lien avec notre thématique ; inscrit dans notre spécialité Communication et relations publiques, qui sert à guider notre démarche méthodologique afin d'obtenir les résultats de notre analyse de contenu.

- La Communication engageante :

La communication engageante peut être définie comme « un pont conceptuel entre la persuasion et l'engagement (Joule, Girandola et Bernard, 2007). La persuasion est basée sur l'influence par l'argumentation alors que l'engagement est basé sur l'influence par induction d'acte engageant effectué en toute liberté »²¹.

²¹ Amandine ZBINDEN, *communication engageante et représentations sociales : une nouvelle articulation théorique*, thèse de doctorat nouveau régime pour l'obtention du grade de docteur en psychologie de l'université de bourgogne, 2011. P74

La communication engageante est un nouveau paradigme qui propose d'effectuer un lien entre les travaux sur la persuasion et ceux sur l'engagement. « Selon Lasswell (1948, p.37), les travaux sur la persuasion s'appuie en partie sur la Question suivante: « qui dit quoi, à qui, dans quel canal et avec quel effet ? ». Il s'agit de savoir comment donner la meilleure information possible afin qu'elle soit perçue comme la plus convaincante possible auprès d'un public particulier »²². « Ainsi, l'idée principale de la communication engageante est qu'un message a plus de chances d'être accepté et donc de produire les effets attendus (changement d'attitude et/ou de comportement), s'il est précédé d'un acte préparatoire engageant. L'individu est ensuite exposé à des arguments persuasifs allant dans le sens de l'acte qu'il vient de produire. L'individu a un statut d'acteur et plus seulement de récepteur. Ce point distingue le concept de la communication engageante de la traditionnelle approche persuasive »²³

Les premières études qui ont été menées sur la communication engageante, ont montré que pour augmenter la probabilité que des personnes résistent à des influences néfastes (pour la santé comme par exemple le tabac, la drogue), ou contrairement les amener à réaliser des actes pro sociaux (par exemple, trier les déchets), il serait préférable de les amener à réaliser des actes préparatoires dans un contexte fortement engageant : laisser un libre choix, absence de récompenses ou de punition et menace . Et les actes doivent relever d'une même identification de l'action que les comportements attendus. Et c'est ainsi que sera possible à l'individu d'effectuer un lien entre ce qu'il est et ce qu'il fait. Et entre ce qu'il est et la cause à promouvoir. Cet acte préparatoire préparera l'individu à recevoir les informations persuasives. L'engagement à un tel acte mobilisera le processus cognitif. « Selon Girandola et Joule (accepté), la communication engageante a un double intérêt : d'abord théorique, car elle permet la prise en compte des variables à la fois comportementales et attitudinales ; et un intérêt pratique, par l'optimisation de certaines actions préventives visant le changement de comportement »²⁴.

« Ces auteurs émettent l'hypothèse que « la réalisation d'un acte préparatoire consistant avec un message persuasif subséquent facilite le changement d'attitude et le changement comportemental dans le sens de l'argumentation développée ». Dès lors, la communication

²² Fabien MICHELIK, *la communication engageante : effets sur les dimensions cognitives et comportementales*, thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en psychologie, université de Franche-Comté, 2011, P56

²³ IBID P57

²⁴ Ibid, p58

engageante serait à la fois une métathéorie et également une méthodologie susceptible de produire du changement attitudinal et comportemental »²⁵.

Cette communication constitue un lien entre l'engagement et la persuasion dont l'idée principale est que si vous entreprenez des actions préparatoires avant le message, il a plus de chance d'être accepté ce qui va produire l'effet souhaité (changement d'attitude ou de comportement). Le principe de la communication engageante consiste de précéder la diffusion des messages persuasifs de la réalisation des actes préparatoires. « L'intérêt de la communication engageante n'est pas seulement, de notre point de vue, favoriser le changement d'attitude et d'intention comportementale. Il a aussi, et surtout, de favoriser le changement des comportements effectifs »²⁶

Selon Françoise Bernard « l'intérêt de cette approche est fondé un socle théorique, méthodologique et pratique pour la communication engageante puisqu'elle est centrée sur un processus socio-sémiotique et discursif et qui veut dire : de faire évaluer les attitudes, croyances et opinions : c'est de transmettre des idées aux actes puisqu'il effectue un rapprochement entre la théorie de la persuasion et celle de l'engagement »²⁷.

4.1. Les indicateurs de l'approche théorique :

« Les indicateurs sont définis comme étant un élément d'une dimension donnée observable dans la réalité, il constitue la trace et le signe d'un phénomène ».²⁸

Donc les indicateurs sont des indices sur la situation de l'étude, on les présente ainsi :

- **Engagement :**

L'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia s'engage avec d'autres associations, des écoles, des visiteurs étrangers dans l'objectif de sauvegarder et de

²⁵ Ibidem

²⁶ <https://www.cairo-info> consulté le 02/06/2021 à 18 :40

²⁷ BERNARD Françoise, la communication de changement vers une heuristique de l'induction de communication et organisation, GREC, université Michel montage, Bordeaux, n°12, 2017, P332

²⁸ ANGERS Maurice, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », 6ème édition CEC, Québec, 2014. P 30.

transmettre la culture berbère au grand public et cela à travers une plateforme digitale qui est le Facebook.

- **Persuasion :**

L'association ASPCB, diffuse des informations et de contenu informationnel relative au patrimoine berbère matériel et immatériel à travers Facebook afin d'encourager le respect et la sauvegarde du patrimoine, dont sa perte est irrémédiable.

- **Accompagnement :**

L'association ASPCB, accompagne le patrimoine berbère en prenant en charge des éléments et objets, habilles traditionnels... ainsi que la restauration des portes de Bejaia : Bab El Fouka, Porte sarrasins dans le but de les préserver de toutes les menaces ainsi que les visites qui se font au niveau des lieux historiques de la ville de Bejaia à la présence de différentes personnes de différents pays.

- **Changement de comportement :**

La participation de l'associations à de différentes activités en collaboration avec d'autres associations, telles que l'association ARDH, qui ont pour objectifs de changer les attitudes et les comportements des citoyens.

- **Sensibilisation :**

La sensibilisation de la population à la fragilité du patrimoine en utilisant toutes les techniques d'informations et en le partageant pour qu'il sera connu, la sensibilisation se fait au sein de l'association ASPCB par :

- Les invitations qu'elle lance.
- Des visites guidées.
- Des journées portes ouvertes.
- Des conférences.

- Partage des activités qu'elle réalise dans le cadre de la sauvegarde et la valorisation des biens culturels patrimoniaux non remplaçables.

- **Information :**

Les informations relatives au patrimoine berbère matériel et immatériel diffusées par l'association ASPCB, ainsi que toutes les informations relatives aux activités de l'association diffusées sur leur page Facebook tel que l'inauguration du musée, des passages dans la radio Soummam, des conférences, des visites guidées au musée du Moujahid à la casbah...etc.

- **Influence :**

Afin d'entraîner des modifications dans les attitudes et les comportements des individus, l'association diffuse les actions de prévention et de sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel via sa page Facebook, en partageant des interventions faites par l'association lorsque le patrimoine est menacé, et tout en prenant mesure préventives pour assurer la protection du patrimoine.

Le choix a été fait d'une manière aléatoire, tout en sachant que les publications prises en considération sont des publications qui ont un lien direct avec le patrimoine, autrement dit avec notre thème de recherche.

5. La population mère de l'étude :

Dans le langage des sciences humaines, une population désigne un ensemble d'éléments définis à priori, sur laquelle porte des observations.

Afin de rassembler des informations concernant notre thème de recherche « l'apport de l'usage des réseaux sociaux dans la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel », notre population mère se constitue de toutes les publications qui ont été publiées sur la page de l'association ASPCB.

5.1. L'échantillonnage :

« L'échantillonnage est l'ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon représentatif de la population visée »²⁹

On a opté pour un échantillonnage probabiliste technique d'échantillon choix raisonné ; parce qu'il est très rare d'étudier tout le corpus médiatique dans son ensemble, c'est-à-dire analyser toutes les publications de la page Facebook de l'ASPCB depuis sa création (**12 avril 2012**).

A partir de ce constat nous avons sélectionné les publications de la page Facebook de l'association pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel de la Ville de Bejaia, **du 04 janvier au 27 janvier 2019** parce qu'elles ont un lien direct avec notre thématique de recherche.

Notre échantillon est représenté par **un nombre de (09) publications** publiées sur la page Facebook de l'ASPCB **du 04 janvier 2019 au 27 janvier 2019** qui sont présentées dans le tableau ci-dessous ainsi qu'aux prises d'écrans :

Tableau N°01: L'échantillon de la population de l'étude

Liste des publications	Leurs dates	L'heure de partage
01	04 janvier 2019	21 :3
02	10 janvier 2019	00 :11
03	11 janvier 2019	09 :49
04	12 janvier 2019	21 :58
05	13 janvier 2019	20 :56
06	16 janvier 2019	22 :10
07	19 janvier 2019	21 :00
08	20 janvier 2019	22 :27
09	27 janvier 2019	20 :30

²⁹ Maurice ANGERS, op.cit, P 129.

6. Les difficultés rencontrées :

Durant la réalisation de cette étude, on a rencontré quelques difficultés qui se résument dans les points cités ci-dessous :

1. Des obstacles liés aux contacts avec les membres de l'association.
2. Des retards dans la récupération du guide d'entretien.
3. Le manque des ouvrages qui parlent sur le patrimoine berbère en particulier le patrimoine matériel et immatériel dans les bibliothèques de l'université de Bejaia, Aboudaou ainsi que à l'université de Targa ouzemour.
4. L'élément majeur dans nos difficultés est bien, le manque des études antérieures concernant thème de recherche (la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel) ce qui nous a poussés à travaillé sur des études similaires qui ont abordées en moins une variable de notre thématique.

Le cadre théorique

Chapitre I

Les généralités sur les associations et les réseaux sociaux

Cadre II**Le cadre théorique****Chapitre 01 : Les généralités sur les associations et les réseaux sociaux :**

Dans ce chapitre nous allons tenter de présenter un ensemble d'informations sur la communication associative en expliquant ses objectifs, ses enjeux ... etc. aussi on va parler du mouvement associatif en Algérie puis nous passerons aux généralités sur la communication.

Section 1 : Généralités sur les associations**1. Qu'est ce que l'association ?**

L'association représente le cadre dans lequel des intérêts communs se rejoignent sous la forme d'un pacte de partenariat avec la perspective d'atteindre des objectifs innocents de toute nature.

« Une association est un contrat passé entre plusieurs personnes (au moins deux) qui décident de mettre en commun leurs connaissances ou leur activité pour réaliser un projet collectif dans un but autre que le partage de bénéfices.»³⁰

Selon le cadre juridique algérien, Art. 2. loi n° 12-06 relative aux associations :

« Au sens de la présente loi, l'association est le regroupement de personnes physiques et/ou de personnes morales sur une base contractuelle à durée déterminée ou à durée indéterminée.

Ces personnes mettent en commun, bénévolement et dans un but non lucratif, leurs connaissances et leurs moyens pour promouvoir et encourager les activités dans les domaines, notamment, professionnel, social, scientifique, religieux, éducatif, culturel, sportif, environnemental, caritatif et humanitaire.

L'objet de l'association doit être défini avec précision et sa dénomination doit exprimer le lien avec cet objet.

³⁰ <https://www.lcl.fr/professionnel/mag-pro/creer-association/definition-association-loi-1901>, Consulté le 03 mai 2021 à 22 :00

Toutefois, l'objet et les buts de ses activités doivent s'inscrire dans l'intérêt général et ne pas être contraires aux constantes et aux valeurs nationales ainsi qu'à l'ordre public, aux bonnes mœurs et aux dispositions des lois et règlements en vigueur. »³¹

1.1. Les caractéristiques de l'association :³²

- Un contrat d'association, également appelé « statuts de l'association » : les statuts de l'association déterminent l'organisation et le fonctionnement de l'association ;
- La mise en commun de connaissances ou d'une activité : chaque membre de l'association apporte son aide aux activités menées par l'association.
- Un but non lucratif.

1.2. Les objectifs de l'association :

« Les organisations à but non lucratif ont souvent pour finalité de fournir des services privés à leurs adhérents. Cela peut consister à satisfaire leurs besoins ou défendre leurs intérêts. Elles peuvent également avoir une mission de service public (santé, justice, social...) à destination de l'ensemble de la population.

Dans ce cadre, elles contribuent à l'intérêt général en assurant la promotion d'idées ou une mission de service public reçue de l'État ou des collectivités territoriales, ou en jouant un rôle caritatif ou humanitaire. Une association n'a pas pour objet de partager des bénéfices entre ses membres.

L'ensemble de ses ressources est toujours utilisé et réinvesti dans l'association pour la satisfaction de ses membres. Si une organisation à but non lucratif fait des bénéfices, ceux-ci devront être réutilisés au sein de l'association afin de garantir son fonctionnement »³³

2. Le mouvement associatif en Algérie :³⁴

2.1. L'histoire des associations en Algérie :

« La création des premières associations en Algérie remonte au début du 20^{ème} siècle, à la faveur de la promulgation de la loi française, «loi 1901», sur les associations. Elle donne

³¹ <http://elbaraka.e-monsite.com/pages/gggggg/lois/loi-n-12-06-2012.html>, consulter le 25 mai 2021 à 23h00

³² <https://www.lcl.fr/professionnel/mag-pro/creer-association/definition-association-loi-1901op.cit> consulter le 25 mai 2021 à 23h40

³³ https://www.assistancescolaire.com/eleve/1STMG/management-des-organisations/reviser-le-cours/1stmg_man_13#:~:text=Les%20organisations%20%C3%A0%20but%20non,sant%C3%A9%20justice%20social%E2%80%A6 consulté le 26 mai 2021 à 00 :40

³⁴ AKKOUCHE Soraya, « manuel pour les associations algériennes », édition, Fondation Friedrich Ebert, 2012, P.9

naissance à plusieurs associations sportives, culturelles (les Nawadi ou clubs culturels), à des associations estudiantines (l'Association des étudiants musulmans d'Afrique du Nord), religieuses (association des Oulémas Algériens), à l'organisation des Scouts Musulmans Algériens. Ces associations jouent un rôle important dans la mobilisation de la jeunesse algérienne contre le colonialisme français. La loi 1901 restera en vigueur après l'indépendance, jusqu'en 1971.

« A cette époque, il est recensé quelque 3 000 associations, essentiellement des associations sportives et des associations religieuses qui s'occupent de la gestion des mosquées et des zaouïas. En 1987, une nouvelle loi 87-15 vient élargir l'espace associatif limité jusque là au champ religieux et sportif. Voient alors, le jour les premières associations scientifiques, des associations de parents d'élèves...etc. On compte alors 11000 associations.»³⁵

Suite aux événements d'octobre 1988, et à la faveur de la "libéralisation" politique consacrée par la constitution de 1989, une nouvelle loi « la loi n°90-31 » vient abroger la loi n°87-15. C'est l'époque du grand baby-boom (épanouissement) des associations. Tous les champs sociaux sont investis : culture, patrimoine, environnement, protection des consommateurs, droits des femmes, santé, jeunesse, patronat...etc.³⁶

Jusqu'en 2006, on dénombrait, environ 58 000 associations dont 1 000 à caractère national. En 2011, suite à des émeutes dans le pays et les révolutions dans les pays voisins (Tunisie, Egypte, Lybie), des réformes politiques sont à nouveau engagées par le gouvernement. La loi 90-31 est abrogée et remplacée par la loi 12-06. Plus de 93 000 associations agréées sont recensées, à ce jour, selon les chiffres du ministère de l'Intérieur algérien. »³⁷

« Bien que le mouvement associatif soit relativement jeune dans notre pays, son évolution est passée schématiquement par trois étapes : phase d'enthousiasme (1990 à 1993), phase de méfiance (1993 à 1999) et phase de maturité (1999 à nos jours). En fonction des développements et des enjeux observés tant dans notre pays qu'à l'étranger, la question qui se pose est de savoir

³⁵ Ibidm, p.9

³⁶ Ibidm, p.9

³⁷ Ibidm, p.9

quel sera l'avenir du mouvement associatif dans notre pays ? La réponse à cette question est tributaire d'un certain nombre d'actions qui doivent être menées sur quatre plans : ³⁸

- 1- Sur le plan juridique avec la nécessité d'adapter la législation en matière de création et de fonctionnement des associations en fonction de la réalité d'aujourd'hui, d'identifier des voies de recours en cas d'abus d'autorité de la part des responsables administratifs, d'impliquer la société civile dans la préparation des textes et dans les prises de décision, de l'abandon par l'état au profit de la société civile de la gestion de ses missions sociales et culturelles.
- 2- Sur le plan financier avec une plus grande transparence de l'octroi de subventions par les structures de l'Etat, bannissant tout aspect clientéliste, et la définition d'un label d'utilité publique ; mais également pour les associations d'une meilleure traçabilité des dons et le devoir de rendre compte aux donateurs et aux bailleurs de fond.
- 3- Sur le plan économique avec une implication concrète des associations, quelles que soient leurs raisons d'être, dans le combat économique du pays : lutte contre la pauvreté, lutte contre l'exclusion, engagement pour un développement durable et encouragement de tous les facteurs qui convergent dans ce sens, en particulier l'éducation.³⁹
- 4- Sur le plan politique avec une plus grande prise de conscience de l'importance du rôle des associations et du rôle d'interface qu'elles peuvent jouer entre l'Etat et les citoyens. Aujourd'hui, le mouvement associatif est devenu une réalité incontournable, sa place et son rôle dans la société dépendent à la fois de la volonté politique des décideurs et de l'engagement et de l'action des associations sur le terrain » ⁴⁰

Et voici une liste des associations algériennes nationales et locales agréées présentées ci-dessous :

³⁸ Mémoire de fin de cycle, réalisé par DJAHNINE Lydia et LARBI Rafik, intitulé, La communication associative a l'ère des réseaux sociaux numériques : Cas pratique l'association culturelle Amazday Adelsan Inelmaden AAI, 2018, p.29

³⁹ Ibidm, p.29

⁴⁰ <http://www.forem.dz/index.php/fr/activites/v/126-lavenir-du-mouvement-associatif-en-algerie> consulté le 26 mai 2021 à 18:02.

Figure 01 : Les 03 tableaux représentent « Liste thématique des associations nationales et locales agréées.

Wilyas	TYPOLOGIE																		Sous/Totaux		Total Général
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Totaux Conformes	Totaux Non Conformes	
Adrar	204	585	331	770	303	7	588	612	23	2	16	57	1	87	124	13	2	0	1959	1766	3725
Chlef	62	487	445	163	580	10	491	22	38	1	105	19	2	15	23	33	12	0	1115	1373	2488
Laghouat	163	258	425	296	192	0	241	51	19	3	34	53	2	54	125	22	8	0	890	1026	1916
Oum-El-Bouaghi	109	263	205	201	337	26	438	26	37	1	49	25	2	24	90	7	4	0	126	1722	1848
Batna	602	556	438	533	811	36	643	46	23	1	136	20	0	19	249	30	1	0	1618	2528	4146
Bejaia	138	670	813	661	827	84	1879	84	30	7	82	35	1	13	127	15	34	2	1597	3905	5502
Biskra	24	366	488	213	173	12	120	25	21	4	44	52	3	24	59	1	10	0	286	1353	1639
Béchar	140	265	228	268	127	12	333	131	5	1	28	30	5	22	49	4	15	0	687	996	1683
Blida	75	26	508	317	443	61	464	39	19	0	34	13	3	51	40	0	14	1	2117	0	2117
Bouira	46	454	245	93	181	0	340	19	0	0	89	15	1	12	130	0	5	0	845	785	1630
Tamanrasset	237	235	211	272	122	11	347	21	10	3	41	7	3	23	57	0	9	2	1064	547	1611
Tebessa	36	230	316	133	179	15	366	19	15	5	55	12	4	34	53	0	24	0	384	1108	1492
Tlemcen	124	602	391	304	419	27	626	52	40	1	95	12	4	17	64	6	23	8	1002	1813	2815
Tisret	80	278	352	157	182	15	307	32	19	3	60	16	3	16	74	1	13	0	502	1106	1608
Tizi Ouzou	144	759	766	1027	883	124	1542	94	451	16	160	14	3	23	8	0	0	0	2231	3783	6014
Alger	186	624	2080	1182	1665	180	3340	265	226	14	791	55	10	220	660	24	143	26	7634	4058	11692

Tissemsilt	35	170	233	222	120	141	123	307	120	278	721	999
El Oued	72	312	563	430	266	311	428	139	13	589	2031	2620
Khenchela	170	312	233	222	430	266	311	428	139	728	699	1425
Souk Ahras	96	238	312	203	266	141	205	223	175	228	1172	1400
Tipaza	80	238	312	203	266	141	205	223	175	497	1146	1643
Mila	30	80	238	312	203	266	141	205	223	537	0	537
Ain Defla	96	399	312	203	266	141	205	223	175	1096	1689	2785
Naama	105	177	177	175	175	175	175	175	175	427	875	1302
Ain Témouchent	52	195	177	175	175	175	175	175	175	496	780	1276
Ghardaïa	65	113	195	177	175	175	175	175	175	862	964	1826
Relizane	21	140	143	143	143	143	143	143	143	285	167	452
TOTAUX	4618	15974	15974	18032	18032	13134	16031	1052	23371	48957	59983	108940
POURCENT AGES	4,24%	14,66%	14,66%	16,55%	16,55%	12,06%	15,27%	0,97%	21,45%	44,94%	55,06%	100,00%

Source des trois tableaux :

<https://www.interieur.gov.dz/index.php/fr/vieassociative/associations.html#faqnoanchor>, consulté le 26 mai 2021 à 19 :00

Section 02 : La communication associative :**1. Définition de la communication des associations :**

« La communication des associations, c'est la communication que met en œuvre une association pour se doter d'une identité distincte, la faire connaître et la valoriser auprès de cibles ou de segments de cibles distincts.»⁴¹

Chaque association a de différents objectifs à atteindre à travers sa communication, citant les suivants :

1.1. Les objectifs de la communication associative : ⁴²**• Assurer le financement de l'association et de ses missions :**

« La collecte de fonds est la principale activité des départements marketing et communication. Les fonds collectés serviront à couvrir les frais de structure, les actions entreprises et les investissements de l'Association. Pour la plupart des associations, la collecte de fonds privés est vitale en ce sens qu'elle garantit leur indépendance financière vis à vis des bailleurs de fonds publics. Toutefois, la répartition des financements entre fonds privés et fonds publics varie d'une association à l'autre.

• Mobiliser :

Consiste à motiver les différentes ressources humaines de l'association. L'élaboration de formes de participation adaptées à chaque public est nécessaire, afin de recruter et retenir la ressource essentielle de l'association que sont ses membres. A ce propos, différents types d'engagements exigent autant d'actions spécifiques selon que l'on s'adresse aux sympathisants, aux adhérents, aux bénévoles ou aux salariés et volontaires.

• Informer :

La prise de conscience précède tout engagement, c'est la pré-phase de toutes les formes de participation du public à la vie de l'association. Cette fonction revêt une importance croissante depuis qu'il est fait appel au grand public pour financer les associations. Les méthodes d'information et de sensibilisation sont classiques. Il s'agit de l'organisation de campagnes de presse, de séries de conférences et d'émissions, des spots radio ou télévision, des remises de rapports aux pouvoirs publics, mais aussi l'impression de tracts, la diffusion du journal de l'association etc.

⁴¹ THIERRY libaert et JEAN-MARIE Pierlot « la communication des associations », 1ere édition DUNOD, paris, 2012, P.9

⁴² Ibid, P.11

- **Modifier les comportements :**

Dans la mesure où elles se substituent parfois aux institutions publiques, pour la promotion de règles d'hygiène ou de santé, certaines associations ont un objectif de modification de comportements, de la même façon que certains services publics.

- **Promouvoir l'association :**

Pour exister et s'affirmer face à ses consœurs, l'association doit assurer sa propre promotion : il est nécessaire de se faire connaître auprès du grand public, mais aussi des institutionnels, de se positionner par rapport à une cause, d'afficher ses particularités, ses principes, voire sa méthodologie.»

1.2. L'enjeu de la communication associative : ⁴³

C'est donc de créer des liens :

- Entre les membres.
- Avec des sympathisants qui soutiennent votre projet associatif.
- Avec des personnes qui ne vous connaissent pas encore mais qui pourraient vous apporter un soutien sous forme de temps (bénévole) ou d'argent (donateur) ;
- Avec les pouvoirs publics (Etat, communes, etc.), dans le but d'une reconnaissance morale ou financière.
- Avec d'autres partenaires financiers (sponsoring, mécénat).

2. Les types des associations :

Les associations peuvent être nationales ; c'est-à-dire qu'elles peuvent faire des activités sur tout le territoire national, se focalisant sur un aspect particulier de la société : tel que l'association sportive qui s'occupe des activités sportive, à caractère sociale, qui se charge des affaire socioculturelles de la société. Où, elle peut être carrément une association qui s'attache à l'environnement en tant que objet et sujet d'étude.

A notre type d'association que nous avons répertorié, il s'agit des associations villageoises qui remplacent « Tadjmaat traditionnelle ». Le caractère officiel de ces organismes,

⁴³ https://www.clae.lu/wp-content/uploads/2017/05/fp_la_communication_associative.pdf consulter le 25 mai 2021 à 15H55

lui confère un statut d'une véritable association qui engage la société locale dans différents domaines.

Ces dernières années, notamment en Kabylie, nous avons remarqué un phénomène d'associations qui se spécialisent dans le domaine médical et sanitaire, qui sont éphémères, elles interviennent seulement au cas où un individu a besoin d'une aide médicale.

3. Les acteurs de l'association : ⁴⁴

Les acteurs de la communication des associations sont comme suit :

- **Le Bureau de l'association** : le Bureau présidé par le président ou le secrétaire général, (cas des syndicats) est composé des autres membres élus. Ensemble, ils ont à charge la mise en œuvre des actions définies en assemblée générale de l'association.
- **Les membres de l'association** : Ils élisent le président ou le secrétaire général ainsi que les autres membres du bureau.
- **Les publics cible** : Ce sont tous ces publics avec lesquels l'association communique ou est en relation : relations professionnelles, de tutelle, hiérarchique...

4. Les supports de la communication des associations : ⁴⁵

On peut distinguer des supports écrits, audiovisuels et médias traditionnels à savoir :

- **Supports écrits ou graphiques** : quotidien, magazine...
- **Supports audiovisuels** : radios, télévision, vidéo
- **Médias traditionnels** : théâtre populaire...

5. Le fonctionnement des associations :

5.1. L'animation dans une association :

Animer une association est dans le sens de communiquer et de créer un climat d'informations et de communication favorable, un sentiment d'appartenance au groupe a titre d'exemple, le cas de l'association pour la SPCB qui s'appuie sur l'animation des activités de l'association sur la promotion et la sauvegarde du patrimoine afin de partager au sein du groupe ses objectifs.

⁴⁴ Alfred Opubor, Communication des associations, P.9 et 10

<https://docplayer.fr/4867717-Communication-des-associations.html>, consulter le 24 mai 2021 à 16h30

⁴⁵ IBID, P.10

Le premier rôle du directeur est d'animer l'association tout en créant une dynamique et une motivation dans le groupe.

❖ **L'animateur a pour mission de :**⁴⁶

- Organiser le travail au sein de l'association
- Favoriser les échanges
- Assurer la convivialité
- Créer les conditions d'un échange constructif
- Valoriser les membres.

5.2. Les types de réunions :⁴⁷

« En fonction de leur but, les réunions peuvent être classées en quatre grands types : La réunion d'information : Son but est de faire connaître, expliquer une décision déjà prise, un choix, un objectif ; dans ce sens les associations culturelle animent ce genre de réunion juste pour partager des informations, expliquer des projetsetc.

- A. **La réunion de concertation** : sert à recueillir des avis du groupe dans le but d'élaborer en commun des projets, des procédures.
- B. La réunion de résolution des problèmes : sert a résoudre une **situation qui pose problème** : analyser, chercher à trouver des solutions afin de mettre fin a ce problème.
- C. **La réunion de créativité** : sert à partager des idées nouvelles et créatives inventé dans un domaine déterminé.

5.3. L'animation d'une réunion :⁴⁸

La réunion dans une association pour qu'elle soit favorable, elle se prépare.

« Les réunions régulières sont prévues à l'avance et au même endroit. Un ordre du jour, diffusé préalablement à l'ensemble des participants, indique la liste et la durée des sujets abordés. L'ordre du jour est indispensable pour gagner en temps et en efficacité. Il doit permettre de cadrer la réunion et à chacun de préparer une intervention sur le dossier qu'il a en charge. »

⁴⁶ AKKOUCHE Soraya, « manuel pour les associations algériennes », édition, Fondation Friedrich Ebert, 2012, P.101

⁴⁷ Ibidem, P.101

⁴⁸ Ibidem, P.102

L'animateur veille toujours à utiliser la même trame dans chaque thème :

- Présentation et rappel des objectifs.
- Etat d'avancement par le ou les responsables.
- Avoir des débats.
- Perspectives.
- **Agir en finesse :**⁴⁹ « L'animateur d'une réunion joue un rôle décisif, doit agir en finesse pour aboutir à une décision. A pour tâche de susciter les débats et favoriser la prise de décision. » Au sein de l'association pour la SPCB, l'animateur des réunions est généralement le directeur de l'association.
- **Stimuler les débats :**⁵⁰ « Chaque membre doit pouvoir s'exprimer afin d'éviter des frustrations. Stimuler le débat, renforcer l'échange et les critiques constructives et résumer les différentes possibilités. La prise de décision est une phase est difficile car les positions sont divergentes et il ne faut vexer personne. Plusieurs choix sont possibles :
 - Faire voter les participants.
 - Trancher en dernier ressort.
 - Faut être convaincu des décisions prises et de la solution adoptée et surtout savoir conclure. Une bonne réunion ne doit pas s'éterniser.Après, plus rien de productif ne sort et l'agacement gagne tout le monde. Le compte-rendu synthétique permettra d'être sûr que tous les participants se sont bien compris. Les décisions adoptées et les actions à mettre en œuvre y seront rapportées. »⁵¹

6. La stratégie de communication :

Une stratégie de communication associative consiste à mettre en place des étapes suivantes :

- Définir les orientations stratégiques de l'association
- Identifier le publics cibles et de définir son identité
- Sélectionner ses objectifs de communication par exemple : recruter des adhérents et les fidéliser, se faire connaître des média)
- formuler les messages à faire passer

⁴⁹ Ibidem, P.101, 102

⁵⁰ Ibidem, P.101, 102

⁵¹ Ibid., P.103

- Mettre en place des actions ou des moyens en fonction des messages.

7. L'usage du réseau social Facebook dans le cadre de la communication associative :

Aujourd'hui les associations utilisent des réseaux sociaux plus particulièrement Facebook, dans le but d'atteindre ses objectifs ; renforcer ses relations avec les bénévoles car Facebook se sont devenu une plate-forme privilégiée des acteurs associatifs, renforcer ses activités, de se faire connaître, réaliser des campagnes de sensibilisations...etc.

De plus en plus, on trouve des pages sur Facebook des associations de tous types, que ce soit sociale, caritative, environnementale, culturelle et tant d'autres, car ce dernier est considéré comme un véritable outil de la communication, ce qui permet aux associations de communiquer auprès d'une grande partie de ses cibles. Prenant l'exemple des associations qui s'engagent dans la communication patrimoniale ou bien qui sont actives pour sauvegarder et préserver le patrimoine comme l'ASPCB.

Section 03 : Les réseaux sociaux**I. Le Web 2.0 et les réseaux sociaux****1. Un aperçu sur le web 2.0 :**

Le web est sans aucun doute une technologie majeure du 21^e siècle, il est clair que cette évolution a aussi profondément modifié nos pratiques commerciales et sociales « le Web 2.0 offre de nouvelles possibilités en matière d'expression et d'échange, nourri par les réseaux d'interactivité qui suscitent un engagement sans précédent »⁵²

Les années 2000 ont vu l'émergence des médias sociaux, et nous sommes passés d'un web statique à un web social. Il y avait donc une dimension de partage et d'échange d'informations. C'est aussi le début de la création de contenu, « la première décennie du 21^e siècle voit se mettre en place les dispositifs du «Web 2.0» («Web social » ou « Web participatif ») qui accordent une place prépondérante aux usagers. Dans ces environnements numériques, les modes de création et de distribution des contenus médiatiques connaissent des transformations significatives »⁵³, Le web 2.0, ou web social, change complètement de perspective, en privilégiant le partage et l'échange d'informations et de contenus (textes, vidéos, images ou autres). Grâce à l'arrivée du web on voit l'émergence des réseaux sociaux, des Smartphones et des blogs. Le Web devient plus démocratique et plus dynamique. L'avis du consommateur est constamment sollicité

1.1. Les Réseaux sociaux et son développement :

« L'apparition de la notion de « réseau » comme catégorie pour décrire ces jeux entre lacés de relations sociales et toutefois plus récent quoique l'usage du mot « réseau » dans une acception différente peut être retracé dès la fin du 17^e siècle dans les milieux du textile »⁵⁴.

« La notion réseau existe depuis l'antiquité et dans divers domaines, « ses premiers emplois remontent plus exactement au 17^{ème} siècle, utilisé par des chausseurs en désignant un tissu, ensuite, fut utilisé dans le domaine médical au 18^{ème} siècle, pour désigner un réseau

⁵² MEZRIOUI Racha et TOUATI Zeineb, médias et technologies numériques au sud de la méditerranée, l'harmattan, Paris, 2015, P28

⁵³ BRETON Philippe. PROULX Serge, l'explosion de la communication, la découverte, Paris 2002, 2006, 2012 pour le reste du monde, p314

⁵⁴ IBID, P320

sanguin, réseau nerveux. Et au 19^{ème} siècle en indiquant un chemin (réseau routier, réseau ferroviaire) »⁵⁵

Les sciences sociales introduisent la notion de réseau social au siècle suivant par l'anthropologue John A. Barnes, C'est vers la fin des années 1990 et le début des années 2000 qu'apparaissent des sites de réseaux sociaux, ces réseaux aujourd'hui sont développés et connaissent une popularité extrême.

1.2. Les principaux réseaux sociaux :

« Le réseau social est un moyen de confronter, retrouver, créer des relations avec des personnes et de pouvoir interagir avec eux à l'aide des messageries virtuelles »⁵⁶, il permet aux internautes de diffuser des informations et des contenus et de partager des idées et d'interagir les uns avec les autres

a. Twitter :

« Fondé en 2006, Twitter est l'un des médias sociaux les plus connus en France. Comme sur un blog, Twitter permet de publier des messages, appelés « Tweets », qui apparaissent sur votre compte du plus récent au plus ancien. A la grande différence d'un blog classique, ces messages sont limités à 140 caractères, espaces compris; on parle donc de micro-blogging »⁵⁷

b. Google + :

« Lancé par Google en juin 2011, Google+ est le dernier né des réseaux sociaux majeurs en France. Si vous êtes d'une manière ou d'une autre lié à Google + en utilisant un compte Gmail, Un téléphone sous Android ou Google Analytics, par exemple s'il y a de fortes chances pour que vous soyez membre de Google+ sans nécessairement le savoir. En quelques années, Google+ a dépassé le milliard d'inscrit »⁵⁸

⁵⁵ HAMMAM cylie et IDRESS Narima, *la communication environnementale via les réseaux sociaux numériques cas des associations de la ville de Bejaia*, mémoire en vue de l'obtention d'un diplôme de master en communication et relations publiques, université de Bejaia, 2018, P39

⁵⁶ Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, « *les usages culturels du réseau social facebook en Algérie. Enquête sociologique sur un échantillon de jeunes étudiants universitaires* », *Reconfiguration des expressions et des pratiques culturelles à l'ère du numérique en méditerranée sous la direction de MERAH Aissa, GELLEREAU Michèle et BOUCHAALA Nabila Aldjia, L'Harmattan, Paris, 2017, P47*

⁵⁷ MARCH Valérie, *medias sociaux*, 2^e édition, dunod, 2015, P22

⁵⁸ Ibid. P21

c. Viadeo et LinkedIn

« Ces deux réseaux sociaux dominent les usages professionnels en France. Viadeo le français et LinkedIn l'américain sont devenus des outils incontournables dès que l'on recherche un emploi. Aux entrepreneurs, ils offrent la possibilité d'entretenir et de développer leur réseau professionnel et de valoriser leur expertise »⁵⁹

d. Vidéos: YouTube, Dailymotion, Vimeo

« YouTube est le géant américain, fondé en 2005 et racheté en 2006 par Google. Dailymotion est son équivalent français. Vimeo se positionne comme la plateforme des vidéos et projets créatifs. Sur ces sites, vous pouvez mettre en ligne des vidéos, les partager et ensuite les intégrer facilement sur un site, un blog ou un pro Facebook »⁶⁰

Section 04 : Le réseau social Facebook :**1. Définition du concept Facebook :**

« C'est le plus utilisé et le plus connu « depuis sa création, facebook ne cesse d'attirer des jeunes de plus en plus friands de ce réseau convivial, il semblait qu'il représente un média social à lui tout seul puisqu'il regroupe les applications et les fonctionnalités des autres réseaux »⁶¹

Facebook est un moyen qui permet de créer des liens avec des autres personnes, ce réseau social le plus populaire et le plus utilisé dans le monde entier avec 400 millions d'utilisateurs, « facebook voit le jour en février 2004 dans la chambre d'une groupe d'étudiants, de Harvard, avec Marc ZUCKERBERG à sa tête. Le succès est rapide, on peut même dire fulgurant : à la fin décembre 2004, soit moins d'un an après sa création, facebook revendique un million de membre »⁶²

⁵⁹ Ibid. P18

⁶⁰ Ibid. P26

⁶¹ MEZRIOUI Racha et TOUATI Zeineb, medias et technologies numériques au sud de la méditerranée, L'Harmattan, 2015, Paris, P28

⁶² SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGERS Paul Durand, réseaux sociaux pour les nuls, 3e édition, P24

Figure N° 02 : Le logo du réseau social Facebook

Source : https://www.flaticon.com/fr/icone-gratuite/facebook_124010 consulté le 29mai2021, à18:40

2. Evolution de Facebook :

Facebook est considéré le réseau social le plus populaire et utilisé dans le monde. Le premier réseau par excellence avec plus de 2,8 milliard d'utilisateurs actifs en fin de 2020 (d'après le journal du net), ce dernier est fondé par Mark Zuckerberg en 2004.

Au début de sa création il n'était utilisé que par les étudiants sur le campus de l'université de Harvard puis s'est développé en 2005. Citant quelques dates d'évolution du réseau social Facebook :

- En 2004, le démarrage de Facebook :

Il était à l'origine un réseau reliant les étudiants dans le monde entier, quelques années plus tard le réseau a évolué pour inclure des personnes sans adresse e-mail, et depuis tout le monde pouvait se connecter et avoir des liens avec les autres.

- **En 2006, les groupes sponsorisés :**

Facebook a lancé les groupes sponsorisés pour créer un lien entre les internautes et les entreprises, Les vendeurs et les distributeurs peuvent interagir d'une manière directe avec les consommateurs via facebook. Cependant a réalisé que la façon dont les marques se connectent avec les gens était meilleur pour avoir des bonnes relations avec ses clients.

- **En 2007, création des pages Facebook pour les entreprises :**

Facebook a lancé des profils personnalisés et uniques, conçus pour permettre aux entreprises, marques, célébrités... de se représenter sur Facebook. Cela permet aux gens d'établir des liens significatifs avec leurs marques préférées (restaurants, entreprises, musique, etc.).

- **En 2008, Interaction :**

Facebook permet aux gens d'interagir avec eux. Les gens peuvent commenter, partager, suivre... avec leurs amis, ou devenir fans de la marque ou de l'entreprise.

- **En 2009, mis à jour du bouton « Like » :**

Facebook à évoluer le bouton « J'aime » afin que les personnes puissent être fan de leur marque préférée juste en aimant leur page. Cette fonctionnalité offre une meilleure optimisation des activités.

- **En 2012, publicité dans le fil d'actualité : ⁶³**

« Facebook a ajouté la possibilité, de placer des publicités dans la page d'accueil de personnes déjà en relation avec la marque. En effet, ces publicités étaient plus personnelles et plus en moins formelles pour faire partie d'une façon intégrante de l'expérience du fil d'actualité. »

- **En 2013 : Catégories de partenaires ⁶⁴**

« Les catégories de partenaires sur facebook ont permet aux marques de viser leur cible efficacement en fonction de leur activité sur le réseau, par exemple une marque de secteur électronique peut cibler les internautes qui sont à la recherche des micro-ondes. »

- **En 2014, création du réseau social Instagram**

⁶³ <https://www.htw-marketing.com/levolution-de-facebook-depuis-sa-creation/>, consulté le 30 mai 2021 à 14 :00

⁶⁴ Ididem. Site internet

Instagram est un réseau crée par Mark Zuckerberg, est lié à Facebook, cette plateforme offre l'opportunité et de plus de visibilité aux marques et aux personnalités publiques d'être exposé au large public.

- **En 2015 Vidéo 360⁶⁵**

C'est la possibilité d'utiliser des photos et des vidéos à 360 ° pour présenter des histoires, des moments et d'autres expériences sur facebook.

- **En 2016 Facebook permet de faire Live (un direct) :**

Ce moyen permet aux gens de diffuser des vidéos en temps réel dans le monde entier via leurs appareils mobiles. C'est un outil simple et efficace pour tout le monde, même les personnalités publiques, d'interagir avec leur public en diffusant direct à partir de profils, de groupes, de pages et même d'événements.

- **Instagram stories :**

Instagram Stories permet aux gens de partager leurs stories instantanément, Ces stories sont affichées dans un diaporama: histoires, statut, photos et vidéos dans les 24 heures.

3. L'engagement des acteurs associatifs sur Facebook :

Comme nous l'avons cité la dessus, Facebook offre des opportunités a beaucoup de personnes, par exemple, faire de la publicité, vendre des trucs, transmettre des messages et tant d'autres... c'est pour cela les acteurs associatifs se rendent sur ce réseau afin de mettre un lien avec les internautes, à travers leurs interactions en laissant un « J'aime » ou un « commentaire ».

Le Facebook, permet aux associations la possibilité de publier leurs activités, de toucher une grande cible, c'est-à-dire Facebook lui offre un espace privilégié.

4. Les risques d'utilisation de réseau social « Facebook » :

Les adolescents sont les plus vulnérables aux risques des réseaux sociaux comme facebook car ils sont les premiers à adopter ce réseau social. Ils sont les plus nombreux et les plus actifs sur ce réseau C'est pourquoi ils ont été les premières victimes

Les risques sont énormes: une utilisation excessive de Facebook peut conduire à la dépression, à la solitude, à l'anxiété, sans parler des mauvais résultats scolaires, de la violence, de la cyber-harcèlement ou de l'intimidation.

⁶⁵ Ibidem. Site internet

En raison de l'utilisation de ce site, divers fait se sont multipliés. Plus grave aussi, Facebook autorise le partage et l'échange de photos et de vidéos, mais certains adolescents utilisent ces outils pour insulter leurs contacts ou leur envoyer des photos obscènes. Dans les écoles, de plus en plus d'inquiétudes se propagent sur Facebook, et cela n'a pas permis que les choses se passent bien. Les conflits exposés sur ce site peuvent conduire à de réels excès et peuvent même conduire à un harcèlement moral.

Facebook est le meilleur moyen pour les voleurs d'identité, impliquant généralement le détournement de photos ou le vol d'identité. Pour se faire passer pour une autre personne, et créer un profil au nom de cette personne. Mais le grand danger reste la pédophilie. Les adolescents les plus vulnérables sont des proies faciles pour les pédophiles « d'après les statistiques du ministère de la justice en France, montrent que chaque année, une quinzaine d'enfant subissent des violences sexuelles après avoir rencontré des pédophiles sur internet. »

Une utilisation excessive peut également entraîner des changements dans le sommeil et l'alimentation, Les jeunes dorment moins parce qu'ils attendent un j'aime ou des commentaires sur le contenu publié, cela affecte directement la créativité.

Aujourd'hui, on ne sait plus s'ennuyer, On se cache sur Facebook à la moindre occasion, ce qui provoque le risque d'addiction à Facebook qui se définit comme l'obligation de se connecter et de devenir accro à Facebook.

A. Les avantages de Facebook :

- Garder contact avec des amis, famille et faire des connaissances.
- C'est un réseau gratuit et simple à utiliser.
- C'est un facteur de sociabilisations.
- le Facebook a énormément changé depuis le début, un espace dont le but était de partager des photos, vidéos en story ou sur le feed. Facebook a évolué jusqu'à devenir une plateforme polyvalente par exemple, il peut être utilisé pour l'achat et vente de produits et de services, de journalisme, d'interviews...
- Transmettre des nouvelles, commenter et interagir avec les autres internautes sur des pages facebook. Faire un débat virtuel sur les différents sujets de tous les secteurs : social, politique, économique, culturel...

- Recevoir les dernières informations, l'actualité.
- Organiser des évènements plus facilement.
- Surveiller l'environnement et tout ce qui le menace, comme les feux de forêts.
- Permet de transmettre un héritage culturel.

B. Les inconvénients de Facebook :

- Usage du faux, ce qui pousse les personnes à être dépendant et l'utilise sans modération.
- Atteinte à la vie privée, c'est-à-dire rendre sa vie privé en public ce qui peut causer des conséquences qui peuvent être dramatique.
- Harcèlement et cybercriminalité.
- Exposition des mineurs (es) à tous les dangers, par exemple : Humiliation, harcèlement, espionnage...
- Atteinte aux valeurs de la société, aux valeurs démocratiques et de tolérances ; les groupes Facebook d'intérêts politique, économique ou social qui partagent des idées insensé, ou bien grave comme le racisme, le régionalisme, aussi le fait de normaliser chez certains la violence et les abus sexuel contre la femme etc.
- Le partage des rumeurs et de fausses informations que ce soit sur des personnes physiques ou morales, ainsi que les négativités qui poussent certaines personnes à être déprimés.

Chapitre II :
La culture berbère et l'identité
berbère

Chapitre II : La culture berbère et l'identité berbère :

Section 1 : Un aperçu historique sur la culture et l'identité berbère :

« La culture est ce qui, en l'homme, s'oppose à la nature. Dans la vie personnelle de l'individu, la nature le pousse à assouvir immédiatement ses instincts, à réaliser ses pulsions, à faire tout de suite, tout ce dont il a envie. La culture se dresse, peut-être moins contre les instincts (il y a les cultures qui les célèbrent). Que contre l'adhésion immédiate, ou par réflexion aux instincts »⁶⁶

« L'identité est un construit qui s'élabore dans une relation qui oppose un groupe aux autres groupes avec lesquels il est en contact. C'est à l'œuvre pionnière de BARTH Fredrik 1969 que l'en doit cette conception de l'identité comme manifestation relationnelle, qui permet de dépasser l'alternative objectivisme/subjectivisme. Pour BARTH, c'est dans l'ordre des relations entre les groupes sociaux qu'il faut chercher à saisir le phénomène identitaire. Selon lui l'identité est un monde de catégorisation utilisé par les groupes pour organiser leurs échanges »⁶⁷

L'identité est généralement établie dans l'interaction sociale; elle est déterminée par identité personnelle, sociale et culturelle. Cette dernière apparaît comme un élément particulièrement essentiel et indispensable dans la culture.

« Les Imazighen (singulier Amazigh) ou Berbères sont les habitants de l'Afrique du Nord dont ils forment le fondement. Objet de mythes, de légendes et d'histoires, leur origine remonte aux Proto-méditerranéens d'il y a plus de 9000 ans, ce qui fait leur unité. C'est avant tout leur langue et leur diversité culturelle, qu'ils ont entretenues, à l'image de leur terre, à la fois africaine et méditerranéenne. (...) la langue berbère afro-asiatique a survécu à bien des langues antiques comme le grec, le phénicien, le latin ou l'égyptien ».⁶⁸

La culture berbère a toujours existé depuis des siècles passés, elle a fait face à plusieurs civilisations mais elle a maintenu ses propres traditions et ses valeurs.

⁶⁶ THERON Michel, « Comprendre la culture générale », Edition Ellipses, Paris, 1998. P 7.

⁶⁷ CUCHE Denys, « La notion de la culture dans les sciences sociales », Op.cit. P 85.

⁶⁸ Jardin Majorelle, « Introduction a la culture berbère ». Disponible sur le site : <https://nezhatamazight.wordpress.com/introduction-a-la-culture-berbere/>. Consulté le 02mai 2021 à 02h15.

Chaque civilisation a sa propre culture et tradition, et la culture berbère a toujours su maintenir son originalité, malgré les conflits avec d'autres civilisations.

Au III^e siècle av. J.-C., le royaume de Numidie apparaît en L'Algérie, qui affirme sa puissance ; alliée à Rome, s'oppose à Carthage sous son règne Massinissa, dont la première capitale était Cirta, maintenant Constantine.

En 218-202 avant J.-C. fut la seconde guerre punique c'est l'occasion pour Massinissa d'agrandir son territoire qui s'étendit du nord de la Tunisie et de l'est de l'actuelle Algérie. Ces pouvoirs se maintiennent jusqu'en 46 avant J.-C. quand la Numidie devient une province romaine.⁶⁹

1. Généralités sur le patrimoine

1.1. La définition du patrimoine : ⁷⁰

Etymologiquement, le terme patrimoine tire son origine du mot latin «**patrimonium**», qui signifie les biens d'une famille ou de l'église ou ceux d'un Prince.

«Le patrimoine est l'héritage commun d'un groupe ou d'une collectivité qui est transmis aux générations suivantes. Il peut être de nature très diverse : culture, histoire, langue, système de valeurs, monuments, œuvres artistiques, savoir-faire, ... etc.»

«Le patrimoine est aujourd'hui classé en trois catégories par l'UNESCO : le patrimoine matériel, qui compte les monuments, les ensembles (groupes de constructions, qui peuvent être réunies ou isolées) et les sites, tels que les sites archéologiques ; le patrimoine naturel, qui regroupe les monuments naturels constitués par des formations physiques et biologiques, les formations géologiques, les zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animales

⁶⁹ MARTINEZ-GROS Gabriel « Il été une fois les berbères », Op.cit. Consulté le 02 mai 2021 à 02 :45.

⁷⁰ BECHA Zohra, YEZLI Louiza, 3la valorisation du patrimoine culturel et sa place dans la promotion de l'activité touristique : cas des bijoux kabyles d'Ath Yenni, mémoire de fin d'étude en vue d'obtention d'un master académique en sciences économiques, université Mouloud MAMMARI, 2013/2014, page 22

et végétales menacées et les sites naturels, et enfin le patrimoine immatériel. Le classement de l'UNESCO est aujourd'hui adopté par tous». ⁷¹

« Le patrimoine est une mise au présent du passé et une mise en histoire du présent ». ⁷²

1.2. La construction du patrimoine :

L'idée d'un patrimoine remonte à l'antiquité, le premier relevé des monuments historiques a été réalisé en 29 av. JC Par Philon de Byzance, et le sénat romain qui a instauré des lois pour interdire toute vente de matériel qui provient d'un bâtiment détruit et la vente des immeubles sans leur décor original comme la peinture, les mosaïques... etc. Dès le 16^e siècle des recherches et études ont été faites par une élite aristocratique et le mot patrimoine a intégré la langue française en prenant place dans le dictionnaire de Furetière.

« Le mot patrimoine, a priori, n'évoque qu'une priorité privée et individuelle, transmise d'une génération à une autre par testament, une pratique en vigueur dans le droit Romain et dans les traditions de l'ancien régime » ⁷³

Le sens du patrimoine a évolué avec la révolution française « le terme de patrimoine était utilisé dans la seule acceptation d'héritage transmis. Son sens public est apparu le 2 octobre 1789, Quand l'assemblée constituante, en mettant les biens du clergé à la disposition de la nation, a créé l'idée d'un bien collectif » ⁷⁴

En 1790, Talleyrand a créé le comité d'étudier les monuments et les arts ainsi les séances, dès 1793 des lois législatives sont instaurées pour protéger les œuvres d'arts et c'est en 1830 que Louis-Philippe décide de mettre en œuvre une politique patrimoniale et des historiens qui représentent l'histoire Nationale. Cette période a vu la naissance de premier musée en France exactement à Paris en 1795. Vers les années 1856 Louis Vuitton a démontré l'importance de la protection du patrimoine par son enjeu économique et sociale, « Depuis l'époque de la

⁷¹ IBID. P.23

⁷² Henry ROUSSO, le regard de l'histoire : l'émergence et l'évolution de la notion de patrimoine au cours du XX^e

⁷³ Mohamed Sofiane IDIR, « valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de Bejaia en Kabylie et de Djanet dans le tassili n'Ajjer, thèse pour obtenir le grade de docteur de l'université de Grenoble, spécialité : sciences économiques, 2013, p 18

⁷⁴ <https://chateau-guillaume-leconquerant.fr.pdf>. Consulté le 04 mai 2021 à 03 :40

Révolution française, la notion de patrimoine a vu son sens modifié à chaque fois qu'il y'a eu un nouveau moment fort dans son histoire »⁷⁵

Les années qui ont suivi la révolution française ont été marquées Par le passage du patrimoine d'une conception privée à une conception publique, puis l'utilisation de la nation du patrimoine dans les sphères administratives, culturelles et publiques et même dans les organisations internationales «Pendant des décennies, la notion, qui n'englobait que le patrimoine bâti ancien, n'a pratiquement pas évolué et ne s'est guère étendue en dehors de l'Europe. Elle s'est « mondialisée » seulement en 1972 avec l'adoption par l'UNESCO (Organisation des Nations-Unies pour l'Education, les Sciences et la Culture) d'un traité international intitulé « Convention et recommandations relatives à la protection du patrimoine mondial culturel et naturel »⁷⁶

1.3.L'évolution du patrimoine :

« Le patrimoine a connu des évolutions intenses, son acceptation contemporaine se développe à partir du début du XIXe siècle. Elle annonce l'authenticité de certains objets, leurs valeurs, le point de la tradition ou le respect à l'égard du passé. »⁷⁷

« A l'origine donc, le mot patrimoine renvoie à un bien d'héritage, le mot patrimoine a connu une évolution sémantique d'après les historiens (Poulot, Nora, Des vallées, Chastel) avec la Révolution française, le contenu de la notion du patrimoine s'est étendue à tous les types de biens qu'il faut sauvegardés, quoique la conservation concerne juste les œuvres d'art considérées comme des chefs-d'œuvre créés par des artistes et dont la valeur culturelle est importante.

Cette période a vu la naissance d'une institution culturelle importante, à savoir le musée (la création du premier musée d'histoire en France, en l'occurrence, le musée des monuments français d'Alexandre Lenoir, date de 1795, à Paris).

En effet, avec la naissance du musée, les objets historiques, autrefois attachés à l'Ancien régime, sont devenus la propriété de la nation et parfois de l'humanité.

⁷⁵ Mohamed Sofiane Idir, Thèse, P.20

⁷⁶ » <https://chateau-guillaume-leconquerant.fr/PDF>. Consulté le 04 mai 2021 à 04 :30

⁷⁷ Jean-Marie BRETON ; Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe, Afrique, Caraïbe, Amérique) ; édition KARATHALA ; 2009 ; P.156

C'est l'invention du patrimoine national, un héritage culturel protégé par l'Etat et qui appartient à tous les citoyens. Le passage de la responsabilité de la conservation du patrimoine du niveau de l'individu ou de la famille à celui de l'Etat marque l'institutionnalisation de la notion de patrimoine.

Les monuments historiques revêtent désormais un sens nouveau attribué notamment pour leur valeur culturelle et doivent être préservés de la destruction pour l'intérêt public. Le député révolutionnaire Jean-Baptiste Mathieu résume, dans une phrase laconique, la substance de la notion de patrimoine qui vient de naître dans les soubresauts des événements tragiques de la révolution. Le patrimoine, c'est : « tout ce qui donne une sorte d'existence au passé ». ⁷⁸

1.4. Les différents types de patrimoine :

Le mot patrimoine n'a cessé d'évoluer puisque dans le livre intitulé « Patrimoine et modernité », Dominique Poulot mentionne que « le patrimoine relève d'un emploi métaphorique : on parle, en effet, d'un patrimoine non seulement historique, artistique ou archéologique, mais encore ethnologique, biologique ou naturel, non seulement matériel mais immatériel, non seulement national ou local, régional, mais mondial universel. » ⁷⁹

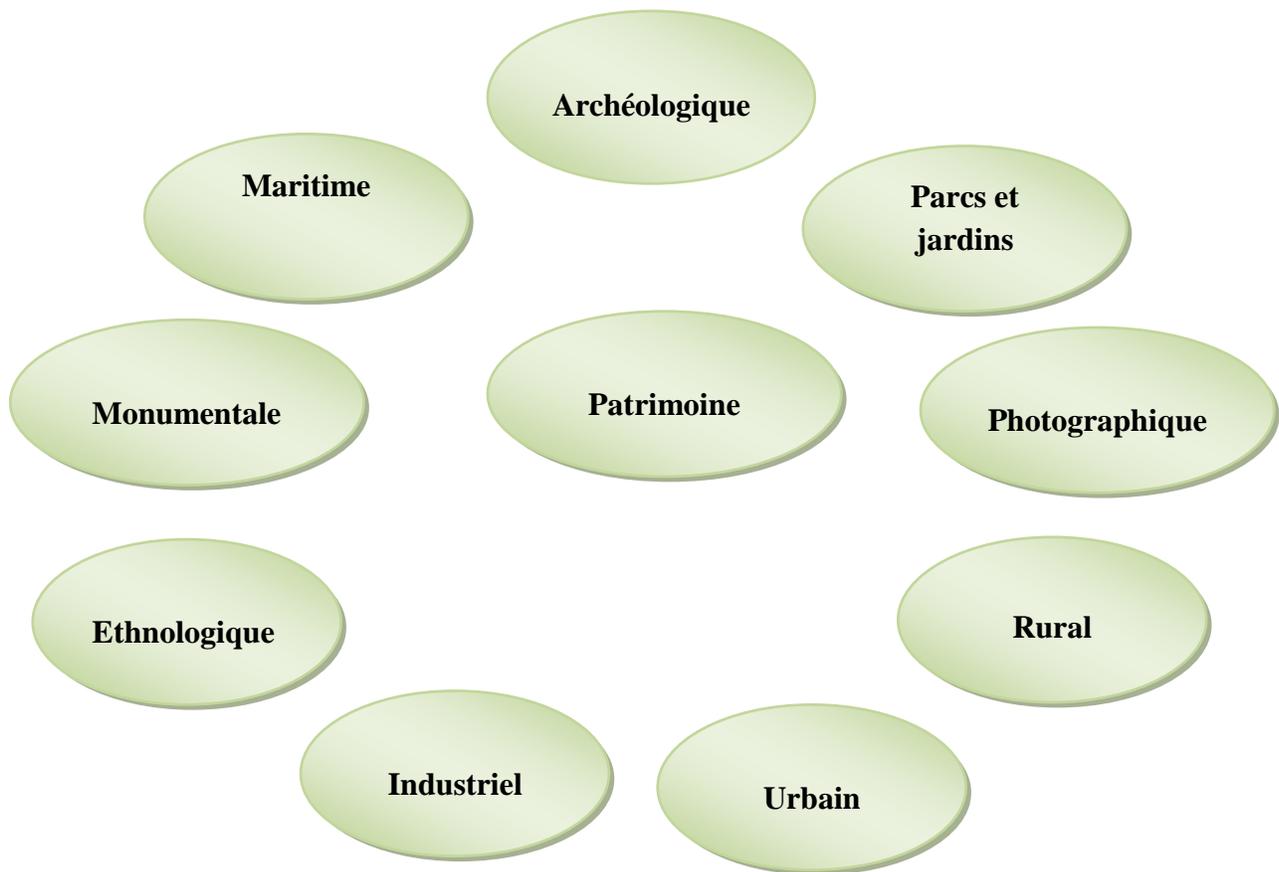
Le service pédagogique Château Guillaume ⁸⁰, quant à lui, a distingué neuf formes officielles du patrimoine, elles sont présentées sur le diagramme suivant :

⁷⁸ Mohamed Sofiane IDIR. Valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de Bejaïa en Kabylie et Djanet dans le Tassili n'Ajjer Thèse de doctorat. HAL archives-ouvertes. P.19
HACHOUR Farida, MEMOIRE DE MASTER EN ARCHITECTURE Option : Architecture, Ville et patrimoine, PROCESSUS DE VALORISATION DU PATRIMOINE EN FAVEUR D'UN DEVELOPPEMENT LOCAL VILLAGE BOUMANSOU, P.18

⁷⁹ Dominique Poulot ; patrimoine et modernité ; édition l'Harmattan, 1998 ; P.07

⁸⁰ Service pédagogique Château Guillaume le Conquérant – 14700 Falaise ; « La notion de patrimoine », <http://docplayer.fr/16358190-Chapitre-i-evolution-de-la-notion-du-patrimoine-et-de-la-notion-du-tourisme.html> consulté le 05 mai 2021 à 13 :13

Figure N° 03 : Les différentes formes du patrimoine



Source : le service pédagogique Château Guillaume – Diagramme établi par l'auteur
<http://docplayer.fr/16358190-Chapitre-i-evolution-de-la-notion-du-patrimoine-et-de-la-notion-du-tourisme.html> consulté le 05mai2021 à 14 :13

Section 2 : le patrimoine culturel berbère matériel et immatériel**1. Aperçu sur le patrimoine culturel :**

Le patrimoine culturel est considéré comme l'identité et la richesse d'une société, une région ou d'un pays. Le patrimoine culturel c'est un levier de développement économique et social, et dans cette optique il faut mettre des stratégies pour sa valorisation et sa promotion dont le but est de le mettre au service du développement humain.

« La culture en général et le patrimoine culturel en particulier sont de nature transversale et intersectorielle et doivent par conséquent susciter la convergence de tous les intervenants quels qu'ils soient, particuliers ou institutionnels. Il s'agit donc d'un secteur qui doit fédérer tous les acteurs parce justement ils s'y retrouvent »⁸¹.

La promotion du patrimoine culturel est la préoccupation de tout le monde, toutes les instances et les acteurs sont concernés ; ministère de la culture, les citoyens et les acteurs associatifs en particulier.

« La valorisation patrimoniale suscite l'implication de plusieurs acteurs dont, les acteurs institutionnels, non institutionnels, les acteurs de la société civile ou encore la population locale que ce soit à titre culturel, économique ou politique »⁸².

Dans cette optique, les acteurs associatifs avec leurs adhérents ainsi que les différents acteurs sociaux s'engagent dans le but de la promotion et la valorisation du patrimoine culturel qui est l'identité et l'histoire des sociétés et nations.

« La mission de la protection et la valorisation du patrimoine culturel incombe à tous, mais d'abord au département ministériel en charge de la culture. »⁸³

⁸¹ ³Abdelwahed Ben-Ncer et Lahbil Tagemouati, « Définition du patrimoine culturel et ses composantes », octobre 2010 PDF, www.unesco.org, consulté le 27 / 05 / 2021, P38

⁸² Syrine Ben Slymen, Op. Cit, P 170

⁸³ Abdelwahed Ben-Ncer, Op. Cit P38

2. La classification du patrimoine culturel :

L'Algérie est un pays riche en patrimoine culturel, matériel et immatériel, Ce patrimoine est issu de l'héritage de plusieurs civilisations, faisant de l'Algérie un continent patrimonial riche et diversifié.

2.1.le patrimoine berbère matériel :

Le patrimoine berbère matériel est composé des sites archéologique, des monuments...etc. qui est classé à l'échelle nationale et internationale en raison de son originalité et sa singularité. Ce dernier est exposé au risque et menaces de la nature, des touristes et de l'urbanisation ainsi que l'insuffisance de la prise en charge. Citant quelques uns :

A. Les sites archéologiques :

Ce sont les traces laissées par les populations, qui représentent la vie, les activités, culture, et le passé des hommes d'autrefois. Exemple, le site archéologique de **Tigzirt**.

Image N° 01 : Le site archéologique de Tigzirt.



Source : <http://cnra.dz/atlas/site-archeologique-de-tigzirt/>, consulté le 20 juin 2021 à 23 :45

Le site archéologique de Tigzirt remonte jusqu'à l'antiquité, ce site se situe dans la partie nord de la ville. Ses vestiges sont visibles et témoins mais aussi prouvent le passage de plusieurs civilisations : Rome, Vandale et Byzantine.

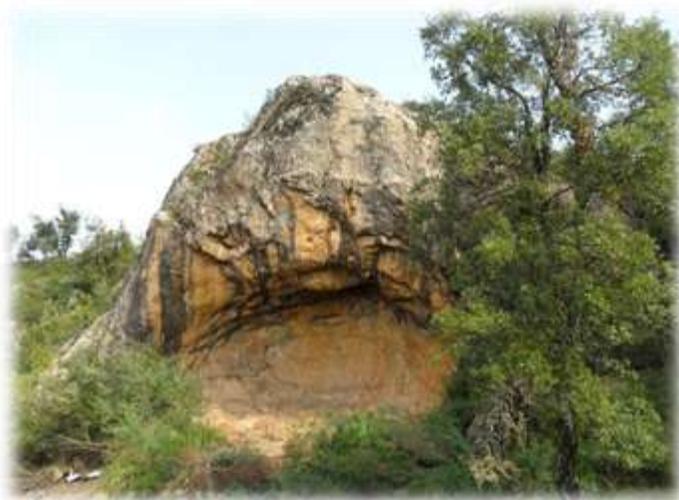
Image N° 02 : Le site de Mlakou, les ruines d'un château de l'antique Pétra exhumées en 2014



Source : <https://www.elwatan.com/edition/actualite/patrimoine-archeologique-de-bejaia-le-site-de-mlakou-abandonne-04-05-2021>, consulté le 20 juin 2021 à 02 :30

Le site archéologique Mlakou, se situe à près de 10km du village Akhenak, Seddouk. Le site est livré à l'abandon, exposé à la dégradation.

Image N° 03 : le site « L'abri sous roche d'Ifri N'Dlal.



Source : <http://www.dircultureto.dz/patrimoine/>, consulté le 20 juin 2021 à 02 :00

Ce site remonte à la période protohistorique, il contient d'importantes inscriptions libyques, de plus 500 caractères, l'une sous forme anthropomorphe et l'autre sous forme animale. Il est situé au lieu-dit Thizi Lbir dans la commune d'Ifigha. Il constitue un document d'inscription très important pour le domaine libyco-berbère.

B. Les monuments :

« Toutes les réalisations particulièrement remarquables en raison de leur intérêt historique, archéologique, artistique, scientifique, sociale ou technique, y compris les installations ou les éléments décoratifs faisant partie intégrante de ces relations »⁸⁴

Image N° 04 : la casbah de Bejaia



Source : <https://www.algerie360.com/mois-du-patrimoine-bejaia-etale-la-richesse-de-ses-sites-et-monuments/>, consulté le 20 juin 2021, à 01 :40.

La Casbah de Bejaïa est un monument historique et gouvernemental qui remonte au moyen âge de la ville de Bejaïa en Algérie. Elle se situe à l'ouest du port et à l'est elle est en face de la gare S.N.T.F. Au milieu du XIIe siècle, la Casbah de Béjaïa a été construite par les Almohades, puis transformée par les Espagnols lors de l'occupation de la ville en 1510. Cette dernière compte

⁸⁴ BIZRICHE Lamia, BOUMDJMADJ Samia, pour une mise en valeur du patrimoine culturel de la ville de Bejaia. Le forum du patrimoine de Bejaia, projet de fin d'étude en vue d'obtention de master en architecture, option : architecteur, ville et territoire, université Abderrahmane mira Bejaia, 2013, P.3

plusieurs bâtiments berbères ou espagnols, puis on relève des changements Ottomans, et enfin la réorganisation française.

C. L'architecture :

C'est toutes les constructions humaines, urbaines ou rurales, qui Caractérisent les civilisations de l'homme, d'une grande valeur pour faire l'objet d'une délimitation typographique.

Image N° 05 : Village de Djebbla, commune de Bejaia



Source : Photos prises par le Photographe : Rachik BOUANANI,
https://www.instagram.com/p/CCglhh8nDwz/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR0hiBBtUbxoHckerietk_kThK07-eceB0QBtfRWIEdHkBDVSQuH7gx-jAs consulté le 20/06/2021 à 03 :00

Image N° 06 : Architecture des villages kabyle (le village ait al Kaid)



Source : www.Villageathelkaid_photos.com consulté le 20/06/2021 à 15 :30

3. Le patrimoine berbère immatériel :

L'UNESCO définit le patrimoine culturel immatériel de la façon suivante :

« On entend par “patrimoine culturel immatériel” les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire - ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés - que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire »⁸⁵

Le patrimoine immatériel a plusieurs composants, en Algérie, les berbères préservent et tiennent beaucoup à leur langue, culture, traditions, coutumes, objets car c'est leur identité. Citant quelques composants du patrimoine berbère immatériel :

⁸⁵<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540f.pdf>. Consulté le 01 mai 2021 à 23 :15

1. La langue :

L'Algérie offre un paysage linguistique diversifié et riche par la coexistence de plusieurs langues ; tel que le berbère (Tamazight) avec ses variétés, l'arabe classique et dardja (l'arabe algérien ou dialectal) ainsi que le français comme langue étrangère première.

La langue berbère est présente dans les pays nord africains ; du Maroc en Egypte, en passant par l'Algérie, la Tunisie, le Mali, le Niger et la Libye. Tamazight est composé de plusieurs dialectes qui assurent son existence jusqu'à nos jours qui sont : Le Kabyle, le Chaoui, le Mزاب et le Tergui.

2. **Les objets d'arts :** englobent les créations artistiques et les œuvres d'art tels que les sculptures de grande ou moyenne taille, les textiles, les œuvres littéraires, les poteries, le tissage et les dessins, tableaux de peinture... Citant quelques objets artistique kabyle tel que :

- **La poterie :** elle fait partie des arts anciens. La Kabylie est réputée par ce métier, et ils ont de très bons artisans. La poterie est très utile et les gens l'utilisent pour répondre à leurs besoins quotidiens. On trouve plusieurs types de poterie, certaines sont utilisées pour la cuisine, certaines pour stocker des aliments et d'autres pour la décoration. La poterie berbère se modernise de plus en plus, citant l'exemple de Mlle LALAOUI Lynda qui est dans ce domaine et crée des merveilles.

Image N°07 : La poterie ancienne berbère



Source : <https://fr.aboutalgeria.com/2017/12/la-poterie-de-la-kabylie.html> consulté , consulté le 13/07/2021, à 15:36

Image N°08 : Ancien grand plat traditionnel a base du bois



Source : [Dish | Unknown | V&A Explore The Collections | Handmade pottery, Pottery, Patterned dishes \(pinterest.com\)](#) consulté le 13/07/2021 à 14 :00

Image N° 09 : La poterie berbère moderne.



Source :

https://www.instagram.com/p/COgPYbSj2SX/?utm_medium=copy_link&fbclid=IwAR3LFz86imPghCsTc_ax8aKG0NIvDsRWNZ2xp6zvbZh5VHXuj7UYC77os3I consulté le 13/07/2021 à 22 :20

- Le tissage (Azetta):

Le tissage est un art, c'est une activité féminine, familiale qui répond aux activités de foyer ; fabrication de couverture, tapis, des vêtements avec de la laine. Les kabyles sont réputés par la qualité des tapis fabriqués en laine du mouton. Le tissage est une tradition et un art qui se transmet de mère en fille.

Image N°10 : Azetta et le tapis kabyle



Source : <http://www.dziriva/forums/sujet-culturdz> Consulté le 13/07/2021 à 18:40

D. Patrimoine écrit et graphique : regroupe tous les ouvrages précieux et rares, les manuscrits, les écrits et documents anciens, monnaies et Médailles, les imprimés, lettres et courriers

E. Les bijoux :

La bijouterie en Kabylie est particulière, elle est pratiquée par des hommes où ils fabriquent des bijoux avec des matières comme : l'argent, le Nnil, le corail rouge, les clous de girofle marron.

Les bijoux berbères sont variés tel que : les colliers, les bracelets, Abzime (les triangulaires), axelxal (les anneaux de la cheville)...etc.

Image N° 11 : Différents bijoux berbères



Source : [حلي تقليدي قبائلي تيزي وزو الجزائر | Jewelry center, Traditional jewelry, Filigree jewelry \(pinterest.com\)](#) consulté le 14/07/2021 à 21/11

F. L'art décoratif :

Englobe les produits artisanaux, les motifs décoratifs, comme on trouve les murs intérieurs des anciennes maisons kabyles avec des motifs berbères. Ces décorations murales sont l'œuvre des femmes kabyles.

Image N° 12 : décoration d'intérieur, maison traditionnelle kabyle (Axxam)

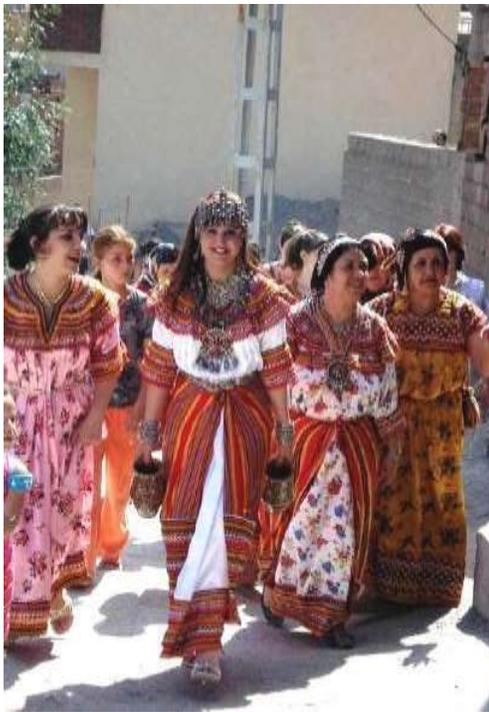


Source : [ALGERIE, Terre d'Afrique: Les maisons traditionnelles Kabyles \(Axxam\) \(algerieterredafrique.blogspot.com\)](#) consulté le 14/07/2021 à 21 :33

G. Le patrimoine vestimentaire :

Les vêtements traditionnels remontent à une époque lointaine. Ils ont évolué avec l'évolution de l'histoire humaine et constituent une partie importante du patrimoine culturel national. Chaque ethnie se distingue des autres ethnies par ses costumes traditionnels, qui reflètent son lien avec l'histoire, le patrimoine et l'originalité. Le vêtement traditionnel fait partie intégrante du patrimoine national, peu importe comment il est amélioré ou développé, il gardera toujours sa valeur et ne changera pas avec le temps ou l'espace.

Image N° 13: La robe kabyle, portée par des femmes. (Tizi-Ouzou)



Source : [ملابس تقليدية جزائرية](#) Algerian tradition | Algerian clothing, Traditional dresses, Arabian women (pinterest.com) consulté le 14/07/2021, à 22 :00

Image N°14 : La tenue vestimentaire d'un homme kabyle (portant Avernus)



Source : Page Instagram : Culture Amazigh.

H. L'art culinaire :

La cuisine kabyle est variée et riche. La cuisine kabyle trouve sa richesse dans sa diversité car elle change d'une région à une autre. la cuisine kabyle est saine car ses ingrédients sont bio, naturels ; l'huile d'olive, des céréales, des légumes, des légumes secs... citant quelques plats traditionnels kabyle : le couscous (seksu), berkukès, Avazine (plat constitué d'un mélange de 7 plante), Aghrum (la galette), le mesfuf (couscous aux légumes cuits à la vapeur), Tikourbaine, lesfenj et tant d'autres...etc.

Image N°15 : le couscous, plat traditionnel Berbère.



Source : <https://recettes.de/couscous-aux-legumes/top> consulté le 14/07/2021, à 20:26

Image N°16 : Tikourbabines (Boulettes de sémoule en sauce) :



Source : <https://sphereplaisir.wordpress.com/2016/12/03/tikerbabine-boulettes-de-semoule-en-sauce/> consulté le 14/07/2021 à 20 :30

a. Les traditions :**- Traditions orales :**

Depuis la naissance de l'humanité, les traditions orales ont toujours été un moyen de communication important. Citant : Tajmaat.

• Tajmaât, démocratie en Kabylie.⁸⁶

Les villages Kabyles étaient organisés en un véritable État micropolitique, où ils étaient gouvernés démocratiquement. Le problème est résolu collectivement à Tajmaât, tous les habitants du village ont leur mot à dire et aucune décision n'est prise sans le consentement de tous. A chaque période, un responsable est nommé pour présider la jemaâ, et ce responsable peut être comparé au président du parlement aujourd'hui. Cependant, les femmes ne sont pas invitées à participer à la jemaâ, elles n'ont donc pas le droit de participer à la prise de décision du village. « Les femmes ont su détourner ce mode de fonctionnement en apprenant à avoir de l'influence sur leurs époux qui, poussés par leurs femmes défendaient leurs intérêts à la jemaâ. »⁸⁷

Figure N°04: illustration de tajmaat dans un village kabyle.



Source : <https://www.universalis.fr>, consulté le 01 juin 2021, à 23:55

⁸⁶ <https://izzoran.com/societe/tajmaat-la-democratie-en-kabylie/>, consulter le 01 juin 2021, à 23:55.

⁸⁷ Ibid

- **Les coutumes** : peuvent être définies comme les comportements établis par les communautés, les habitudes transmises dans les groupes sociaux ou les coutumes de l'époque.
- **Les légendes**, substantif qui s'est peu à peu glissé en synonyme de « mythe » dans le langage courant, c'est-à-dire « des choses dont on ne peut prouver l'existence », est aussi des leçons très riches pour comprendre l'histoire locale. Comme « Tamaçahut ou tahkayt » dont on tire des morales.

b. Les événements festifs :

« Qui se rapporte à la fête, (religieuse ou autres) à une réjouissance réunissant beaucoup de personnes à l'occasion d'une date religieuse ou d'un événement important »⁸⁸ citant Yennayer, Muhrem, tafsut ou les habitants des villages se réunissent et préparent les dégustations, tel que le couscous, lesfenj, lbujaj...

Figure N°5 : Illustration femmes kabyle célébrant le 1^{er} jour de Moharrem



Source : Épinglé sur peintures Algérie (pinterest.com) consulté le 14/07/2021, à 20 :47

⁸⁸ <https://www.universalis.fr>, consulté le 01 juin 2021, à 12 :30

- La musique kabyle :

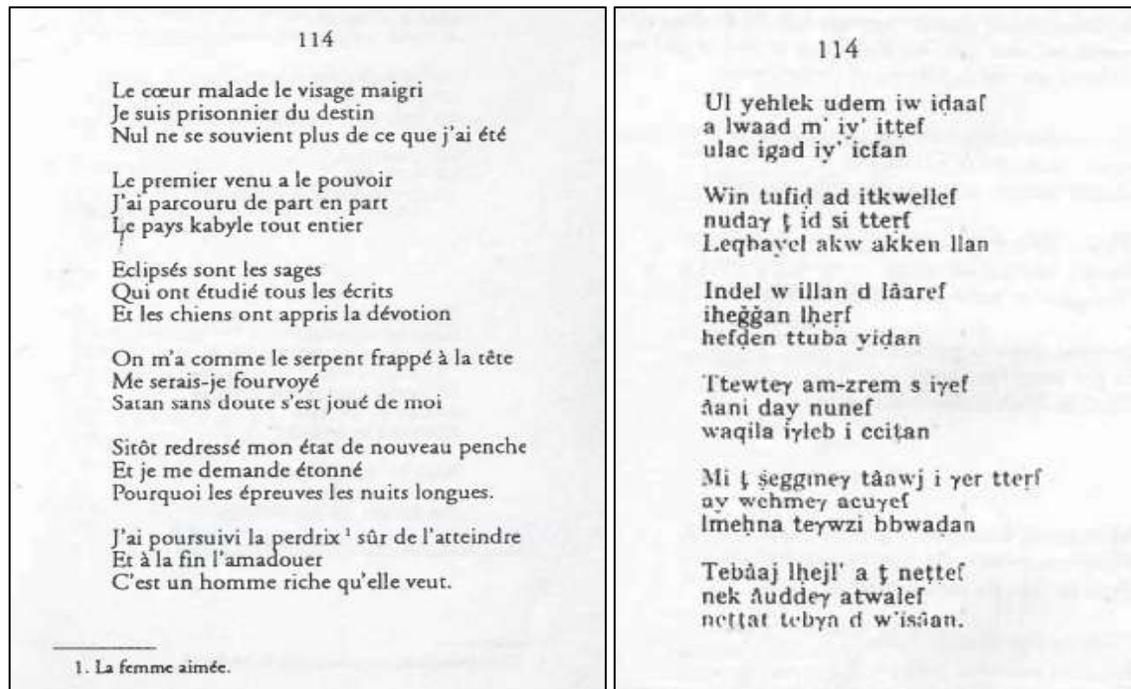
Fait partie aussi de l'histoire et du patrimoine berbère citant quelques artistes qui ont marqué le répertoire de la musique berbère algérienne Slimane Azem, Matoub lounes, Ait Menguellet, les Abranis... chacun son style, la chose commune est de préserver le patrimoine à travers des chants, qui touchent l'actualité, les différents sujets : politique, exil, vécu, amour et j'en passe. Quant à la musique traditionnelle kabyle est connue par sa particularité où les femmes kabyles expriment leurs sentiments de joie ou de deuil et peut être poétique, cela on l'appelle Achewiq ou bien Urar l'xalat dont elles abordent plusieurs sujets dans différentes occasions ; fête, cueillettes d'olives, berceuse, morale, des chants religieux ou bien leurs vécues, et parmi ses interprètes on cite Nna cherifa, Dhrifa, Nouara et tant d'autres. Ce style de chant est réservé uniquement aux femmes.

En Kabylie, tous les gestes de la vie, toutes les cérémonies sont accompagnés par le chant disait Jean Amrouche, que ce soit femme ou homme.

- La poésie (isefra) :

La poésie a toujours occupé une place importante dans la société berbère, c'est un moyen avec lequel les berbères expriment leur culture, leurs sentiments, leur imaginaire, passion. A titre d'exemple : le poème de Si mhand u mohand ; un poète connu en Kabylie.

Figure N°06 : poème de Si mohand u M'hand, extrait du livre « Isfra- Si Mohand »



Source : <https://tamezgha.tumblr.com/post/151188190475/po%C3%A8me-114-extrait-du-livre-isefra-si-mohand>

- La dance kabyle :

« Les danses berbères de Kabylie, peuvent être ludiques, rituelles ou sacrées, représenter divers tableaux de la vie kabyle : le puisage de l'eau à la fontaine, le brassage du lait...etc. Elles se pratiquent de manière collective ou individuelle. »⁸⁹

⁸⁹ <https://kabylicoeur.blog4ever.com/les-danses-berberes-de-kabylie>, consulté le 13 juillet 2021, à 02 :06

Image N°17 : La danse kabyle



Source : <https://kabyliesurscene.com/2020/01/22/la-dance-kabyle-est-une-estampille-identitaire/>
consulté le 14/07/2021, à 15 :12

c. Les fêtes agraires de la Kabylie :

- **Iwedjiven** : (les devoirs) c'est le démarrage de la saison agricole, à partir de 27 octobre, à ce jour toutes les familles d'un même village se réunissent pour célébrer cet événement qui est d'une grande importance pour eux. Les femmes préparent des plats traditionnels à base des légumes secs, pour le dîner, qui va être partagé à tadjmàat dans une ambiance chaleureuse.
- **Iqechacheun n'tyerza** : (la chute des feuilles) c'est la semaine où les kabyles commencent de ramasser les olives tombant seule
- **Taggourt n'tegrest** : (porte de l'hiver) c'est le premier jour de l'hiver qui débute le 29 novembre
- **Timeccret** : c'est tradition ancestrale consiste à sacrifier des bœufs et à organiser des repas collectifs lors de la fête des olives (c'est le commencement de la cueillette des olives), Yennayer et lors des fêtes religieuses à titre d'exemple l'Achoura. La chose la plus importante dans cette tradition, n'est ni le sacrifice ni les repas communautaire, mais l'atmosphère joyeuse pendant les réunions de la communauté villageoise et la convivialité qui règne au cours de la fête.

Image N°18 : Timeccret ou Lewziaa (Sacrifice)



Source : <https://www.depechedekabylie.com/kabylie/bgayet/timechret-pour-yennayer/>, consulté le 18/07/2021, à 18 :12

- **Oussan u zemmour** : (les jours de la cueillette) c'est l'ouverture des huileries pendant 18 jours.

Image N° 19: la cueillette des olives en Kabylie



Source : <https://www.algerie360.com/malgre-froid-neige-cueillette-olives-bat-plein/>, Consulté le 18/07/2021, à 19 :00

- **Issemaden iverkanen** : (journées noires et glaciales), les kabyles poursuivent la cueillette des olives du 25 décembre au 13 janvier
- **Yennayer** : (le nouvel an amazigh), c'est le premier jour de l'an du calendrier berbère qui débute en 950 av. J-C la date de la victoire de chachenaq sur le roi Ramsès III. Les berbères célèbrent ce jour en sacrifiant un coq pour préparer imensi n'yennayer (le dîner de yennayer), en utilisant aussi la viande sèche qui sera consommé la veille de yennayer.
- **Amenzu n tefsut** : (le premier jour de printemps) le démarrage de la saison du printemps
- **Aheggan iharriyen** : (le ciel bouché) c'est le démarrage de la période de froid.

Section 03 : la sauvegarde du patrimoine culturel matériel immatériel au niveau national

1. La sauvegarde du patrimoine berbère :

Le mot « Sauvegarde », fait référence aux mesures qui visent à assurer la viabilité du patrimoine culturel immatériel, y compris l'identification, la recherche, la préservation, la protection, la préservation, la promotion, l'exposition et la diffusion...principalement par le biais de l'éducation formelle et non formelle, ainsi que la revitalisation de différents aspects de ce patrimoine.

Afin d'assurer la protection, le développement et la valorisation du patrimoine culturel immatériel sur son territoire, chaque État partie s'efforce de :

Selon l'article 13 du texte de la convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel⁹⁰

- « Adopter une politique générale visant à mettre en valeur la fonction du patrimoine culturel immatériel dans la société et à intégrer la sauvegarde de ce patrimoine dans des programmes de planification.
- Désigner ou d'établir un ou plusieurs organismes compétents pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel présent sur son territoire

⁹⁰ <https://ich.unesco.org/fr/convention#part1> , consulté le 28 juillet 2021 à 23 :30

- C. Encourager des études scientifiques, techniques et artistiques ainsi que des méthodologies de recherche pour une sauvegarde efficace du patrimoine culturel immatériel, en particulier du patrimoine culturel immatériel en danger.
- D. adopter les mesures juridiques, techniques, administratives et financières appropriées visant à :
- Favoriser la création ou le renforcement d'institutions de formation à la gestion du patrimoine culturel immatériel ainsi que la transmission de ce patrimoine à travers les forums et espaces destinés à sa représentation et à son expression ;
 - Garantir l'accès au patrimoine culturel immatériel tout en respectant les pratiques coutumières qui régissent l'accès à des aspects spécifiques de ce patrimoine ;
 - Etablir des institutions de documentation sur le patrimoine culturel immatériel et à en faciliter l'accès. »

Pour assurer la sauvegarde du patrimoine berbère, plusieurs acteurs locaux sont concernés, citant ; les ministères de la culture, les collectivités locales, les musées, les institutions éducatives, les plateformes numériques aussi car actuellement elles jouent un rôle important et tant d'autres.

2. Le patrimoine à l'ère numérique :

Actuellement, la plateforme numérique est un élément important pour la protection et la valorisation du patrimoine. Qu'il soit culturel, naturel, matériel ou immatériel, cette dernière permet au public d'accéder gratuitement aux éléments du patrimoine sans contrainte temporelle ni géographique, et chacun peut avoir accès et utilise cette plateforme numérique au service du développement et valorisation du patrimoine.

La numérisation du patrimoine est devenue une sorte de priorité où les chercheurs s'intéressent ainsi que les professionnels, les acteurs associatifs qui militent pour des causes culturelles...etc. Car la numérisation offre la possibilité d'augmenter le nombre de visiteurs, et surtout, il n'y a pas de barrières, ni d'obstacles, ni de temps ou de lieu, y a accès n'importe où on est.

En Algérie, on trouve plusieurs sites web, des pages Facebook, des groupes Facebook ou même sur d'autres plateformes tel que Instagram, Youtube des utilisateurs qui prennent

l'initiative et partagent du contenu sur l'histoire des berbères, sur le patrimoine berbère que ce soit matériel ou immatériel afin de le sauvegarder, de valoriser l'identité berbère mais également de le faire connaître. Citant quelques pages sur différentes plateformes numériques qui sont au service de la culture Berbère, à titre d'exemple la page Instagram **histoire.amazigh**, la page Facebook de la chaîne de télévision **Berbère TV**, et la chaîne Youtube **Amrabad**, et encore beaucoup d'autres exemples.

Capture N°20 : La page Instagram « histoire.amazigh »



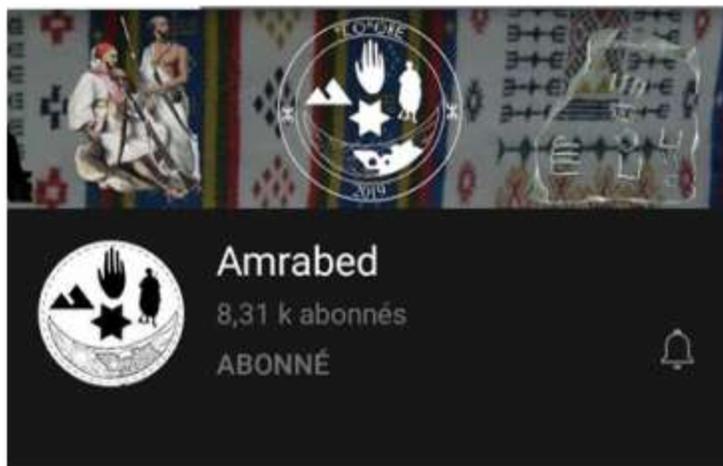
Source : <https://www.instagram.com/histoire.amazigh/> consulté le 04/08/2021, à 23 :30

Image N°21: La page Facebook « Berbère TV »



Source : www.facebook.com/berberetelevision Consulté le 04/08/2021, à 00:45

Image N°22 : La chaine Youtube « Amrabet »



Source : <https://www.youtube.com/c/Amrabet>, consulté le 04/08/2021, à 01 :10

3. Les institutions internationales chargées de la sauvegarde du patrimoine culturel :

On trouve de nombreuses organisations dans le monde dont la charge essentielle est la sauvegarde du patrimoine. Ce tableau ci-dessous montre ces institutions :

Tableau N°03 : Les institutions mondiales chargées de la sauvegarde du patrimoine culturel

Organisation	Dénomination	Symbole	Date de création	de Siège
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture.		Créé le 16/11/1945 à Londres	Place de Fontenoy à Paris
ICOMOS Non gouvernementale	Conseil International des Monuments et des Sites.		Créé en 1965 à Varsovie et à Cracovie (Pologne)	Paris
ICCROM Inter gouvernementale	Centre Internationale d'études pour la conservation et la restauration des biens cultures.		Création par l'UNESCO en 1956	Le centre de Rome - Italie
ICOM Non gouvernementale	L'Organisation Internationale des Musées et des Professionnels de Musée.		Créé en 1946	Paris à la Maison de l'UNESCO

Ce tableau illustre les différentes institutions internationales chargées de la sauvegarde du patrimoine culturel. Un travail qu'on a effectué nous même.

4. Les menaces sur le patrimoine :

Parmi les risques et menaces qui ont un effet potentiel sur le patrimoine, il y a principalement les facteurs suivants :

- Vol et saccage.
- Disparition du patrimoine immatériel.
- Détérioration naturelle du patrimoine immatériel.
- Manque de sensibilité à la valeur patrimoniale.
- Les guerres.
- L'exportation et l'importation illégales.⁹¹
- Le trafic illicite du bien culturel.⁹²
- Destruction ou altération du patrimoine.⁹³

Parmi ces risques, certains sont naturels et certains sont d'origine humaine. Ce dernier est dominant, plus nocif, et irréversible dans la plupart des cas. C'est pourquoi, la première étape de la protection du patrimoine reste encore de sensibiliser le public, mais aussi celle de ceux qui gèrent le patrimoine.

⁹¹ <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/danger-and-threats/>. Consulté le 29 May 2021 I 2021, à 15:30

⁹² Ibid, site web

⁹³ Ibid, site web

Le cadre pratique

Le cadre pratique

Section 01 : Présentation de lieu et la période de l'étude

1. Le cadre spatio-temporel :

1.1 Le temps de l'étude :

Nous avons effectué notre recherche au sein de l'association culturelle activant dans la ville de Bejaia. Association pour la sauvegarde du patrimoine culturelle de la ville de Bejaia.

Notre étude a commencé à partir du **25 MAI** au **25 JUIN 2021**. Au niveau de l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia.

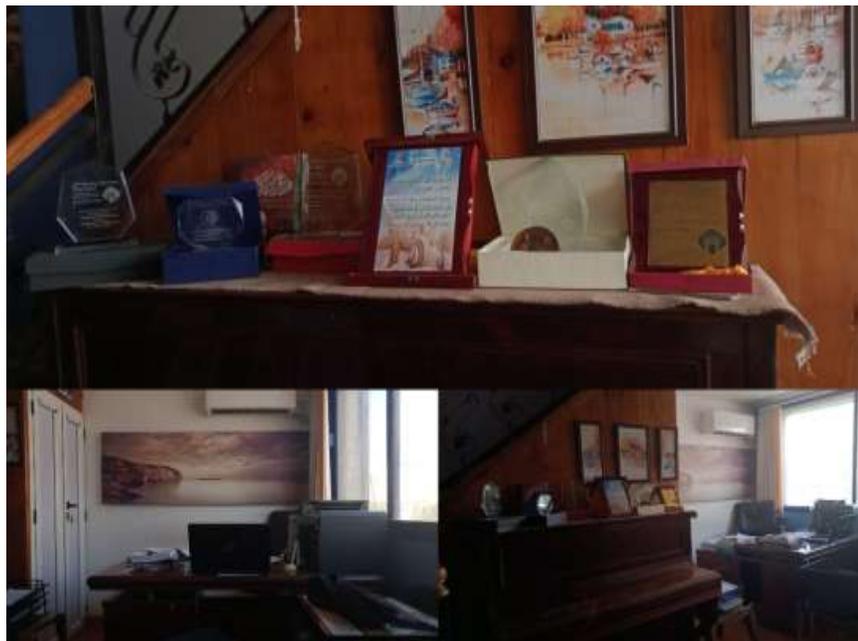
Nous avons récolté des données relatives au fonctionnement des associations, leurs missions, leur rôle principal, d'ailleurs nous avons effectué un échange enrichissant sur la création et l'histoire de la fondation de cette association avec le président de cette dernière dans le cadre de ce qui convient d'appeler le guide d'entretien dans la pré-enquête.

Ainsi que nous avons consacré notre travail de recherche à consulter la page Facebook de l'ASPCB, déterminé et délimiter notre échantillonnage de notre recherche ainsi qu'analyser les différentes publications relative à notre échantillonnage.

1.2 Description de lieu de l'étude :

L'organisme dans lequel nous avons effectué notre stage est : L'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia

Image N°20 : le bureau de l'association ASPCB



Source : Photos prise par nous

C'est une association à but non lucratif qui active dans le domaine culturel, créée le 21 août 1995, agrément n°159/95, par un groupe d'enseignants primaire et C.E.M. L'association dispose de neuf membres actifs qui s'occupent de la gestion de l'organisme de l'association, traçant comme objectif la valorisation et la sauvegarde de notre patrimoine.

Dans le cadre de sa mission d'intérêt général, l'association ASPCB, est soutenue par les autorités publiques et les partenaires associatifs, car le mouvement associatif constitue aujourd'hui un partenaire privilégié des pouvoirs publics, et un élément important de lien social. Ses actions sont basées sur les valeurs suivantes : Respect, Partage et dignité.

Figure N°09 : Les membres de l'association

جمعية محافظة وترقية التراث الثقافي لبلدية بجاية

أعضاء المكتب التنفيذي

المنتخب بتاريخ 2019/11/16

الوظيفة في الجمعية	الإسم و اللقب	الرقم	
رئيس	زهير بن تاصر	01	1979 42
الكتيب العام	عيسى صدار	02	1986 35
أمين المال	فارس ادرار	03	1992 30
نائب الرئيس الأول	محمد مرتاس	04	1944 77
نائب الرئيس الثاني	يحيى بن زين	05	1944 77
نائب الرئيس الثالث	علي تاقلميمت	06	1962 59
عضو	أحمد عيو	07	1991 17

Source : L'association ASPCB

Sa mission est la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, qui englobe aussi le patrimoine matériel et immatériel berbère, notamment les sites historiques naturels, le noyau historique de la ville (la Casbah de Bejaïa qui était délaissé, Bordj Moussa ainsi que les anciennes portes : Porte Sarrasine et Bab el Fouka), les arts traditionnels ainsi que les coutumes.

Elle a contribué à la célébration de divers évènements historique, à savoir, Yennayer, la journée de la femme...etc. Ainsi que l'organisation de différentes activités culturelles telles que, l'animation des conférences débats, des visites guidées...etc.

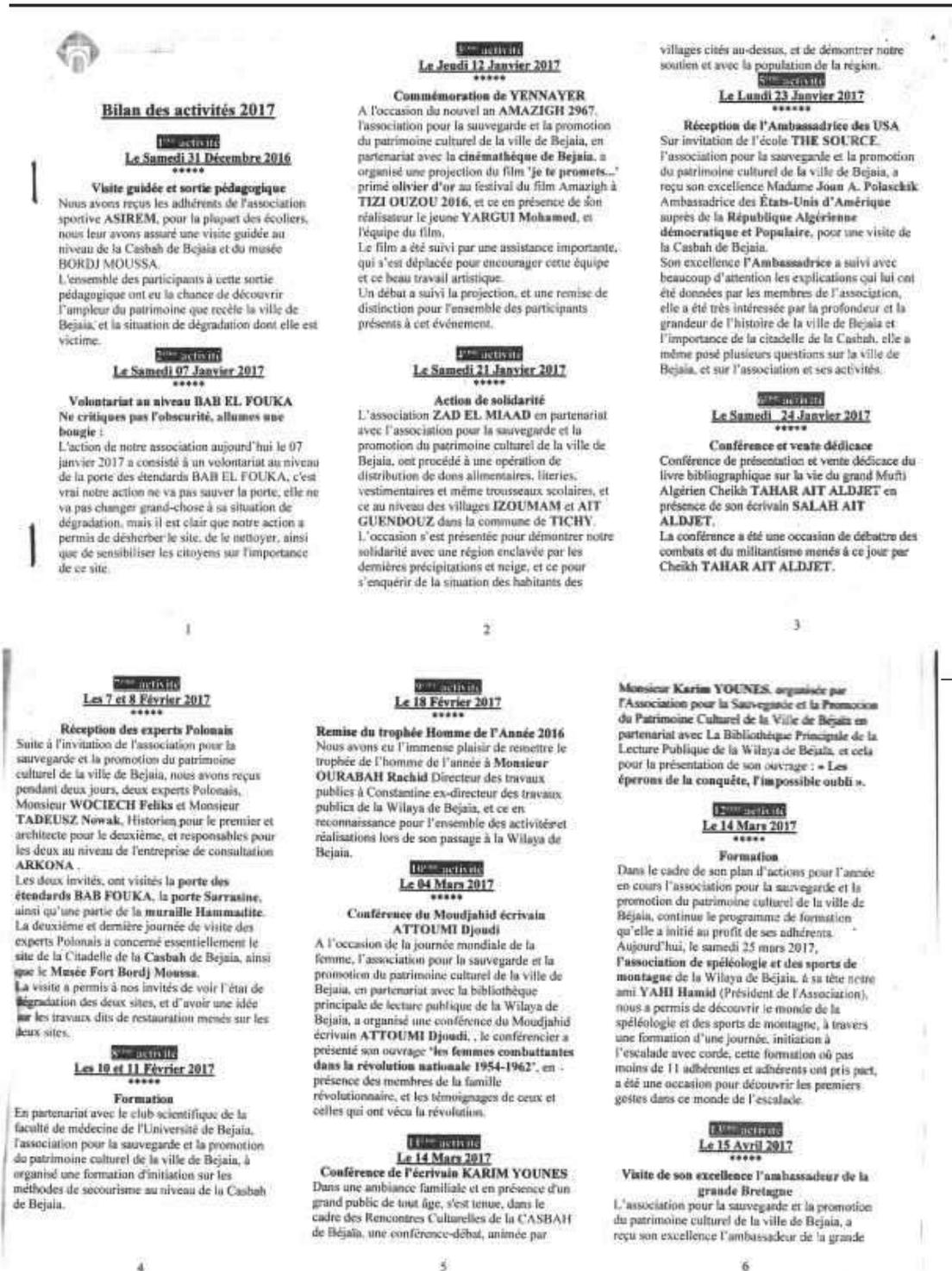
2. Les objectifs de l'association ASPCB :

- 1- La promotion et la sauvegarde du patrimoine Berbère matériel et immatériel et celui de Bejaia en particulier.
- 2- Fêter les cérémonies traditionnelles.
- 3- Organiser des rencontres culturelles et des expositions des habilles, objets, plats traditionnelles.
- 4- Transmettre la culture aux générations future via les RS.
- 5- Veiller sur les traditions et les coutumes.
- 6- La sauvegarde de la richesse naturelle.
- 7- La restauration des monuments et sites historiques.

8- Assurer un musée officiel dans la ville de Bejaia.

3. Le bilan des activités de l'association de l'année de 2017 :

Figure N°10 : Bilan d'activités de l'année 2017



Bretagne en Algérie Monsieur Andrew Noble, qui été accompagné de sa petite famille. Pour sa première journée la Casbah de Bejaia, Le Fort BORDJ MOUSSA et l'association AHBAB CHIKH SADEK LEBDJAOUL, que nous tenons à remercier pour la réception dont il a fait sujet avec une chorale d'élèves de l'école. Le Programme de deuxième journée a commencé par le recueillement de son excellence au cimetière des militaires Britanniques au niveau de la Commune OUED GHHR, en suite la visite du musée de l'eau et des sources d'eau ainsi que les moulins à eau au niveau de la commune de TOUDJA, enfin la visite de l'Aquehac au niveau d'IFRENE.

14^{ème} activité
Le 15 Avril 2017

Visite pédagogique de la grotte GUELDAMAN

Nous avons organisé une visite pédagogique au niveau de la grotte préhistorique de GUELDAMAN, dans la commune de BOUHAMZA.

Cette grotte qui regroupe un ensemble de grottes, recèle un patrimoine archéologique particulier très riche.

Sur place nous avons été reçus par le Docteur KHERBOUCHE Farid, chercheur au centre national de recherche préhistorique, anthropologique et en historique, et qui dirige depuis 2010 un groupe de recherche sur l'ensemble des grottes.

7

15^{ème} activité
Du 20 Avril au 18 Mai 2017

Journées portes ouvertes sur le musée BORDJ MOUSSA

Sous le patronage de Monsieur le Wali de la Wilaya de Bejaia, dans le cadre du mois du patrimoine, l'Office National de Gestion et d'Exploitation des Biens Culturels Protégés et notre association organisent, la 2ème édition des journées portes ouvertes sur le musée BORDJ MOUSSA, et ce du 22 Avril au 18 Mai 2017.

Avec un trophée spéciale pour l'association spéléologie et sports de montagnes de la Wilaya de Bejaia, en reconnaissance à sa découverte de pièces de monnaies ALMORVIDES dans une grotte à GOURAYA. La journée du samedi 13 mai 2017 avait été sans doute la plus importante des journées portes ouvertes sur le musée BORDJ MOUSSA, d'abord à travers la présentation des pièces de monnaie trouvées par l'association spéléologie et sport de montagne de Bejaia, les conférences du professeur DJERMOUNE HOCINE, des architectes KHIMA et ZERGUINI. La journée a été aussi marquée par la participation de l'association des amis de GOURAYA et l'association de sauvegarde du patrimoine de SIDI ALI MERZEGUEB de SEIDDOUK.

16^{ème} activité
18 Juin 2017

SIT-IN

Afin de dénoncer les travaux de terrassement entamés au niveau de l'extension de l'hôtel AZEMOUR au niveau des oliviers, un sit-in est

8

organisé pour dire non à la démolition de notre patrimoine. Le sit-in qui a été suivi par plusieurs citoyens, adhérents et associations, a eu pour résultat l'arrêt immédiat des travaux et convocation d'une commission de fouille d'Alger.

17^{ème} activité
22 Juillet 2017

Volontariat au niveau de BAB EL FOUKA

En partenariat avec l'association ARDH, et dans une ambiance familiale, s'est déroulé le volontariat de BAB EL FOUKA, un partenariat fructueux entre deux associations a démontré l'implication des citoyens, qui ont été nombreux à répondre à notre appel pour sauvegarder notre patrimoine et notre environnement.

18^{ème} activité
12 Aout 2017

Fidèle à ces engagements envers le patrimoine en particulier le patrimoine immatériel, l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, a soutenu l'association AHBAB ECHIKH SADEK LEBDJAOUL, et ce pour l'organisation de la première édition du festival DIKRAYATE CHEIKH SADEK EL BEDJAOUL.

Et ce à travers une visite guidée que nous avons assuré pour l'association pour la musique ANDALOUS CHEIKH MOHAMED BOUALI de Tlemcen, au niveau des sites et monuments historiques de la ville de Bejaia.

9

ociation, avons organisé une exposition au niveau de la place Patrice Lumumba. cérémonie d'ouverture a eu lieu le Samedi 22 avril 2017 à 10H00 au niveau du dit musée. la conférence sur le thème : "Histoire de Bejaia", a été animée par le Professeur hodirMADANI, Enseignant-Chercheur à Université Abderrahmane MIRA de Bejaia.

19^{ème} activité
20 Aout 2017

Vernissage du panneau Patrice Lumumba grâce à la contribution de l'association spéléologie et sports de montagnes de la Wilaya de Bejaia, nous avons installé un panneau commémoratif du martyr de la liberté en Afrique, réalisé par l'artiste KHOUDIRBOURHANE.

20^{ème} activité
02 Septembre 2017

Concours des cornes

A l'occasion de FAID El Adha, l'association pour la sauvegarde et la promotion patrimoine culturel de la ville de Bejaia, organise la 2ème édition du concours des cornes, et ce le samedi 02 septembre 2017 au niveau de la place IFRIIA partir de 13H. Le concours est ouvert aux enfants âgés de 05 à 15 ans.

21^{ème} activité
26 Septembre 2017

Visite de Monsieur le wali des sites et Monuments

Suite à la visite de Monsieur le Wali de la Wilaya de Bejaia, le mardi 26 septembre 2017, au niveau des projets du patrimoine au niveau de la ville, en

présence des membres de bureau de l'association, Messieurs Benacer Zahir, Guerrout Zahir et Seddar Aissa.

22^{ème} activité
29 Septembre 2017

Grand volontariat

En partenariat avec les associations ARDH et ELQODS, nous avons organisé un grand volontariat pour le désherbage de la façade maritime de la cashah, opération qui a permis de dévoiler une façade restée pendant des années méconnue des citoyens de la ville de Bejaia.

23^{ème} activité
13 Octobre 2017

Numérisation de la Porte FOUKA

A l'initiative d'un groupe d'architectes chercheurs gestionnaires d'un bureau d'étude "Géosean" amoureux du patrimoine Algérien et celui de la ville de Bejaia en particulier, l'association organise, une séance de travail à qui s'est étendue de 05h00 jusqu'à 12h00, et ce pour réaliser une modélisation numérique de la porte historique des étendards BAB EL FOUKA.

24^{ème} activité
24 Octobre 2017

Conférence-Débat

Le thème de la conférence organisée au niveau de la bibliothèque principale de lecture publique de la Wilaya de Bejaia : présentation des travaux d'un relevé numérique en 3D de la porte FOUKA. Les dits travaux de relevé réalisés par l'équipe d'architectes et chercheurs de "Géosean" et du

laboratoire de recherche de l'université de Selif. La conférence était animée par : Le professeur ZEGHILACHE HAMZA Monsieur HANNICHE ZAKARIA Madame ALLOUACHE NOUARA Monsieur GUENI OMAR.

25^{ème} activité
04 Novembre 2017

Visite des adhérents de l'association du salon international du livre à Alger.

26^{ème} activité
09 Décembre 2017

Opération de solidarité

En partenariat avec l'association ZAD EL MIAAD, l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, organise une opération de solidarité et distribution d'aide au niveau du village TIBOUALLAMINE dans la région de TIZI N'BERBER.

Le Secrétaire Général

SEDDAR

Seddar Aissa

Le Président



Benacer Zahir

12

4. Le plan d'activité de l'association pour l'année de 2018 :

Figure N°11 : Plan d'activité de l'année 2018



Source : l'association ASPCB

Section 02 : Analyse et présentation des données

1. La grille d'analyse globale de la page Facebook :

Support	Page Facebook et Site Web	Les personnes admins de la page
Age	La majorité des personnes ayant adhérer à la page sont des adultes dont une minorité ados	Entre 35 à 40 ans
Origines culturelles	Sont originaire berbère, d'autres ayant affiché un intérêt à la culture berbère	Bejaia
Centre d'intérêt	Patrimoine culturel de la wilaya de Bejaia	Promotion, valorisation et sauvegarde de la culture berbère
Partenaire social	On trouve que beaucoup dispose de certains adhérent qui sont acteurs pour le patrimoine culturel de Bejaia (Président de l'association et expert dans le domaine)	
Autres	Amateur	

2. Présentation des données relative à la page Facebook de l'ASPCB :

Tableau N°04 : Les données relatives à la description et l'identification de l'association ASPCB sur la page Facebook :

Les données d'identification	Oui		Non		Total	
	F	%	F	%	F	%
Adresse	0	0%	1	25%	1	25%
Téléphone	0	0%	1	25%	1	25%
Site web	1	25%	0	0%	1	25%
Pays de résidence	1	25%	0	0%	1	25%
Total	2	50%	2	50%	4	100%

Source : étude actuelle

Ce tableau ci-dessus représente les données relatives à la description générale de la page Facebook de l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia (A propos de la page). Cela représente l'espace communication qui sert à identifier et à contacter la page en cas de besoin, par exemple se renseigner sur un sujet, sur les expositions qui se font au niveau de la casbah ou bien vouloir participer à leurs activités.

D'après les résultats indiqués sur le tableau nous constatons que l'espace communication sur la page Facebook de l'ASPCB n'est pas complet, on voit que l'adresse de l'association n'est pas mentionnée sur leur page Facebook ainsi que le numéro de téléphone quant au pays de résidence qui représente un pourcentage de 25% et leur site web qui n'est plus disponible avec un pourcentage de 25%.

2.1. Les données de l'échantillon :

A. Les publications de la page Facebook de l'association ASPCB du 04 janvier au 27 Janvier 2019

Tableau N° 05: Les diverses publications du 04 janvier au 27 Janvier 2019

N°	Date	Heure	Nombre de publication	Source
1	04/01/2019	21 :36	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1500769080026662
2	10/01/2019	00 :11	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1506943436075893
3	11/01/2019	09 :49	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1508535995916637
4	12/01/2019	21 :58	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1510348855735351
5	13/01/2019	20 :56	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1511489242287979
6	16/01/2019	22:10	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1515196715250565
7	19/01/2019	21:00	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1518731621563741
8	20/01/2019	22:27	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1520128778090692
9	27/01/2019	20:39	1	https://www.facebook.com/bejaia.patrimoine/posts/1528459013924335

Source : étude actuelle

Ce tableau ci-dessus présente les données sur lesquelles nous allons faire une analyse ; ce sont les publications de la page Facebook de l'ASPCB du mois de janvier de l'année 2019. Ce tableau se découpe en cinq colonnes ; le nombre de page qui est 09, la date de chaque publication ainsi que le nombre et la source des publications c'est-à-dire le lien.

On remarque pendant ce mois que l'association n'est pas active sur la page Facebook. La majorité des publications sont publiés pendant la nuit, ce qui a diminué l'interaction des internautes car les usagers ne vont pas avoir la possibilité de voir les publications de cette dernière dès leur connexion à internet.

B. Les sujets traités des publications :

Tableau N°06 : Les divers sujets des publications du 04 janvier au 27 Janvier 2019

N°	Influence		Information		Accompagnement		Sensibilisation		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	11.11%	-	-	-	-	-	-	1	11.11%
2	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
3	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
4	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
5	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
6	-	-	-	-	-	-	1	11.11%	1	11.11%
7	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
8	-	-	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
9	-	-	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
Total	1	11.11%	5	55.55%	2	22.22%	1	11.11%	9	100%

Source : étude actuelle

Selon les données recueillies et d'après ce tableau, nous constatons que la population d'étude est répartie comme suit : l'échantillon est de l'ordre de **09 publications**, majoritairement de type « **information** » qui représente **55.55%**, suivi par un taux de **22.22%** de type « **accompagnement** », puis un taux de **11.11%** pour les deux publications de type « **influence** » et « **sensibilisation.**»

La page Facebook de l'ASPCB, traite des sujets relative au patrimoine berbère en particulier celui de la wilaya de Bejaia.

C. Le Tableau des attitudes :

Tableau N°07 : les attitudes des publications de la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 Janvier 2019

N°	Positif		Neutre		Négatif		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
2	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
3	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
4	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
5	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
6	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
7	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
8	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
9	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
Total	1	11.11%	0	0%	0	0%	9	100%

Source : étude actuelle

D'après ce tableau ci-dessus, nous constatons que toutes les publications portent une attitude positive. On souligne que 11.11% des publications de toute nature : influence, information, accompagnement et sensibilisation ont affirmées que l'attitude est positive, suivi par l'attitude neutre et négative avec un taux de 0% pour chacun.

Cela peut être expliqué comme suit : quelque soit la forme du message, l'essentiel la transmission soit simple, recevable et comprise et cela est affirmé par le 0% de négative.

Ces résultats montrent que l'attention positive de l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia est de changer les comportements et influencer ceux qui suivent leur page Facebook pour valoriser et sauvegarder le patrimoine matériel et immatériel de

la ville de Bejaia ainsi que de renforcer ses avantages pour développer son image et de créer le sentiment de confiance chez les internautes.

Tableau N°08 : Les attitudes d'influence sur la page Facebook de l'ASPCB

N°	Positif		Négatif		Neutre		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	100%	-	-	-	-	1	100%
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%

Source : étude actuelle

D'après les résultats nous remarquons que selon ce tableau toute l'attitude de l'influence partagée sur la page Facebook de l'ASPCB le 04 janvier 2019 est positive avec un pourcentage de 100%, la catégorie négative et neutre à un pourcentage de 00%.

Cela peut être expliqué comme suit : les données de l'attitude de l'influence sont positives, c'est une manière de persuader et d'influencer et d'agir sur les avis des publics afin de porter plus d'attention sur le sujet du patrimoine de la ville de Bejaia.

Tableau N°09 : Les attitudes de l'information sur la page Facebook de l'ASPCB

N°	Positif		Négatif		Neutre		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	1	20%	-	-	-	-	1	20%
3	1	20%	-	-	-	-	1	20%
4	1	20%	-	-	-	-	1	20%
5	1	20%	-	-	-	-	1	20%
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	1	20%	-	-	-	-	1	20%
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	5	100%	0	0	0	0	5	100%

Source : étude actuelle

D'après les résultats mentionnés dans le tableau ci-dessus, nous constatons que la catégorie positive représente un pourcentage de 100%, et par contre nous avons un pourcentage de 00% pour l'attitude négative et neutre.

Les données affirment que l'attitude de l'information est positive et cela confirme que la page de l'association est un moyen d'information avec lequel l'association essaye d'informer les citoyens à travers ses publications sur l'histoire et sur les différents site et monuments de la ville de Bejaia.

Tableau N°10 : Les attitudes de l'accompagnement sur la page Facebook de l'ASPCB

N°	Positif		Négatif		Neutre		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	1	50%	-	-	-	-	1	50%
9	1	50%	-	-	-	-	1	50%
Total	2	100%	0	0%	0	0%	2	100%

Source : étude actuelle

D'après ce tableau on constate que la catégorie positive qui se situe dans la première colonne de tableau représente un pourcentage de 100%, tandis que la catégorie négative représente un pourcentage de 00%.

L'association diffuse des invitations sur sa page Facebook pour visiter la casbah de la bille de Bejaia et le fort de bordj Moussa

Tableau N°11 : Les attitudes de la sensibilisation sur la page Facebook de l'ASPCB

N°	Positif		Négatif		Neutre		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	1	100%	-	-	-	-	1	100%
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%

Source : étude actuelle

Ce qui concerne l'attitude de sensibilisation, nous remarquons que la première catégorie de ce tableau représente un taux de 100%, tandis que les deux autres catégories représentent un taux de 00%.

Cela confirme que l'association à l'intention de sensibiliser les citoyens sur la question du patrimoine berbère matériel et immatériel à travers des conférences et des visites guidées, avec la présence de différents acteurs sociaux.

D. La valeur des publications :

Tableau N°12 : la valeur ajoutée des publications de la page Facebook de l'association ASPCB du 04 janvier au 27 Janvier 2019

N°	Reconnaissance		Conférences		Visites		Changement de comportements		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	11.11%	-	-	-	-	-	-	1	11.11%
2	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
3	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
4	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
5	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
6	-	-	-	-	-	-	1	11.11%	1	11.11%
7	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
8	-	-	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
9	-	-	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
Total	1	11.11%	5	55.55%	2	22.22%	1	11.11%	9	100%

Source : étude actuelle

D'après ce tableau on constate que la valeur ajoutée se diffère d'une publication à une autre. On voit que la colonne de conférence contient le pourcentage le plus élevé de 55.55%, Suivie de visites avec un taux de 22.22% et enfin reconnaissance et changement de comportement avec un taux de 11.11% pour chacun.

Tableau N°13 : la valeur ajoutée de l'influence sur la page Facebook ASPCB

N°	Reconnaissance		Conférences		Visites		Changement de comportements		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	100%	-	-	-	-	-	-	1	100%
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%

Source : étude actuelle

La publication publiée le 4 janvier 2019 par l'association ASPBC à travers sa page Facebook, en tenant de remercier Zahir GUERROUT pour son travail qu'il a réalisé au niveau de siège de l'association.

Ce tableau ci-dessus représente la valeur ajoutée d'influence, nous constatons que la première catégorie de ce tableau représente un taux de 100%

Tableau N°14 : la valeur ajoutée des informations sur la page Facebook de l'association ASPCB

N°	Reconnaissance		Conférences		Visites		Changement de comportements		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
3	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
4	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
5	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	5	100%

Source : étude actuelle

Ce tableau représente 05 publications publiées sur la page Facebook de l'association ASPCB du mois de janvier, dont la deuxième publication est publiée le 11 janvier 2019 à l'occasion de la célébration du nouvel an amazigh en une journée portes ouvertes sur le musée Bordj Moussa avec l'office de gestion des biens culturels protégés et dans la même occasion l'association organise la projection du film AYROUWEN du réalisateur Brahim TSAKI en partenariat avec l'association de Bejaia project'heurts.

La troisième publication est publiée le 11 janvier 2019 sous forme d'une conférence de RIGHI Khellaf pour parler sur l'histoire de Bordj Moussa le 12 janvier 2019 à l'occasion de yennayer 2969.

La quatrième publication est publiée le 12 janvier en annonçant un programme pour a journée de yennayer 2969.

La cinquième publication est publiée par l'association ASPBC le 13 janvier sous forme d'une invitation au lycée Technicom de la ville de Bejaia en organisant une conférence à l'ensemble des élèves de cet établissement sur le thème de l'évolution urbain de la ville de Bejaia

La septième publication représente l'inauguration du musée du nouveau musée de la commune de Bejaia avec la présence du chef cabinet du wali et le chef daïra de Bejaia et plusieurs vices présidents de commissions et élus et les ex maires de la wilaya de Bejaia.

Nous constatons d'après ce tableau que la valeur ajoutée de l'information, est d'un taux de 100% pour la conférence.

Tableau N°15 : la valeur ajoutée des accompagnements sur la page Facebook de l'association ASPCB

N°	Reconnaissance		Conférences		Visites		Changement de comportements		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	1	50%	-	-	1	50%
9	-	-	-	-	1	50%	-	-	1	50%
Total	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente la valeur ajoutée de l'accompagnement, nous constatons qu'un taux de 100% pour la visite, par les deux publications publiées par l'association ASPCB le 20 et le 27 janvier 2019

Celle du 20 janvier est sous forme d'une visite guidée de la casbah de Bejaia et du fort bordj moussa pour un groupe de directeurs régionaux de la banque CNEP.

La publication du 27 janvier 2019, c'est une visite guidée au bordj moussa et à la casbah de la ville de Bejaia au profit des enseignants universitaires.

Tableau N°16 : la valeur ajoutée des sensibilisations sur la page Facebook de l'association ASPCB

N°	Reconnaissance		Conférences		Visites		Changement de comportements		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	1	100%	1	100%
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente la valeur ajoutée de sensibilisation, nous constatons qu'un taux de 100% pour le changement de comportements. La sensibilisation des citoyens sur la question du patrimoine berbère de la ville de Bejaia contribue aux changements des comportements.

E. La forme des publications :

Tableau N°17 : La forme des publications de la page Facebook de l'association ASPCB du 04 janvier au 27 janvier

N°	Texte		Texte –image		Image		Vidéo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
2	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
3	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
4	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
5	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
6	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
7	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
8	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
9	-	-	1	11.11%	-	-	-	-	1	11.11%
Total	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	9	100%

Source : étude actuelle

Selon ce tableau, nous constatons que les publications publiées par l'association ASPCB du mois de janvier 2019, sont de nature texte-image qui sont de 9/9.

Il est intéressant d'accompagner le texte par une image ce qui apporte plus de sens et qui attire l'attention des internautes, aussi pour recevoir le message plus rapidement et clairement contrairement aux vidéos parce que cela nécessite une bonne connexion et un bon montage et elle peut être ennuyante pour certains des internautes.

Tableau N°18 : La forme de l'influence sur la page Facebook de l'association ASPCB

N°	Texte		Texte –image		Image		Vidéo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	1	100%	-	-	-	-	1	100%
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%

Source : étude actuelle

D'après les données de ce tableau, Nous remarquons que la forme de l'influence utilisée par l'association ASPCB afin d'influencer les citoyens en remerciant l'un de ses membres est la forme texte-image dans la publication publiée le 04 janvier 2019 est avec un taux de 100%.

Dans sa publication elle a montré ce que M. Guerrou fait comme travail au niveau du musée ainsi que tous les articles pris en photos et éléments historique du patrimoine berbère afin d'influencer ceux qui sont abonnés à la page pour visiter ce dernier et le découvrir.

Tableau N°19 : la forme de l'information sur la page FB de l'association ASPCB

N°	Texte		Texte –image		Image		Vidéo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
3	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
4	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
5	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	1	20%	-	-	-	-	1	20%
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	5	100%

Source : étude actuelle

D'après le tableau ci-dessus, on peut constater que l'association ASPCB a publiée 5 publications durant le mois de janvier 2019 (04/10/11/12/13/19 janvier 2019) à travers sa page Facebook sous forme d'information et dans la catégorie texte-image qui est représentée avec un taux de 100%, ce qui explique que l'association dans sa stratégie de diffusion elle accompagne toujours ses textes par une image pour bien expliquer et attirer plus l'attention des internautes ainsi de toucher une grande cible et surtout de les informer sur tout ce qu'elle produit.

Tableau N°20 : La forme de l'accompagnement sur la page Fb de l'ASPCB

N°	Texte		Texte -image		Image		Vidéo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	1	50%	-	-	-	-	1	50%
9	-	-	1	50%	-	-	-	-	1	50%
Total	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	2	100%

Source : étude actuelle

Ce tableau montre le multimédia de l'accompagnement, on remarque que toutes les publications sont publiées sous forme de texte-image, qui représentent un taux de 100%, et 0% pour les formes, texte, image et vidéos.

Les deux publications publiées par l'association ASPCB le 20 et le 27 janvier 2019 sur leur page Facebook sous forme de l'accompagnement sont des visites guidées au fort de bordj moussa et à la casbah de Bejaia, et cela montre les différentes personnes qui participent aux activités de l'association et qui portent de l'intérêt à découvrir les sites historiques et le patrimoine berbère matériel et immatériel de la ville de Bejaia.

Tableau N°21 : La forme de la sensibilisation sur la page Fb de l'ASPCB

N°	Texte		Texte –image		Image		Vidéo		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	1	100%	-	-	-	-	1	100%
7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%

Source : étude actuelle

Selon ce tableau, toutes les publications de la sensibilisation publiées à travers la page Facebook de l'association ASPCB sont sous forme texte-image avec un pourcentage de 100%

Ce tableau représente la publication de 16 janvier 2019, sous forme d'une conférence organisé au lycée Technicom de la ville de Bejaia afin de sensibiliser les élèves sur l'importance et la valeur du patrimoine Berbère matériel et immatériel.

La publication contient un texte descriptif illustré par les images prises par l'association des élèves concentrés et écoutent l'animateur de la conférence qui est le directeur de l'association qui prend les initiatives afin de transmettre et sauvegarde le patrimoine berbère de la ville de Bejaia.

F. La langue des publications sur la page Facebook

Le tableau N°22 : Langue des publications de la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 janvier 2019

N°	Tamazight		Français		Arabe		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
2	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
3	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
4	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
5	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
6	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
7	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
8	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
9	-	-	1	11.11%	-	-	1	11.11%
Total	0	0%	9	100%	0	0%	9	100%

Source : étude actuelle

Ce tableau représente les langues des publications diffusées sur la page Facebook de l'ASPCB qui consiste à calculer les pourcentages des langues utilisées dans cette dernière, afin de voir la langue la plus utilisée. Nous constatons que la langue Française est la seule langue utilisée avec un taux de 100%.

L'association ASPCB, partage des publications avec une langue qui n'est pas parlée et comprise par tous les citoyens. Avec cette stratégie l'association ne touche pas une grande cible.

Mettre en place la stratégie de multiple langue telle que le kabyle ou l'arabe qui est compris par la majorité de la population, est un élément important pour la création de l'interactivité.

Tableau N°23 : la langue de l'influence sur la page Facebook de l'ASPCB

N°	Tamazight		Français		Arabe		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	1	100%	-	-	1	100%
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente la langue de l'influence publiée le 04 janvier 2019, une publication où il figure un membre important de l'association ASPCB.

D'après ces résultats, nous constatons que la langue utilisée est bien le Français et cela est indiqué dans le tableau avec un pourcentage de 100%.

Tableau N°24 : la langue de l'information de la page Facebook de l'ASPCB

N°	Tamazight		Français		Arabe		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	1	20%	-	-	1	20%
3	-	-	1	20%	-	-	1	20%
4	-	-	1	20%	-	-	1	20%
5	-	-	1	20%	-	-	1	20%
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	1	20%	-	-	1	20%
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	5	100%	0	0%	5	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente la langue de l'information publiée le 10, 11, 12,13 et le 19 janvier 2019 sont des publications en langue françaises et cela est indiqué dans le tableau avec un pourcentage de 100%.

Tableau N°25 : La langue de l'accompagnement de la page Facebook de l'ASPCB

N°	Tamazight		Français		Arabe		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	1	50%	-	-	1	50%
9	-	-	1	50%	-	-	1	50%
Total	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente la langue de l'accompagnement publiée le 19 et le 20 janvier 2019, c'était des visites guidées avec différentes personnalités qu'on a cité déjà et cela au niveau de la casbah et au fort Bordj Moussa.

D'après ces résultats, nous constatons que la langue utilisée est bien le Français et cela est indiqué dans le tableau avec un pourcentage de 100%.

Tableau N°26 : la langue de la sensibilisation de la page Facebook de l'ASPCB

N°	Tamazight		Français		Arabe		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	1	100%	-	-	1	100%
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente la langue de sensibilisation publiée le 16 janvier 2019 qui a eu lieu au lycée Technicom de Bejaia afin de sensibiliser les jeunes lycéens sur la sauvegarde et la valorisation du patrimoine berbère de la ville de Bejaia.

D'après ces résultats, nous constatons que la langue utilisée est bien le Français et cela est indiqué dans le tableau avec un pourcentage de 100%.

G. L'interactivité des publications

Tableau N°27 : L'interactivité des publications sur la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 Janvier 2019

N°	Mention j'aime		Commentaire		Partager		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	65	14,94%	7	1,60%	10	2,29%	82	18,83%
2	23	5,28%	-	-	13	2,98%	36	8,26%
3	8	1,83%	-	-	6	1,37%	14	3,2%
4	38	8,73%	1	0,22%	7	1,60%	46	10,55%
5	41	9,42%	3	0,68	6	1,37%	50	11,47%
6	20	4,59%	3	0,68%	4	0,91%	27	6,18%
7	67	15,40%	13	2,98%	33	7,58%%	113	25,96%
8	19	4,36%	-	-	3	0,68%	22	5,04%
9	34	7,81%	4	0,91%	7	1,60%	45	10,32%
Total	315	72,36%	31	7,07%	89	20,38%	435	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente l'interactivité de différentes publication sur la page Facebook de l'ASPCB, on remarque à travers ce dernier que les internautes réagissent, avec mention avec un pourcentage de 72.36% suivi du commentaire avec 7.07% et en dernier lieu le partage 20.38%.

On peut expliquer ce tableau qu'il y a une interactivité pas assez forte entre les citoyens et l'association ASPCB, nous constatons que y a des publications telle que l'information importante a l'occasion de nouvel an publiée le 10 janvier 2019 à minuit où on ne trouve aucun commentaire, cela peut être expliqué que la majorité des internautes ne sont pas actifs à une heure pareille donc le choix de l'heure de diffusion est important, mais également nous constatons que y a un nombre important des mentions sur les publications partagées sur la page, quant aux partage et les commentaires ont un pourcentage faible.

Tableau N°28 : L'interactivité de l'influence de la page Facebook de l'ASPCB

N°	Mention j'aime		Commentaire		Partager		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	65	79,26%	7	8,53%	10	12,19%	82	100%
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	65	79,26%	7	8,53%	10	12,19%	82	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente l'interactivité de l'influence, nous constatons qu'un taux de 79.26% pour les mentions, suivi par commentaire avec un taux de 8.53% et enfin 12.19% de partage.

Pour l'interactivité de l'influence qui représente la publication partagée le 04 janvier 2019 où il figure le gardien et le guide touristique M. Guerrout qui a une bonne réputation auprès des visiteurs et les citoyens de la ville de Bejaia, qui sont influencés et satisfaits par son travail au niveau du musée et les services qui accomplis pour la sauvegarde et la préservation du patrimoine berbère matériel et immatériel et cela on l'a constaté dans les commentaires.

Tableau N°29 : L'interactivité de l'information de la page Facebook de l'ASPCB

N°	Mention j'aime		Commentaire		Partager		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	23	8,88%	-	-	13	5,01%	36	13,89%
3	8	3,08%	-	-	6	2,31%	14	5,39%
4	38	14,67%	1	0,38%	7	2,70%	46	17,75%
5	41	15,83%	3	1,15%	6	2,31%	50	19,29%
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	67	25,86%	13	5,01%	33	12,74%	113	43,61%
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	177	68,32%	17	6,54%	65	25,07%	259*	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente l'interactivité de l'information publiée sur la page Facebook de l'ASPCB, nous constatons qu'un taux de 68,32% pour les mentions, en deuxième position on trouve les commentaires avec un taux de 6.54% suivi le pourcentage 25.07% de partage.

D'après les résultats obtenus, nous constatons que les citoyens interagissent aux publications qui les informent à titre d'exemple, l'information publiée le 19 janvier 2019, le jour où l'association inaugure le musée de la casbah de Bejaia au niveau des anciens locaux situé en bas de la place de premier novembre ex place Gueydon avec la présence de différentes personnalités telle que les walis, chef cabinet du Wali de la wilaya de Bejaia, du chef Daïra de Bejaia, de plusieurs vices Président, président de commissions et élus.

La lecture des chiffres indique que il y une interactivité concrète entre l'association et les personnes abonnées à la page Facebook, les citoyens utilise cette page comme moyen d'information en ce qui concerne le patrimoine de la ville de Bejaia.

*le nombre élevé de l'effectif est dû à la multiplicité des interactivités de l'information.

Tableau N°30 : L'interactivité de l'accompagnement de la page Facebook de l'ASPCB

N°	Mention j'aime		Commentaire		Partager		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	19	28,35%	-	-	3	4,47%	22	32,82%
9	34	50,74%	4	5,97%	7	10,44%	45	67,15%
Total	53	79,09%	4	5,97%	10	14,91%	67	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente l'interactivité de l'accompagnement, nous constatons qu'un taux de 79.09% pour les mentions, suivi par commentaire avec un taux de 5.97% et enfin 14.91% de partage.

Pour l'interactivité de l'accompagnement qui représente deux publications partagées sur la page Facebook de l'association :

La première publication publiée le 20 janvier 2019 ; une visite guidée au niveau de la casbah et le fort Bordj Moussa à la sollicitation de la direction de la banque CNEP et la deuxième vite a été publiée le 27 janvier 2019, c'est une visite guidée au profit de deux enseignants l'un est français et l'autre est helvétique.

Nous constatons que les étrangers portent un intérêt sur le patrimoine berbère et cela est indiqué dans les visites guidées assurées par l'association ainsi que le pourcentage de l'interactivité de l'accompagnement.

Tableau N°31 : L'interactivité de la sensibilisation de la page Facebook de l'ASPCB

N°	Mention j'aime		Commentaire		Partager		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	20	74,07%	3	11,11%	4	14,81%	27	100%
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	20	74,07%	3	11,11%	4	14,81%	27	100%

Source : étude actuelle

Le tableau ci-dessus représente l'interactivité de sensibilisation publiée le 16 janvier 2019, est une conférence animée au niveau de lycée Technicom de la ville de Bejaia dans le but de sensibiliser les jeunes et la jeune génération sur le sujet de la sauvegarde et la valorisation du patrimoine berbère matériel et immatériel.

D'après ces résultats, nous constatons qu'un taux d'interactivité est de 74.07% pour les mentions, suivi par commentaire avec un taux de 11.11% et en dernier lieu 14.81% de partage. On voit que les citoyens sont satisfaits de cette initiative, le fait sensibiliser les jeunes et partager les sujets du patrimoine berbère dans les établissements scolaires.

H. Les acteurs qui ont participé aux activités de l'association ASPCB

Tableau N°32 : les acteurs apparus dans les publications de la page Facebook de l'ASPCB du 04 janvier au 27 janvier 2019

N°	Pouvoir public		Enseignants		Elèves		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-
4	-	-	1	16.66%	-	-	-	16.66%
5	-	-	-	-	1	16.66%	-	16.66%
6	-	-	-	-	1	16.66%	-	16.66%
7	1	16.66%	-	-	-	-	-	16.66%
8	1	16.66%	-	-	-	-	-	16.66%
9	-	-	1	16.66%	-	-	-	16.66%
Total	2	33.32%	2	33.32%	2	33.32%	0	100%

Source : étude actuelle

Ce tableau représente les 06 publications publiées durant le mois de janvier 2019 (12/13/16/19/2027) avec la présence de plusieurs acteurs : le wali et vice présidents de commissions et élus et les ex maires de Bejaia, et deux enseignants l'un est français et l'autre est helvétique, directeur de la banque CNEP suivi avec des élèves des lycées de Bejaia avec un pourcentage de 33.32%.

On constate que la présence des pouvoir publics, enseignants et élèves représente le travail de collaboration avec l'association.

2.2. Les indicateurs de l'approche théorique :

Tableau N°33 : les indicateurs de l'approche théorique adoptée dans notre recherche selon l'analyse des publications de la page Facebook de l'ASPCB

Indicateurs	L'élément relatif à l'analyse de contenu	Explication
Influence	L'association publie des publications afin d'influencer les internautes et ceux qui suivent sa page Facebook. Telle que la publication du 04 janvier 2021 dont l'association remercie l'un de ces membres pour son travail. Et dans toutes les catégories de cette publication on voit que y a de l'interactivité, y a de la reconnaissance envers le gardien du musée et le guide touristique de cette association ainsi que l'attitude positive.	L'influence au niveau de l'ASPCB se fait à travers les publications partagées sur la sa page, et cela par : Montrer et susciter la curiosité des internautes et les suiveurs de la page Facebook de l'ASPCB sur la question du patrimoine berbère, et cela est indiqué dans le tableau d'interactive de la publication publiée le 04 janvier 2019, où il figure l'un des acteurs de l'association qui travaille au musée et qui engage dans la promotion du patrimoine berbère matériel et immatériel de la ville de Bejaia, on comprend a partir de la que l'objectif de l'association est de changer le comportement des internautes via un travail d'influence.
	L'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia partage des publications	L'information au sein de l'association ASPCB, se fait

Information	<p>à titre informatives tels que des affiches comme celles publiées le 10/11 janvier 2019, qui portent le logo de l'association, les couleurs, une photo du fort Bordj Moussa, des dessins berbères ainsi que le programme de la journée : conférence, exposition, visite guidée.</p> <p>Et cela nous l'avons constaté dans l'analyse des publications informatives publiées le 10/11/12/13 et le 19 janvier 2019 où nous remarquons qu'il y a de l'interactivité entre les internautes et l'association à travers les commentaires, les mentions et le partage ainsi que les attitudes positives qu'elles portent.</p>	<p>par :</p> <p>Des journées de sensibilisation, des visites guidées en invitant de différentes personnalités, comme des enseignants étrangers comme des maîtres de conférences ainsi que les enseignants universitaires tels que le Français et l'helvétique, ouvrir des débats, leur faire découvrir le patrimoine berbère matériel et immatériel de Bejaia ainsi que les monuments et les sites historiques de la ville de Bejaia. ...) ainsi qu'informer les citoyens sur les différents rendez-vous des conférences afin qu'ils participent et assistent aux expositions au niveau du musée, des visites guidées, des journées portes ouvertes par rapport au sujet du patrimoine berbère et sa sauvegarde comme celui du fort Bordj Moussa et de la casbah *</p>
	<p>L'APSCB partage des publications à titre d'accompagnement et cela nous l'avons constaté dans notre analyse des publications dans sa page Facebook publiées le 20/27</p>	<p>L'accompagnement au niveau de l'APSCB, se fait via le Facebook par la sollicité des acteurs sociaux ou étrangers à participer aux activités de l'association, aux conférences, aux visites</p>

<p style="text-align: center;">Accompagnement</p>	<p>janvier 2019 ce sont des visites guidées en présence du la direction de la CNEP ainsi que les deux enseignants étrangers.</p> <p>On a constaté que ces publications ont une positive attitude ainsi que de l'interactivité</p>	<p>guidées, aux expositions. L'accompagnement du patrimoine berbère se faire par des expositions de tout ce qui est en relation avec, tel que les plats traditionnels, des expositions des bijoux, des habiles traditionnels, de la poterie au niveau du musée et à la casbah de Bejaia dans le but de faire connaitre le patrimoine berbère et impliquer les citoyens à le sauvegarder et à le préserver.</p>
<p style="text-align: center;">Sensibilisation</p>	<p>L'ASPCB partage des conférences via le Facebook animées au sein des lycées telles que le lycée Technicom le 13 janvier 2019 ainsi que le lycée Ibn Sina de Bejaia le 16 janvier où elle a partagé les photos prises en ce jour afin de sensibiliser les citoyens sur l'importance de la transmission de l'histoire de la ville de Bejaia aux jeunes ainsi qu'aux citoyens en général.</p> <p>On a constaté qu'il y a un fort pourcentage dans l'interactivité des publications qui sensibilisent, ce qui prouvent que les citoyens attendent de l'ASPCB plus ce</p>	<p>La sensibilisation au sein de l'association se fait par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des activités culturelles telles que les expositions des plats, habiles berbère traditionnelles au niveau de la Casbah de Bejaia. - Des visites guidées aux monuments et sites historiques de la ville de Bejaia comme le fort de Bordj Moussa, les portes anciennes, la Casbah de Bejaia, le musée. - Des conférences sur la question d'évolution urbaine de la wilaya de Bejaia, sur la sauvegarde du

	genre d'initiatives, ce qui seront bénéfiques pour les jeunes enfants mais pour la ville de Bejaia entière car cela pousse les citoyens a s'intéresser encore plus à l'histoire de Bejaia ainsi que protéger et préserver le patrimoine berbère de la ville.	patrimoine berbère matériel et immatériel au niveau du siège de l'ASPCB, dans les établissements scolaires.
--	--	---

Ce tableau présente les indicateurs de l'approche théorique adoptée dans notre recherche « la communication engageante » selon l'analyse des publications partagées sur la page Facebook de l'association ASPCB du 04 janvier au 27 janvier 2019. Ces réponses vont nous servir pour la vérification des hypothèses.

3. Discussion des résultats :

A travers les résultats d'analyse des publications partagées sur la page Facebook, de l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, du 04 janvier au 27 janvier 2019 nous avons pu répondre à notre problématique et nos hypothèses.

D'après les données recueillis nous avons constaté que l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia accorde une importance à la communication où elle fait recours aux réseaux sociaux qui se limitent à une page Facebook comme un moyen de communication, un moyen pour transmettre le patrimoine berbère, pour inciter et impliquer les citoyens à le sauvegarder notamment le patrimoine berbère matériel et immatériel de la ville de Bejaia.

L'ASPCB est peu active sur ce dernier et on peut le constater dans les heures de partages, généralement elle publie tard le soir ainsi qu'une seule publication dans chaque trois jours ou plus cela peut expliquer que la page Facebook est géré par une seule personne, mais malgré cela l'association arrive tout de même à assurer une bonne circulation de l'information.

Les réseaux sociaux, Facebook en particulier contribue effectivement à la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel par des publications de différents sujets : d'influence, d'information, d'accompagnement et de sensibilisation.

- **Influence :** Cela se fait à travers les publications qui provoquent la curiosité des internautes et des citoyens sur la question du patrimoine berbère matériel et immatériel, on a constaté que l'ASPCB a utilisé l'un de ces membres afin de montrer son travail sur le patrimoine et de le remercier, on souligne sur cette publication publiée le 04 janvier 2019 que l'association a su créer de bonnes relations avec ses différents publics, et elle acquiert une bonne image en le constatant dans le pourcentage de l'interactivité et dans l'attitude positive où certains adhérents demandent et posent des questions relatives aux activités de l'association et remercient son président et ses membres pour leurs initiatives et le travail qu'ils fournissent pour sauvegarder et valoriser le patrimoine berbère matériel et immatériel.
- **Information :** Ce sont des publications qui ont l'objectif d'informer les internautes et les abonnés de la page de différents rendez-vous des activités de l'ASPCB où elle informe les citoyens et les différents acteurs de la société (l'office des gestions des biens culturels, des associations culturelles, des enseignants...) par des affiches afin qu'ils participent et assistent aux conférences, aux expositions au niveau du musée, des visites guidées, des journées portes ouvertes par rapport au sujet du patrimoine berbère et sa sauvegarde comme celui du fort Bordj Moussa et de la casbah et cela est indiqué dans les publications publiées le 10/11/12/13 et 19 janvier 2019.
- **Accompagnement :** L'association contribue dans l'accompagnement du patrimoine berbère matériel et immatériel de la ville de Bejaia par des invitations en sollicitant de différents acteurs de la société comme le directeur de la banque CNEP le 27 janvier 2019, voir même des étrangers tels que l'enseignant Français et l'enseignant helvétique le 20 janvier 2019 aux visites guidées au niveau des sites historiques de la ville de Bejaia (La casbah, Bordj Moussa) dans le but de faire connaître le patrimoine berbère de la ville de Bejaia.
- **Sensibilisation :** La sensibilisation par l'ASPCB via le Facebook se fait par le partage des conférences animées au sein des lycées tels que le lycée Technicom le 13 janvier

2019 ainsi que le lycée Ibn Sina de Bejaia le 16 janvier où elle a partagé les photos prises en ce jour afin de sensibiliser les citoyens sur l'importance de la transmission de l'histoire de la ville de Bejaia, son évolution urbaine ainsi que de le faire connaître et découvrir le patrimoine berbère matériel et immatériel aux jeunes. On a constaté qu'il y a un fort pourcentage dans l'interactivité de ces deux publications, ce qui prouve que les citoyens attendent de l'ASPCB plus ce genre d'initiatives, ce qui sera bénéfique pour les jeunes enfants mais pour la ville de Bejaia entière car cela pousse les citoyens à s'intéresser encore plus à l'histoire de Bejaia et sur le patrimoine berbère immatériel et matériel ainsi que sa sauvegarde et assurer sa préservation.

On peut déduire que l'association oriente vers l'usage des réseaux sociaux, Facebook en particulier pour renforcer sa présence, atteindre un grand public et de faire connaître le patrimoine ainsi que l'histoire de Bejaia ; aussi car le Facebook contribue à la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel par l'échange, l'interactivité et la diffusion des informations relatives au patrimoine berbère.

4. Vérification des hypothèses :

A partir de notre étude et selon les résultats obtenus par l'analyse de contenu que nous avons réalisé sur la page Facebook de l'association sur le thème « l'impacte de l'usage des réseaux sociaux dans la sauvegarde du patrimoine Berbère matériel et immatériel », les informations suivantes sont recueillies :

Concernant la première hypothèse qui est : **« L'usage des réseaux sociaux par le mouvement associatif contribue effectivement à la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel. »**

On se référant aux données du tableau N° 05 les publications du mois de janvier 2019 sont éditées sur la page Facebook de l'association sous forme d'influence, information, accompagnement, sensibilisation, et qui sont relatives au patrimoine Berbère matériel et immatériel en particulier celui de Bejaia. D'après ce tableau on remarque que l'association diffuse des contenus informatifs et en organisant des conférences avec la présence de plusieurs

acteurs sociaux, ainsi des journées portes ouvertes en invitant les différents citoyens de découvrir le patrimoine de la ville de Bejaia et de les sensibiliser sur sa sauvegarde.

Et Selon le tableau N° 06 qui nous a confirmé par le taux élevé de **100%** que toutes les 09 publications publiées du 04 jusqu'au 27 janvier 2019 portent une attitude positive, a partir de cela nous avons constaté que la page Facebook de l'association ASPCB est un moyen efficace pour la valorisation et la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel.

À travers les résultats obtenus, on est arrivé à confirmer notre première hypothèse.

Deuxième hypothèse : « **La page Facebook de l'association (ASPCB) contribue à l'interactivité entre l'association et les internautes sur la question de la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel.** »

Le tableau N°31 représente les réactions des internautes vis-à-vis les publications sur la page Facebook de l'association ASPCB du mois de janvier 2019 sous forme de mentions avec un pourcentage de 72,36 et des commentaires avec un pourcentage de 7,07, suivi des partages avec un pourcentage de 20,38, le taux des mentions est plus élevé par rapport à celui des commentaires et des partages.

C'est-à-dire les suiveurs de la page Facebook de l'association réagissent à certaines publications et cela est mentionné sur **les tableaux N°32, 33, 34,35** où on constate que les internautes réagissent beaucoup plus aux publications à caractère informatifs.

À partir des résultats obtenus nous pouvons dire que notre deuxième hypothèse est confirmée partiellement, le degré de l'interactivité n'est pas assez fort car dans certaines publications l'interactivité elle est faible, et cela est dû aux heures tardives auxquelles la page diffuse ses publications et la majorité des internautes ne sont pas connectés à une heure pareille, donc le choix du bon temps de partage est un facteur important pour obtenir plus d'interactivité. C'est-à-dire poster fréquemment et plusieurs fois par jour, en variant les sujets de publication.

Les tableaux N° 05/10/15 nous aide de vérifier la troisième hypothèse : « **Le partage des activités de l'association ASPCB sur sa page Facebook contribue à la sensibilisation des citoyens sur la question de la sauvegarde du patrimoine en particulier le patrimoine berbère de la ville de Bejaia.**»

Après l'analyse des résultats de ces tableaux on a pu déduire un taux de **100%** de l'attitude positive de la sensibilisation ce qui est mentionnée sur **le tableau N°10**, ainsi le **tableau N° 05** : « Les divers sujets des publications sur la page Facebook de l'association ASPCB », ce qui nous montre que **11.11%** de publications sur la page Facebook de l'association diffusées des messages de sensibilisation.

Et **le tableau N°15** qui nous montre la nature des sujets traités des publications à travers la page Facebook sous formes de conférences avec la présence de plusieurs acteurs afin de faire connaitre, de sensibiliser et de changer des comportements des citoyens sur la valeur du patrimoine de la ville de Bejaia.

A la lumière des résultats obtenus par la technique de l'analyse de contenu il est possible de confirmer la contribution de la page Facebook de l'association ASPCB à la sensibilisation des internautes sur l'importance de la sauvegarde du patrimoine Berbère matériel et immatériel. Donc d'après cette analyse nous pouvons dire que la troisième hypothèse est confirmée.

Conclusion

Conclusion

Nous avons fait notre étude dans une association culturelle à Bejaia ; l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia. Cette étude nous a permis de répondre à notre question principale : « Quel est l'impact des réseaux sociaux dans la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel ? »

Aujourd'hui les réseaux sociaux permettent aux associations de renforcer leur engagement, et d'interagir sur divers sujets. Comme Facebook, qui est devenu un facteur important de transmission à grande échelle, de sensibilisation et de sauvegarde du patrimoine berbère aux futures générations, est un outil efficace qu'il soit apte à divertir le public, à l'éduquer, à l'informer et enfin à le cultiver.

Nous tenons à dire que l'association ASPCB est un organisme qui touche un public à travers ses activités et son engagement au sein de la société et ses différents services en raison de l'impact des réseaux sociaux qu'elle utilise dans la diffusion. L'impact de réseau social Facebook est visible sur la question du patrimoine berbère matériel et immatériel qui est considéré comme un pilier de la ville de Bejaia, ce dernier permet à tous d'accéder aux informations relatives au patrimoine berbère matériel et immatériel, et suscite la curiosité des internautes, les influence et les sensibilise, ce qui pousse les abonnés de la page Facebook de l'ASPCB et les citoyens en général à s'intéresser à la sauvegarde de ce qui leur appartient : le patrimoine berbère.

Le patrimoine berbère matériel et immatériel reflète l'identité et l'histoire d'un peuple, et il occupe une place majeure dans la vie quotidienne, c'est pour cela il est nécessaire d'informer les citoyens, de les sensibiliser ainsi que de les influencer à valoriser l'histoire berbère et renforcer le sentiment de vivre son patrimoine.

Concernant la 1^{ère} question secondaire : « Le contenu des publications partagées sur la page Facebook de l'association ASPCB contribue-t-elle à la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel ? »

L'association vise à défendre le patrimoine berbère matériel et immatériel en particulier celui de Bejaia et il est important de partager ça avec les citoyens pour sauvegarder et valoriser notre patrimoine. Le patrimoine berbère constitue un élément fondateur dans l'histoire, est un facteur de cohésion sociale qui permet de s'unir donc il est nécessaire de le faire connaître, de le faire revivre, au sein de la société.

Et pour la deuxième question secondaire : « Quel est le degré de l'interactivité des publications publiées sur la page Facebook de l'ASPCB entre l'association et les internautes sur la question du patrimoine berbère matériel et immatériel? »

Le Facebook est un canal de dialogue et d'échange entre l'association et les internautes, il existe une interactivité considérable entre les deux partis, les suiveurs de la page Facebook de l'ASPCB répondent et attendent encore plus de l'association ASPCB.

La page Facebook est un moyen de partage, de rapprochement et sert à améliorer les relations entre l'association et les différents publics. Cette interactivité réside sur le degré de mention des internautes que ce soit, des j'aime, commentaires ou partages, cette interactivité entre l'association et les abonnés de sa page résume sur l'usage des RS, Facebook en particulier par l'importance que donnent les citoyens sur la question du patrimoine berbère matériel et immatériel.

Il convient de noter que l'association ne suit pas un programme de diffusion, et surtout elle est peu active et cela est remarquable dans la faible interactivité dans certaines publications ce qui démotive les abonnés et cela est constatable dans le nombre d'abonnés qui diminue dans la page de l'association ASPCB.

En ce qui concerne la 3ème question secondaire : « Est-ce que les activités de l'association ASPCB publiées sur sa page Facebook contribue-t-elles à la sensibilisation des citoyens sur la question de la sauvegarde du patrimoine en particulier le patrimoine berbère de la ville de Bejaia? »

La sauvegarde et la préservation du patrimoine nécessite une continuité, et les réseaux sociaux permettent de transmettre le patrimoine berbère à grand échelle mais pas que ! C'est

aussi de sensibiliser notre génération et les générations plus jeunes à participer aux actions de la sauvegarde, et qu'il est possible de consolider l'ancienneté et modernité, notre patrimoine il ne doit pas faire seulement l'objet de préservation mais il doit être évolué et enrichi avec de nouvelles idées car il doit être inscrit dans le présent et le futur.

En ce qui concerne nos hypothèses, d'après l'analyse et les résultats obtenus, elles ont été confirmées. Nous avons constaté qu'en effet l'association pour la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaia fait recours aux réseaux sociaux en particulier Facebook afin de transmettre la culture berbère et de valoriser et sauvegarder le patrimoine de la ville de Bejaia.

On résume que les réseaux sociaux sont devenu un média et un moyen primordiale dans la diffusion de la culture et du patrimoine, comme la diffusion de l'association ASPCB ses activités, des retours de conférences, des expositions, des visites guidées au sein de la casbah de Bejaia, au Bordj moussa, au musée

Ouvrir le champ à d'autres études qui peuvent être réalisées sur le rôle des réseaux sociaux dans la promotion de la culture berbère surtout avec les réseaux sociaux utilisées par la chaîne de télévision **Berbère TV** ou bien la page Instagram **histoire.amazigh** (pour le public algérien dans l'étranger).

Liste bibliographique

Liste bibliographique :

A- Les ouvrages :

- 1) Jean-Eric Pelet, Jérémy Lucas-Boursier, Aide mémoire, **Communication digitale**, Dunod, 2017.
- 2) Aissa Merah, Michèle Gellereau et Nabila Aldjia Bouchaala, **Reconfiguration des expressions et des pratiques culturelles à l'ère du numérique en méditerranées**, L'Harmattan, Paris, 2017.
- 3) Maurice ANGERS **initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines**, édition Casbah, université, 1996.
- 4) Gordon MACE et François PETRY, **guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales**, 3e édition de Boeck, Laval, 2000.
- 5) Madeleine Grawitz, **Lexique des sciences sociales**, édition DALLOZ, 2004,
- 6) Yazid CHIR, **les réseaux sociaux numériques d'entreprise**, état des lieux et raisons d'agir, édition l'harmattan, 2011.
- 7) Françoise CHOAY, **l'Allégorie du patrimoine**, édition du seuil 1992, 1996, 1999, nouvelle édition revue et corrigé (actualisée en 2007).
- 8) Marie-France GRINSCHPOUN, **construire un projet de recherche en sciences humaines et sociales**, 2^{ème} édition, ENRICK EDITION.
- 9) GRAWTZ Madeleine, **Méthode des Sciences sociales**, 11^{ème} édition Dalloz, Paris, 1990.
- 10) Maurice Angers, **Initiation Pratique a La Méthodologie Des Sciences Humaines**, Editions Université Casbah, Alger 1997.
- 11) BRADINE Laurence, **Analyse de contenu**, P.U.F, France, 1980.
- 12) QUIVY Raymond et CAMPENHOUDT Luc Van, **Manuel de recherche en sciences sociales**, 3^{ème} édition Dunod, paris, 1995.
- 13) BERNARD Françoise, **la communication de changement vers une heuristique de l'induction de communication et organisation**, GREC, université Michel montage, Bordeaux, n°12, 2017.

- 14) AKKOUCHE Soraya, manuel pour les associations algériennes, édition, Fondation Friedrich Ebert, 2012.
- 15) Alfred Opubor, **Communication des associations**,
- 16) AKKOUCHE Soraya, **manuel pour les associations algériennes**, édition, Fondation Friedrich Ebert, 2012.
- 17) LEHNISCH Jean-Pierre, **La Communication dans l'Entreprise**, édition PUF, 7eme 2dition, Paris, 2011.
- 18) Dominique Lehmann, check-list, **Communication de crise**, édition CURAVIVA, Suisse, 2014
- 19) Assael ADARY, Céline MAS et Marie-Hélène WESTPHALEN, COMMUNICATOR, **Toute la communication à l'ère digitale**, 8émé édition, DUNOD, Paris 2009.
- 20) MEZRIOUI Racha et TOUATI Zeineb, **médias et technologies numériques au sud de la méditerranée**, l'harmattan, Paris, 2015.
- 21) BRETON Philippe. PROULX Serge, **l'explosion de la communication**, la découverte, paris 2002, 2006, 2012 pour le reste du monde.
- 22) Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, « *les usages culturels du réseau social facebook en Algérie. Enquête sociologique sur un échantillon de jeunes étudiants universitaires* », *Reconfiguration des expressions et des pratiques culturelles à l'ère du numérique en méditerranée sous la direction de MERAH Aissa, GELLEREAU Michèle et BOUCHAALA Nabila Aldjia*, L'Harmattan, Paris, 2017.
- 23) MARCH Valérie, medias sociaux, 2^e édition, dunod , 2015, P22 MEZRIOUI Racha et TOUATI Zeineb, **medias et technologies numériques au sud de la méditerranée**, L'Harmattan, Paris, 2015.
- 24) SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGERS Paul Durand, **réseaux sociaux pour les nuls**, 3e édition, 2009
- 25) THERON Michel, **Comprendre la culture générale**, Edition Ellipses, Paris, 1998. Jardin Majorelle, « Introduction a la culture berbère ». Disponible sur le site : <https://nezhatamazight.wordpress.com/introduction-a-la-culture-berbere/>. Consulté le 02mai 2021 à 02h15.

- 26) Henry ROUSSO, le regard de l'histoire : **l'émergence et l'évolution de la notion de patrimoine au cours du XXe**
- 27) Jean-Marie BRETON ; **Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe, Afrique, Caraïbe, Amérique)** ; édition KARATHALA ; 2009.
- 28) Dominique Poulot ; **patrimoine et modernité** ; édition l'Harmattan, 1998.
- 29) Service pédagogique Château Guillaume le Conquérant – 14700 Falaise ; « La notion de patrimoine

B- la liste des dictionnaires :

- 1) Le patrimoine, Dictionnaire le nouveau Petit Robert, 2007.
- 2) Paul Robert, le nouveau Petit Robert, 2007.
- 3) ADARY. LIBAERET. MAS. WESTPHALEN, *Communicator*, 7^e édition, DUNOD, paris 2015.

C- La liste des thèses et mémoires

- 1) Mohamed Sofiane IDIR, **valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de Bejaia en Kabylie et de Djanet dans le tassili n'Ajjer**, thèse pour obtenir le grade de docteur de l'université de Grenoble, spécialité : sciences économiques, 2013.
- 2) Amandine ZBINDEN, **communication engageante et représentations sociales : une nouvelle articulation théorique**, thèse de doctorat nouveau régime pour l'obtention du grade de docteur en psychologie de l'université de bourgogne, 2011.
- 3) Fabien MICHELIK, **la communication engageante : effets sur les dimensions cognitives et comportementales**, thèse en vue de l'obtention du titre de docteur en psychologie, université de Franche-Comté, 2011.
- 4) Mémoire de fin de cycle, réalisé par DJAHNINE Lydia et LARBI Rafik, intitulé, **La communication associative a l'ère des réseaux sociaux numériques : Cas pratique l'association culturelle Amazday Adelsan Inelmaden AAI**, 2018.

- 5) HAMMAM cylvia et IDRESS Narima, **la communication environnementale via les réseaux sociaux numériques cas des associations de la ville de Bejaia**, mémoire en vue de l'obtention d'un diplôme de master en communication et relations publiques, université de Bejaia, 2018.
- 6) BECHA Zohra, YEZLI Louiza, **la valorisation du patrimoine culturel et sa place dans la promotion de l'activité touristique : cas des bijoux kabyles d'Ath Yenni**, mémoire de fin d'étude en vue d'obtention d'un master académique en sciences économiques, université Mouloud MAMMERI, 2013/2014.
- 7) HACHOUR Farida, MEMOIRE DE MASTER EN ARCHITECTURE Option : Architecture, Ville et patrimoine, PROCESSUS DE VALORISATION DU PATRIMOINE EN FAVEUR D'UN DEVELOPPEMENT LOCAL VILLAGE BOUMANSOU, 2013.
- 8) BIZRICHE Lamia, BOUMDJMADJ Samia, **pour une mise en valeur du patrimoine culturel de la ville de Bejaia. Le forum du patrimoine de Bejaia**, projet de fin d'étude en vue d'obtention de master en architecture, option : architecteur, ville et territoire, université Abderrahmane mira Bejaia, 2013.

D- Liste des sites internet :

- 1) <https://irada-dz.org/web/uploads/documents/26.pdf>, consulter le 26 mai 2021 à 15h45
- 2) <https://www.vie-publique.fr/fiches/24076-quest-ce-quune-association>, consulter le 25mai2021 à 15h30
- 3) <https://mhist.org/>
- 4) <https://journals.openedition.org/>, consulter le 25avril 2021 à 22H30.
- 5) <https://www.cairo-info> consulté le 02/06/2021 à 18 :40.
- 6) <https://www.lcl.fr/professionnel/mag-pro/creer-association/definition-association-loi-1901>, Consulté le 03 mai 2021 à 22 :00.
- 7) <http://elbaraka.e-monsite.com/pages/gggggg/lois/loi-n-12-06-2012.html>, consulter le 25 mai 2021 à 23h00.

- 8) <https://www.lcl.fr/professionnel/mag-pro/creer-association/definition-association-loi-1901op.cit> consulter le 25 mai 2021 à 23h40
- 9) https://www.assistancescolaire.com/eleve/1STMG/management-des-organisations/reviser-le-cours/1stmg_man_13#:~:text=Les%20organisations%20%C3%A0%20but%20non,sant%C3%A9%20justice%20social%E2%80%A6) consulté le 26 mai 2021 à 00 :40
- 10) <http://www.forem.dz/index.php/fr/activites/v/126-lavenir-du-mouvement-associatif-en-algerie> consulté le 26 mai 2021 à 18:02.
- 11) <https://www.interieur.gov.dz/index.php/fr/vieassociative/associations.html#faqnoanchor>, consulté le 26 mai 2021 à 19 :00
https://www.clae.lu/wp-content/uploads/2017/05/fp_la_communication_associative.pdf consulter le 25 mai 2021 à 15H55
- 13) <https://docplayer.fr/4867717-Communication-des-associations.html>, consulter le 24 mai 2021 à 16h30.
- 14) <https://sophieturpaud.com/2014/08/20/que-signifie-le-cadre-de-reference/#:~:text=Le%20cadre%20de%20r%C3%A9f%C3%A9rence%20%3A%20c,pass%20ce%20que%20vous%20dites>. Consulter le 26 mai 2021 à 22H21.
- 15) www-cairn-info.sndl1.arn.dz consulter le 26 mai 2021 à 22 :30.
- 16) <http://palimpsestes.fr/communication/modeles.htm?fbclid=IwAR22HQFUI-UK8x0fgH3K5rUe5FcUUhu7XfI-ssXrUQiThYCBPWTxWss2uPY> consulté le 27 mai 2021 à 18h30.
- 17) https://www.flaticon.com/fr/icone-gratuite/facebook_124010 consulté le 29mai2021, à18:40
- 18) <https://www.htw-marketing.com/levolution-de-facebook-depuis-sa-creation/>, consulté le 30 mai 2021 à 14 :00
- 19) <https://chateau-guillaume-leconquerant.fr.pdf>. Consulté le 04 mai 2021 à 03 :40.
- 20) <https://chateau-guillaume-leconquerant.fr/PDF>. Consulté le 04 mai 2021 à 04 :30.
<http://docplayer.fr/16358190-Chapitre-i-evolution-de-la-notion-du-patrimoine-et-de>
de
- 21) <http://docplayer.fr/16358190-Chapitre-i-evolution-de-la-notion-du-patrimoine-et-de>
de
- 22) la-notion-du-tourisme.html consulté le 05mai2021 à 14 :13.

- 24) <http://cnra.dz/atlas/site-archeologique-de-tigzirt/>, consulté le 20 juin 2021 à 23 :45.
<https://www.elwatan.com/edition/actualite/patrimoine-archeologique-de-bejaia-le-site-site>
- 26) [de-mlakou-abandonne-04-05-2021](#), consulté le 20 juin 2021 à 02 :30.
- 27) <http://www.dircultureto.dz/patrimoine/>, consulté le 20 juin 2021 à 02 :00.
- 28) <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540f.pdf>. Consulté le 01mai 2021 à 23 :15
- 29) [Dish | Unknown | V&A Explore The Collections | Handmade pottery, Pottery,](#)
- 30) [Patterned dishes \(pinterest.com\)](#) consulté le 13/07/2021 à 14 :00
https://www.instagram.com/p/CQgPYbSj2SX/?utm_medium=copy_link&fbclid=Iw
[w](#)
- 32) [R3LFz86imPghCsTc_ax8aKG0NIyDsRWNZ2xp6zvZh5VHXuj7UYC77os3I](#) consulté le 13/07/2021 à 22 :20
- 33) <http://www.dziriyaforums/sujet-culturdz> Consulté le 13/07/2021 à 18:40ALGERIE,
 Terre d'Afrique: Les maisons traditionnelles Kabyles (Axxam)
algerieterredafrique.blogspot.com) consulté le 14/07/2021 à 21 :33
- 34) <https://recettes.de/couscous-aux-legumes/top> consulté le 14/07/2021, à 20:26
- 35) <https://www.universalis.fr>, consulté le 01 juin 2021, à 23:55
- 36) <https://izzoran.com/societe/tajmaat-la-democratie-en-kabylie/>, consulter le 01 juin 2021, à 23:55.
- 37) <https://www.universalis.fr> consulté le 01 juin 2021, à 12 :30,
- 38) <https://www.algerie360.com/malgre-froid-neige-cueillette-olives-bat-plein/>, Consulté le 18/07/2021, à 19 :00
- 39) <https://ich.unesco.org/fr/convention#part1> , consulté le 28 juillet 2021 à 23 :30
- 40) <https://www.instagram.com/histoire.amazigh/> consulté le 04/08/2021, à 23 :30
- 41) www.facebook.com/berberetelevision Consulté le 04/08/2021, à 00:45
- 42) <https://www.youtube.com/c/Amrabad>, consulté le 04/08/2021, à 01 :10
<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural>
- 44) [property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked](#)
- 45) [questions/danger-and-threats/](#). Consulté le 29 May 2021 I 2021, à 15:30

46) حلي تقليدي قبائلي تيزي وزو الجزائر Bijoux traditional tizi ousou Algeria | Jewelry center,
Traditional jewelry, Filigree jewelry (pinterest.com) consulté le 14/07/2021 à 21/11

Annexe



Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences Humaines

Option : Communication et Relations Publiques

Mémoire de fin de cycle

**En vue de l'obtention du diplôme Master en sciences de l'information et de la
Communication**

Thème :

Réalisé par:

ZIDAT Nawel

BOUKHRAS Kenza

Encadré par :

BOUICH Mahrez

**L'impact de l'usage des Réseaux Sociaux dans
la sauvegarde du Patrimoine Berbère Matériel et
Immatériel**

Cas pratique : la page **Facebook** de l'association pour la sauvegarde
du patrimoine culturel de la ville de Bejaia (ASPCB)

Promotion: 2020/2021

La pré-enquête

**Axe 01 : Communication associative et la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et
immatériel**

1- Est-ce que la communication rentre dans le champ d'intérêt de votre association ?

- Evidement, c'est avec la communication qu'on transmet la culture et l'histoire de notre ville, donc la communication est au centre des intérêts de notre action, car sans une communication efficiente les travaux de notre association n'auront pas la performance ni l'impacte social escompter.

2- Que vous dites de la communication associative?

- La communication associative est un instrument pour la transmission des revendications identitaires et patrimoniale de notre association, elle est aussi un vecteur de correspondance avec d'autres partenaires qu'ils soient nationales ou internationales, de même elle constitue un milieu de recherche pour l'aboutissement et la concrétisation des objectifs de l'association et ce à travers le développement des outils les plus performants dans ce domaine.

3- Que dites-vous du patrimoine matériel et immatériel ?

- Les deux branches du patrimoine ne peuvent pas se dissocier l'une de l'autre car le patrimoine matériel n'a aucun sens ni vie sans un patrimoine immatériel qui l'accompagne et lui donne une valeur et même une dimension.

4- Quels sont les moyens de communication qui permettent la sauvegarde du patrimoine ?

- Tous les moyens de communication sont valables pour la sauvegarde du patrimoine, pour nous on utilise le Facebook et le site web sauf qu'il faut les maîtriser et savoir les utiliser.

5- Pourquoi vous choisissez la promotion de la culture berbère dans vos activités ?

- Pour ce qui est de notre association, nous n'avons pas choisie de défendre le patrimoine berbère en particulier, car nous considérons la ville de Bejaia, comme une ville ouverte sur toutes les civilisations de la méditerranées, donc elle recèle un patrimoine plus large que celui de la berbérité, de ce fait nous avons choisie de défendre le patrimoine de la ville de Bejaia dans toute sa diversité et sa complexité.

Axe 02 : Les réseaux sociaux utilisés par l'association.

1- Quels sont les réseaux que vous faites usage dans votre travail ?

- La page Facebook de l'association

2- Quels sont les différents types de publications que vous postez sur les réseaux que vous utilisez?

- Généralement l'association poste des informations, des invitations à des activités, des rapports sur des activités, des déclarations et articles sur le patrimoine, des correspondances que nous jugeons utiles de partager avec les citoyens de la ville.

3- Quels sont les objectifs de l'usage des réseaux sociaux ?

- D'abord toucher un grand public, ensuite toucher les citoyens les plus jeunes et rendre le réseau social plus utile à travers une instruction et une approche plus culturelle et scientifique.

4- Quelle est la place du patrimoine berbère dans vos réseaux ?

- Le patrimoine berbère occupe la même place que l'ensemble des éléments constituant le patrimoine de la ville de Bejaia.

Axe 03 : l'usage des réseaux sociaux de l'association.

1- Comment gérez-vous la page facebook ? Combien d'admins ?

- Un seul admin

2- Avez-vous un programme de partage ? C'est-à-dire un planning de publications ?

- Pas forcément, ça dépend des activités de l'association.

3- Votre page est suivie par 4302 personnes, pensez vous que ce chiffre reflète bien votre savoir faire ? Et que ce vous vous transmettez a touché une cible particulière ?

- Non, on croit que ce chiffre est loin de refléter l'importance des activités de l'association, mais il faut savoirs que le patrimoine est un sujet qui n'intéresse pas beaucoup la jeunesse de nos jours.

4- Quels types de commentaires vous fait interagir ?

- Quand le commentaire est diffamatoire et mensonger, on intervient pour apporter les corrections nécessaires.

Axe 04 : L'association PSPCB et la protection du patrimoine.

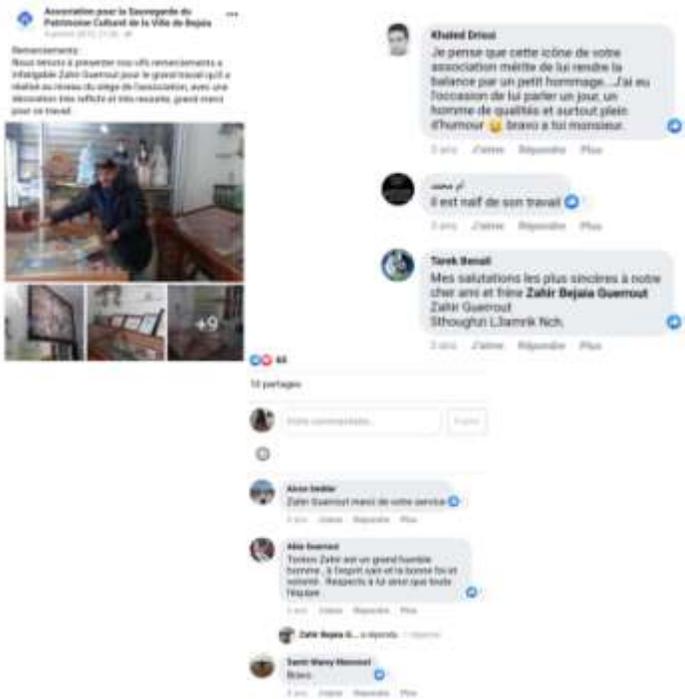
- 1- Quelles sont les stratégies adoptées au sein de votre association pour la promotion et la protection du patrimoine berbère ?**
- 2- La diffusion de la culture berbère a-t-elle une influence sur votre association ?**
- 3- La transmission du patrimoine berbère via les réseaux a-t-elle un impact sur votre audience ?**
- 4- A votre avis, la société algérienne apporte-t-elle une importance à la sauvegarde du patrimoine berbère ?**

Réponse globale :

- Pour notre association la culture berbère constitue un élément fondateur dans l'histoire et le patrimoine de la ville de Bejaia, mais il n'est pas unique, donc pour nous, l'ensemble de travail que nous fournissons s'accroît sur la promotion et la sauvegarde du patrimoine dans toute sa diversité et sa complexité.
- Pour accorder de l'importance à la sauvegarde du patrimoine berbère, faut sensibiliser nos jeunes, c'est en les sensibilisant qu'on va atteindre un grand impact, nos jeunes ont besoin de connaître leur histoire afin d'assurer sa protection et sa préservation et les réseaux sociaux sont un excellent moyen pour la transmission et la sauvegarde du patrimoine.

- **Les publications de la page Facebook de l'ASPCB**

Capture d'écran N°01 : publication du 04 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB



Capture d'écran N°02 : publication du 10 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB



Capture d'écran N°03 : publication du 11 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB

Association pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel de la Ville de Bejaia
 11 janvier 2019, 09:49 · 0h

La conférence de Monsieur Righi Khellaf aura lieu 10H00.



Capture d'écran N°04 : publication du 12 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB

Association pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel de la Ville de Bejaia
 est avec Larbi Ouhaziz et 3 autres personnes.
 12 janvier 2019, 21:58 · 0h

Yennayer 2019:
 Un riche programme pour la journée du 12 janvier 2019, à l'occasion de Yennayer 2019, organisé par l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia.
 D'abord une conférence de Monsieur Khellaf Righi sur l'histoire du fort Bordj Moussa au niveau du musée à 10 h 0, ensuite la présentation du nouveau calendrier personnalisé 2019 de l'association.
 La conférence sera suivie par un riche débat ainsi que la distribution du calendrier.
 La soirée et à 17h00, la projection du film AYROUWEN de Brahim TSAKI en présence du directeur artistique du film AREZKI LARBI, le film sera suivi d'un riche débat.
 A la fin un repas traditionnel sera servi à l'honneur des présents.



Capture d'écran N°05 : publication du 13 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB



Capture d'écran N°06 : publication du 16 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB



Capture d'écran N°07 : publication du 19 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB



Capture d'écran N°08 : publication du 20 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB



Capture d'écran N°09 : publication du 27 janvier 2019 sur la page Facebook de l'ASPCB

Association pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel de la Ville de Bejaia est avec Hamid Yahi et Zahir Benacer.
 27 janvier 2019, 08:39 · 48

Visite guidée:
 Sur initiative de l'université de Bejaia, l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia à rassurer aujourd'hui le dimanche 27 janvier 2019, une visite guidée au niveau de la Casbah de Bejaia et du fort Bordj Miuissa, au profit de deux enseignants universitaires l'un est Français et l'autre est Elvevétique en presence de Monsieur Bouracui enseignant à l'université de Bejaia et de notre amis Hamid Yahi.

34
 7 partages

34
 Votre commentaire... Publier

34

Osai Aiaz
 Bonne continuation inachallah
 2 ans · J'aime · Répondre · Plus

Sifeddine Guizane
 J'ai raté
 2 ans · J'aime · Répondre · Plus

Fik Ik
 Docteur Bouracui pour moi est le meilleur docteur du monde.
 2 ans · J'aime · Répondre · Plus

Imad Bouali
 الله يبارككم التسمية
 2 ans · J'aime · Répondre · Plus

+10

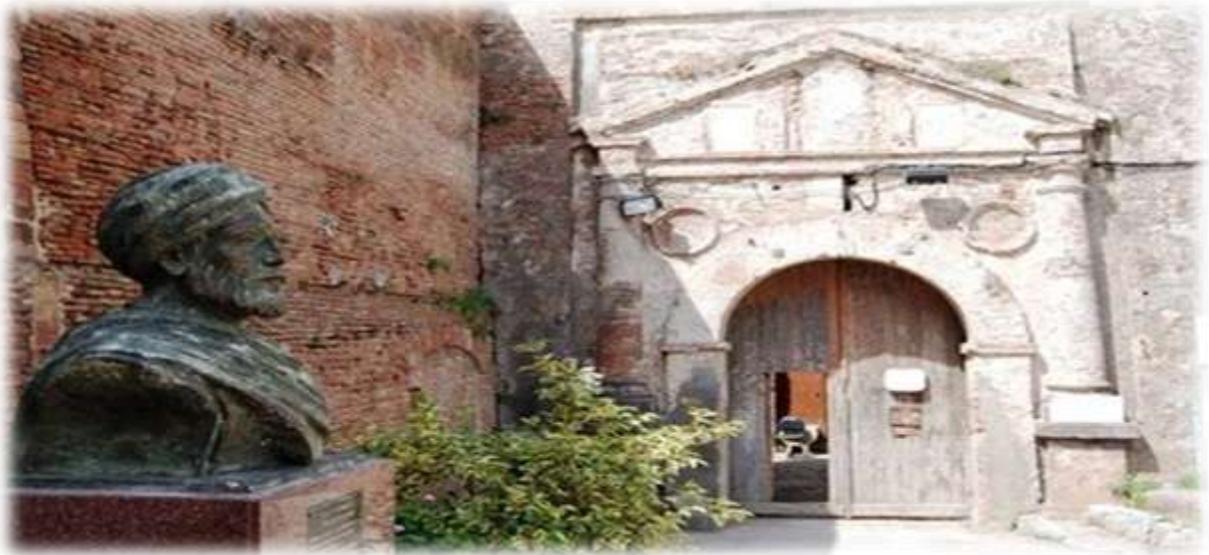
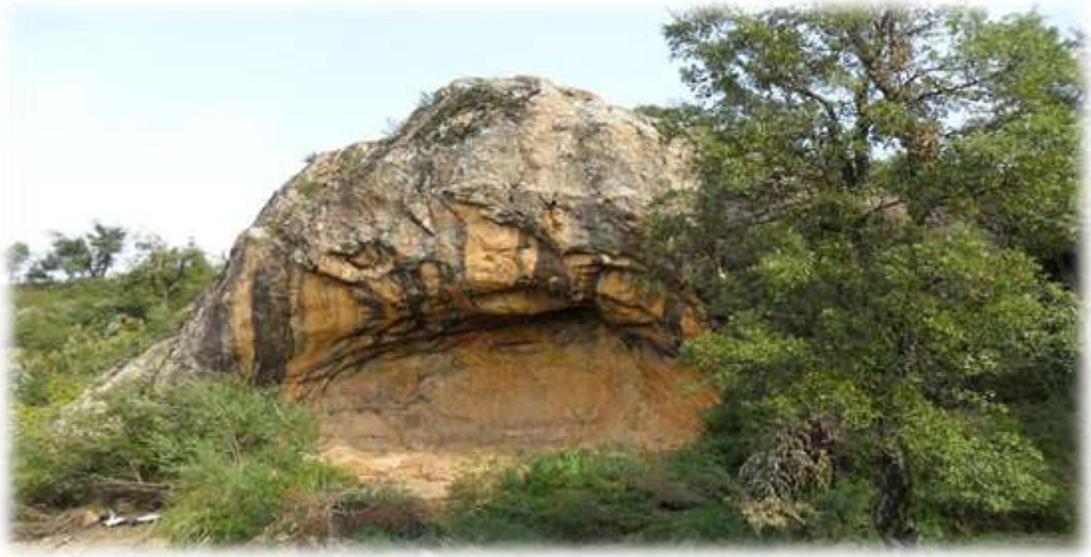
Le logo de réseau social Facebook :

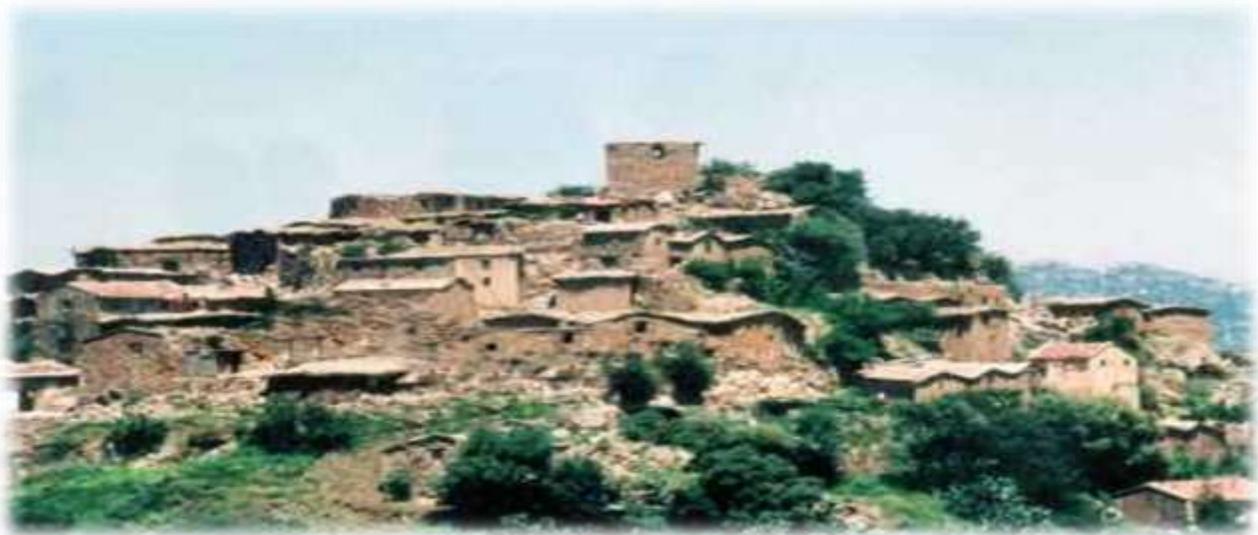


Les photos sur le patrimoine Berbère matériel :

- Les sites archéologiques :







Le patrimoine berbère immatériel :

- La poterie ancienne :



- La poterie berbère moderne



- Le tissage des tapis berbère traditionnel

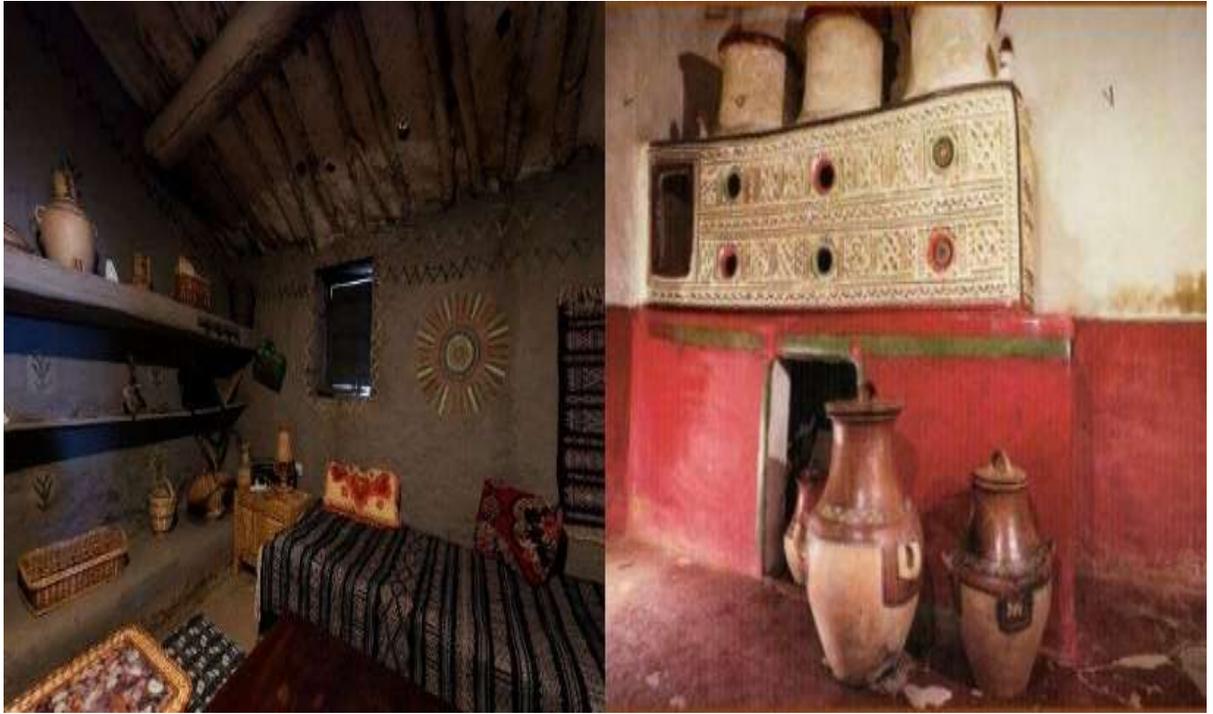
A photograph of a traditional Berber loom. The loom is made of dark wood and is set up in a room. It features several horizontal threads stretched across it, and a vertical beam is visible on the right side. The loom is used for weaving traditional Berber carpets.



- Les bijoux berbères



- La décoration intérieure des maisons berbère ancienne



- Tenue berbère traditionnelle (femme)



- Tenue traditionnelle berbère (homme)



- Plat traditionnel berbère (le couscous)



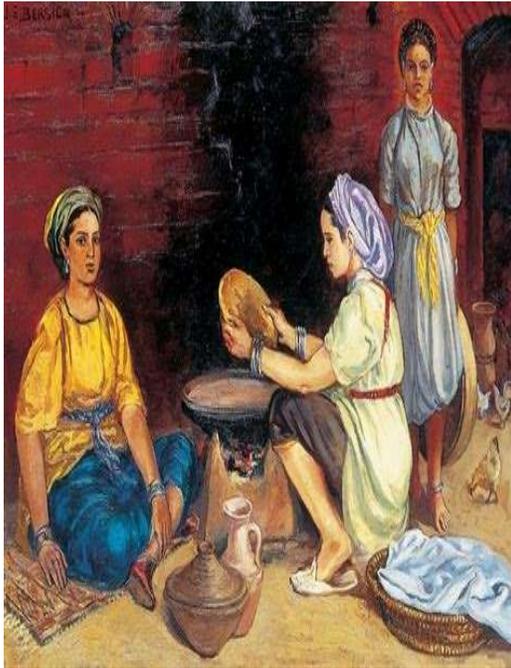
- Plat berbère traditionnel (tikourbabin)



- Tajmaat



-femmes kabyles celebrents le 1^{er} jour du Moharem



- La danse kabyle



- La cueillette des olives



- Asefru (Poème)

114

Ul yehlek uдем iw idaaf
a lwaad m' iy' ittef
ulac igad iy' icfan

Win tufid ad itkwellef
nudaγ t id si tterf
Leqbayel akw akken llan

Indel w illan d lâaref
iheggañ lherf
hefden ttuba yidan

Ttewtey am-zrem s iyef
ñani day nunef
waqila iyleb i ceitan

Mi t šeggimey taaγw i yer tterf
ay wehmeγ acuyef
lmeħna teγwzi bbwadan

Tebāaj lhejl' a t nettef
nek Auddey atwalef
nettāt tebya d w'isāan.

114

Le cœur malade le visage maigri
Je suis prisonnier du destin
Nul ne se souvient plus de ce que j'ai été

Le premier venu a le pouvoir
J'ai parcouru de part en part
Le pays kabyle tout entier

Eclipsés sont les sages
Qui ont étudié tous les écrits
Et les chiens ont appris la dévotion

On m'a comme le serpent frappé à la tête
Me serais-je fourvoyé
Satan sans doute s'est joué de moi

Sitôt redressé mon état de nouveau penche
Et je me demande étonné
Pourquoi les épreuves les nuits longues.

J'ai poursuivi la perdrix¹ sûr de l'atteindre
Et à la fin l'amadoué
C'est un homme riche qu'elle veut.

1. La femme aimée.

Capture de la page instagram « histoire.amazigh » :



Capture de la page facebook Berbère télévision :



Capture de la chaine youtube « amrebeb » :



Bureau de l'association ASPCB :



Les membres de l'association :

جمعية محافظة وترقية التراث الثقافي لبلدية بجاية

أعضاء المكتب التنفيذي

المنتخب بتاريخ 2019/11/16

الرقم	الإسم و اللقب	الوظيفة في الجمعية	
01	زهير بن ناصر	رئيس	٨٧٣٠٩ ٤١٢
02	عمسي صدار	المكتب العام	٨٩٨٦٣٥
03	فارس أدرار	أمين المال	٨٩٩٤٣٠
04	محمد مرشاش	نائب الرئيس الأول	٨٩٤٤٣٣
05	يحيى بن زين	نائب الرئيس الثاني	٨٩٤٤٣٣
06	علي تاقلميمت	نائب الرئيس الثالث	٨٩٦٢٥٩
07	أحمد عيو	عضو	٨٩٩١٣٠

Bilan des activités de l'année :



Bilan des activités 2017

1^{ère} activité

Le Samedi 31 Décembre 2016

Visite guidée et sortie pédagogique

Nous avons reçus les adhérents de l'association sportive ASIREM, pour la plupart des écoliers, nous leur avons assuré une visite guidée au niveau de la Casbah de Bejaia et du musée BORDJ MOUSSA.

L'ensemble des participants à cette sortie pédagogique ont eu la chance de découvrir l'ampleur du patrimoine que recèle la ville de Bejaia, et la situation de dégradation dont elle est victime.

2^{ème} activité

Le Samedi 07 Janvier 2017

Volontariat au niveau BAB EL FOUKA

Ne critiques pas l'obscurité, allumes une bougie !

L'action de notre association aujourd'hui le 07 janvier 2017 a consisté à un volontariat au niveau de la porte des étendards BAB EL FOUKA, c'est vrai notre action ne va pas sauver la porte, elle ne va pas changer grand-chose à sa situation de dégradation, mais il est clair que notre action a permis de désherber le site, de le nettoyer, ainsi que de sensibiliser les citoyens sur l'importance de ce site.

3^{ème} activité

Le Jeudi 12 Janvier 2017

Commémoration de YENNAVER

A l'occasion du nouvel AN AMAZIGH 2967, l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, en partenariat avec la cinémathèque de Bejaia, a organisé une projection du film 'Je te promets...' primé olivier d'or au festival du film Amazigh à TIZI OUZOU 2016, et ce en présence de son réalisateur le jeune YARGUI Mohamed, et l'équipe du film.

Le film a été suivi par une assistance importante, qui s'est déplacée pour encourager cette équipe et ce beau travail artistique.

Un débat a suivi la projection, et une remise de distinction pour l'ensemble des participants présents à cet événement.

4^{ème} activité

Le Samedi 21 Janvier 2017

Action de solidarité

L'association ZAD EL MIAAD en partenariat avec l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, ont procédé à une opération de distribution de dons alimentaires, literies, vestimentaires et même trousseaux scolaires, et ce au niveau des villages IZOUAMAM et AIT GUENDOZ dans la commune de TICHY.

L'occasion s'est présentée pour démontrer notre solidarité avec une région enclavée par les dernières précipitations et neige, et ce pour s'enquérir de la situation des habitants des

villages cités au-dessus, et de démontrer notre soutien et avec la population de la région.

5^{ème} activité

Le Lundi 23 Janvier 2017

Réception de l'Ambassadrice des USA

Sur invitation de l'école THE SOURCE, l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia, a reçu son excellence Madame Joan A. Polaschik Ambassadrice des États-Unis d'Amérique auprès de la République Algérienne démocratique et Populaire, pour une visite de la Casbah de Bejaia.

Son excellence l'Ambassadrice a suivi avec beaucoup d'attention les explications qui lui ont été données par les membres de l'association, elle a été très intéressée par la profondeur et la grandeur de l'histoire de la ville de Bejaia et l'importance de la citadelle de la Casbah, elle a même posé plusieurs questions sur la ville de Bejaia, et sur l'association et ses activités.

6^{ème} activité

Le Samedi 24 Janvier 2017

Conférence et vente dédicace

Conférence de présentation et vente dédicace du livre bibliographique sur la vie du grand Mufti Algérien Cheikh TAHAR AIT ALDJET en présence de son écrivain SALAH AIT ALDJET.

La conférence a été une occasion de débattre des combats et du militantisme menés à ce jour par Cheikh TAHAR AIT ALDJET.

Plan des activités de l'association de l'année 2018 :



جمعية المحاولات والتربية والتراث
بجاية
de la ville de Béjaïa

Plan d'action 2018

- 1- Le Samedi 13 janvier 2018 : Conférence sur la thématique « le rôle de l'éco-tourisme dans le développement local et la création de l'emploi et de la richesse ».
- 2- Mois de janvier 2018 : Edition du calendrier 2018 sous la thématique « les 12 dates historiques de la ville de Béjaïa ».
- 3- Le Samedi 17 Février 2018 : Commémoration de la journée national du Chahid.
- 4- Le Samedi 24 février 2018 : Rencontre culturelle de la Casbah.
- 5- Le Jeudi 08 Mars 2018 : Anniversaire de l'effondrement de l'ex palais de justice en 2011.
- 6- Le Samedi 31 Mars 2018 : Rencontre culturelle de la Casbah de Béjaïa.
- 7- Mois d'avril 2018 : Installation d'un buste « SALAH RAIS ».
- 8- Du Samedi 21 Avril au Samedi 19 Mai 2018 : 3^{ème} journées portes ouvertes sur la musée BORDJ MOUSSA.
- 9- Du 18 Avril au 18 Mai 2018 : Concours inter écoles sur la l'histoire de la ville de Béjaïa.
- 10- Le Mois Mai 2018 : Réédition du livre EL ASSALA.
- 11- Le Mois de mai et juin 2018 : Organisation des soirées Ramadanesque.
- 12- Le Mois de juin 2018 : Organisation d'une soirée commémorative sur le Docteur BELLABES.
- 13- Le 28 juillet 2018 : rencontre culturelle de la Casbah de Béjaïa.
- 14- Le 20 Août 2018 : Commémoration de la journée nationale du congrès de la Soummam
- 15- Le 25 Aout 2018 : Rencontre culturel de la Casbah de Béjaïa.
- 16- La fin du mois d'Aout : Journées portes ouvertes sur l'association au niveau de la place Patrice Lumumba.
- 17- Septembre 2018 : 3^{ème} édition du concours des cornes.
- 18- Septembre 2018 : Opération de désherbage et nettoyage au niveau des sites et monuments.
- 19- Le 29 Septembre 2018 : Rencontre culturel de la Casbah de Béjaïa.
- 20- Fin octobre 2018 : Journées portes ouvertes sur les activités de l'association.
- 21- Le 27 Octobre 2018 : Rencontre culturel de la Casbah de Béjaïa.
- 22- Le 01 Novembre 2018 : Commémoration de la date historique du premier Novembre.
- 23- Le 24 Novembre 2018 : Rencontre culturel de la Casbah de Béjaïa.
- 24- Décembre 2018 : Des visites guidées au profit des écoliers à l'occasion des vacances d'hiver.

Le Secrétaire Général

Seddar Aïssa

Le Président



Benacer Zahir

Résumé :

L'objectif de ce travail est de cerner la problématique de l'impact des réseaux sociaux particulièrement Facebook dans la sauvegarde du patrimoine berbère matériel et immatériel. En effet, deux facteurs différents mais convergeant vers le but, ont déterminé la substance de notre travail de recherche, sa problématique, et ses hypothèses, et ont orienté les distinctes étapes de notre cadre pratique.

Le premier facteur, concerne notre volonté de traiter un sujet qui aborde notre identité, notre culture et histoire et patrimoine berbère, leur état, leur situation, leur actualité, mais surtout comment les sauvegarder et les valoriser

Le deuxième facteur, est l'usage des réseaux sociaux, en particulier les réseaux sociaux de notre sujet d'étude pratique qui est l'association ASPCB, des réseaux sociaux qui ne sont pas des moyens de rencontres seulement, mais aussi de transmission. Cette nouvelle façon permet de valoriser, de sauvegarder, de faire connaître le patrimoine berbère, et de le faire revivre à fin de continuer sa transmission de génération en génération.

Mot clés : Communication, Communication associative, Réseaux sociaux, Patrimoine berbère, Sauvegarde

Agzul :

Iswi n leqcid-a-yi d ameslay yef uybel n temtilt n izeḍwan imettiyeṅ, la-dya Facebook, di taggazt n tgemmi tamaziyt, tagnawit d war tegnawit. Sin imgan mgaraden maca ttawin s iswi, nettaf asentel n leqdic-ayi nney n unadi, agbur ines d turdiwin-is, akken i welhen ibruyen n uḥric amesnas nney.

Amgi amezwaru yekka-d seg lebḃi nney akken ad d-nessesfer asentel yesmeslayen yef tamagit nney, idles nney d umezruy nney, amek i mugen, tamirt nsen, dayen amek ad sen-neg azal d wamek ad ten-neḥrez

Amgi wis sin, d useqdec n izeḍwan imettiyeṅ, deg uḥric nney amesnas, i yellan d tiddukla ASPCB, w'ur nelli ara kan d afecku n umlili, maca n usiweḍ dayen. Tamamekt-ayi tamaynut tessiweḍ-ay ad d-nefk azal i tgemmi tamaziyt, ad tt-nḥerz, ad tt-nerr tettwassen, ad tt-neḥyu akken ad d-yennerni usiweḍ-is seg tsuta ar tsuta.

Awal n tsura : Taywalt, Taywalt tadduklant, Izeḍwan imettiyeṅ, Tigemmi tamaziyt, Aḥerz

Abstract :

The objective of this work is to identify the problematic of the impact of social networks, particularly Facebook, in the safeguarding of tangible and intangible Berber heritage. Indeed, two different factors but converging towards the goal, have determined the substance of our research work, its problematic, and its hypotheses, and have oriented the distinct steps of our practical framework.

The first factor, concerns our will to treat a subject which approaches our identity, our culture and Berber history and inheritance, their state, their situation, their topicality, but especially how to safeguard them and develop them

The second factor, is the use of social networks, in particular the social networks of our subject of practical study which is the association ASPCB, social networks which are not only means of meetings, but also of transmission. This new way allows to value, to safeguard, to make known the Berber heritage, and to make it live again in order to continue its transmission from generation to generation.

Keywords : Communication, Associative communication, social networks, Berber heritage, Safeguard