

Université Abderrahmane mira-Bejaia



Faculté des sciences humaines et sociale

Département des sciences humaines

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en science de l'information et de la
communication

Option : communication et relation publique

**La communication sociale associative et valorisation de la valeur
de solidarités citoyennes en Algérie Exemple feux de forêts**

Cas : le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia

Réalisé par :

- ❖ YAKOUBI Houda
- ❖ SELLAH Salima

Sous la direction de

Mr .SAHNOUN Nasreddine

Année universitaire 2021-2022

Remerciement

*Nous remercions Dieu le tout puissant qui nous a subvenu le courage et la volonté
pour guider ce travail à terme.*

*Nous remercions également notre promoteur M SAHNOUN NABIL d'avoir accepté de
nous encadrer et qui a donné le maximum de son savoir pour contribuer à la
réalisation de ce modeste travail*

*Nous tenons aussi à remercier l'ensemble des membres de trois associations
croissant rouge comité de Bejaia, SOBOLE al KHAYARATTE, association DES
CHASSEURS TALA AKBOU qui nous ont accueillis et aidés à mettre en œuvre notre
étude.*

Et enfin, merci à tous ceux qui nous ont soutenus de près ou de loin.

Dédicaces

Avec un énorme plaisir que je dédie ce travail à ma chère famille,

En premier lieu, à ma très chère maman qui m'a donné courage, espoir, générosité, et cet optimisme que j'ai pris comme fil conducteur tout au long de mon travail mené.

En deuxième lieu, à mon père qui m'a aidé financièrement, qui m'a donné courage, espoir afin que je puisse arriver et d'être ce que je suis aujourd'hui.

Et en dernier lieu, à mes sœurs SACIA et lala WANISSA et mon frère HICHAM qui m'ont donné d'avantage de détermination pour ne pas perdre le gout de l'espoir et de parvenir à l'aboutissement de ce travail.

HOUDA

Dédicaces

*Tout d'abord je tien a remercier le bon dieu de m'avoir appris, protégé, guide tout au
longue de ma vie.*

Je dédie ce modeste de travail

*A ma chère et irremplaçable maman qu'elle ma soutenue et encourage durant ces années
d'études*

A mon père, mes frères, et mes sœurs

A mon mari, mes beaux parents et ma belle famille

À mes adorables amies HOUDA et AKILA et a tout ma famille

SALIMA

Liste des tableaux

N°	Titre	page
01	Les caractéristiques des enquêtés selon le genre	49
02	Les caractéristiques des enquêtés selon l'âge	49
03	Les caractéristiques des enquêtés selon le poste qui occupent au sein de l'association	50
04	Personnes ou services en charge de la communication	51-52
05	Principaux moyens de communication déployée au sein de l'association	56

Sommaire

Table des matières

<i>Remerciement</i>	2
<i>Dédicaces</i>	3
Liste des tableaux	5
Introduction	10
Chapitre I.....	1
Cadre méthodologique de recherche	1
I. Analyse conceptuelle	3
I-1 Problématique	3
I-2 Les hypothèses	5
I-3 Définitions des concepts	6
I-3-1 La Communication.....	6
I-3-2 La communication sociale	7
I-3-3 Mouvement associatif	8
I-3-4 La communication associative	8
I-3-5 La valeur de solidarité.....	9
I-4 Les études antérieures	10
I-5 L'intérêt du choix du thème.....	13
I-6 Les objectifs de la recherche.....	13
II- Démarches méthodologiques	14
II-1 Approche théorique adoptée	14
I-1-1 L'approche fonctionnaliste	14
I-1-2 L'approche de la communication engageante sociale et solidaire.....	14
I-1-3 communications participatives.....	16
II-2 Approche et outils méthodologiques	16
II-3 Approche qualitative.....	17
II-4 Outils de recherches.....	17
II-5 Définition de l'entretien.....	17
II-6 Entretien semi directifs	18
II-7 Guide d'entretien	19
II-8 Société de recherche	20
II-9 L'échantillon de recherche	20
II-10 Difficultés rencontrées.....	20
Chapitre II	3
Cadre théorique de recherche	3

II-1 généralité sur la communication.....	22
II-1-1 Définition de la communication	22
II-1-2 Le processus de la communication	22
II-1-3 Les cibles de la communication.....	24
II-1-4 Les objectifs de la communication	24
II-1-5 Les types de la communication.....	24
II-1-6 Les formes de la communication	25
II-1-7 Le rôle de la communication	26
II-2 La communication sociale	27
II-2-1 Définition de la communication sociale	27
II-2-2 Les acteurs de la communication sociale.....	27
II-2-3 Les objectifs de la communication sociale	28
II-2-4 Les formes de la communication sociale.....	28
II-2-5 Les supports et le dispositif technique de la communication sociale	29
II-3 Le mouvement associatif	30
II-3-1 Définition et organisation	30
II-3-2 Rôles et missions de mouvement associatif	31
II-3-4 Mouvement associative en Algérie.....	32
II-4 La valeur de solidarité citoyenne	34
II-4-1 Définition de la solidarité	34
II-4-2 Les principes de la solidarité	34
II-4-3 L'importance de solidarité des citoyennes	35
II-4-3 But de solidarité.....	35
II-4-4 En Algérie.....	36
Chapitre III	22
Cadre pratique	22
III-1 Présentation des données de recherche	37
III-2 Présentation de l'organisme d'étude	39
III-2-1 Croisant rouge algérien comite de wilaya de Bejaia	39
III-2-2 Association des chasseurs AKBOU	41
III-2-3 Association SOBOL AL KHAYARATTE	42
III-3 Présentation des résultats.....	42
III-3-1 Les caractéristiques des enquêtés selon le genre.....	42
III-3-2 les caractéristiques des enquêtés selon l'âge.....	43

III-3-3 les caractéristiques des enquêtés selon le poste qui occupent au sein de l'association	43
III-3-4 La communication.....	44
III-3-5 La Communication sociale associative	47
III-3-6 La communication sociale associative et promotion de la valeur de solidarité lors des incendies de Kabylie.....	49
III-4 Discussion des résultats et vérification des hypothèses	53
Conclusion.....	37
Liste bibliographique.....	58
Les annexes	58

Introduction

L'histoire de la communication est aussi viellée comme l'histoire de l'humanité. Depuis son existence, l'être humain à toujours éprouvé le besoin de communiquer, d'informer, d'échanger des informations, partager des idées et des sentiments qu'il ressent. Pour cela il a mis en place des codes, des désignations, des paroles, et gestes afin de faire passer facilement son message à autrui.

Aujourd'hui et plus que jamais la communication est essentiel dans la vie humaine. Cette place est plus palpable avec les évolutions technologiques et sociétales, ces dernières ont favorisé la naissance de nouvelles formes communicationnelles, dont la communication sociale associative qui ouvre pour le partage et la valorisation de certaine valeur tandis que la valeur de solidarité. La communication sociale associative est l'un des moyens qui permet à une association de mobiliser et sensibiliser les citoyens sur les problèmes sociaux et de créer un élan de solidarité et renforcer les liens sociaux entre eux notamment en période de crise ou de catastrophe naturelle.

. Les incendies d'Aout 2021 dans la région de Kabylie viennent témoigner de cet élan de solidarité initié et mis œuvre par le mouvement associatif algérien. Cette tragédie à plus d'un niveau comment le mouvement associatif a pu valoriser la valeur de solidarité citoyens en se distinguant comme un acteur engagé actif sur le terrain face à cette ampleur de cette tragédie.

A la lumière de ce constat et afin de répondre à notre problématique et hypothèse, nous avons entrepris un travail de recherche qui s'articule sur « le rôle de la communication social associative et valorisation de la valeur de solidarité citoyens en Algérie ».

A cet effet notre plan de travail s'est décliné en trois paries.

D'abord, la première partie qui est consacrée pour le cadre méthodologique qui englobe : la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés, les études antérieures, les objectifs de recherche et l'approche adoptée.

Ensuite, la deuxième partie consacrée au cadre théorique. Qui s'intitule « la communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité » ; composés de quatre sections :

La première s'intéresse aux « généralités sur la communication ». La deuxième à « la communication sociale ». La troisième à pour sous-titre « la communication associative ».enfin le quatrième sous-titre s'attache à « la valorisation de la valeur de solidarité ».

La dernière partie est pratique. Elle réunit l'enquête de terrain menée au niveau de trois associations « CROISSANT ROUGE COMITE DE BEJAIA » « SOBOL AL KHAYARATTE » « association des chasseurs tala AKBOU » la présentation des données de recherche, présentation de l'organisme d'étude, présentation des résultats, analyse et interprétation des données, analyse et interprétation des données, discussion des résultats et vérification des hypothèses, elle se termine par une conclusion suivie par une liste bibliographique et les annexes.

Chapitre I

Cadre méthodologique de recherche

I. Analyse conceptuelle

I-1 Problématique

Selon WATZLWIK l'un des membres de l'école de PALO Alto « on ne peut pas ne pas communiquer¹Autrement dit ; tout est une question de communication.

La communication est primordiale dans la transmission des informations, en tant qu'une pratique conçue comme composante essentielle de la vie de chaque individu. C'est un facteur d'intégration sociale, elle est aussi un moyen par lequel se noue des liens et des relations entre les personnes et les différentes organisations, chose qui permet de contribuer au développement et au progrès de la société.

Pour Claude Ray « la communication est un processus verbal ou non par lequel on partage une information avec quelqu'un ou avec un groupe de manière que celui-ci comprenne ce qu'on lui dit. Parler, écouter, comprendre, réagir... constituent les différents moments de ce processus. La communication permet aux partenaires de se connaître, d'établir une relation entre eux. Cela peut entraîner des modifications d'attitude et de comportement ». ²

Aujourd'hui comme hier la communication est omniprésente et essentiel dans la vie humaine. Cette place est d'autant plus palpable avec les évolutions technologiques et sociétales actuelles. Ces dernières ont favorisé la naissance de plusieurs nouvelles formes communicationnelles, dont la communication sociale. Un domaine important de la communication au sens d'une activité citoyenne qui recouvre des aspects forts hétéroclites mais qui ont trait, d'une manière ou d'une autre aux interactions entre les différentes parties de la société (citoyens, collectivités, association, syndicats...)

La communication sociale associative est un ensemble d'actes communicatifs qui vise à modifier certaines représentations ou comportements ou à en renforcer d'autres. Elle a pour objet principale l'influence de normes ou de valeur sociales et sociétales d'un individu ou d'un

¹IDRES, NARIMA et HAMMAM CILYIA. (2017/2018). La communication ENVEREMENTALLE via les réseaux numériques, université Abderrahmane mira, faculté des sciences humaines et social, département des sciences humaines : Bejaia-Algérie.

²CLAUD ROY, in communication, bidon, tolérance, 12 juin 1995, p29.

Chapitre I Cadre méthodologique de recherche

groupe social plus ou moins large (de la société dans son ensemble à l'échelon de la « communauté ») dans l'objectif de modifier leurs mentalités, attitudes et comportements.³

Par-delà leur proximité et représentativité, des liens qu'elles entretiennent avec la société civile, le mouvement associatif se retrouve au cœur de la vie. Acteur incontournable et actif, les associations jouent un rôle important à l'intérieure des sociétés. Le mouvement associatif participe à renforcer les liens sociaux et à construire une société solidaire à mobiliser sensibiliser, informer, éduquer, les citoyennes sur les problèmes sociaux.

La communication sociale associative se présente comme l'un des leviers incontournables dont dispose les associations dans leur action au quotidien sur le terrain. Marion Sant, Julien GABERT, Léa RALALAMORIA, Clémence Boule MARTINAUD, MOUMOUNI OUEDRAOGO Marie Bessières estiment que la communication sociale est le moyen par excellence pour une association afin de sensibiliser les citoyens sur les problèmes sociaux et de renforcer les liens sociaux, la proximité et mettre l'accent sur la mobilisation des individus a des sujets sociaux et symboliser la solidarité et le partage des valeurs humanitaires.⁴

Lors de l'été dernier, l'Algérie a été le théâtre de feux de forêt sans précédent, qui malheureusement ont causé d'énormes dégâts (faune et flore, environnement) et surtout des victimes par centaine. La Kabylie fut surement la région la plus impactée par cette catastrophe. Pas moins de 90 morts, dont 33 militaires sont déplorés selon divers bilans des autorités locales et le ministre de la défense.⁵

Face à l'ampleur de cette tragédie, autorités comme société civile se sont mobilisées pour venir en aide à cette région. Le mouvement associatif à l'image du croissant rouge algérien, et association SOUBOULE ALKHYARATE se sont particulièrement distingués comme un acteur engagé et actif ayant joué un rôle important dans l'accompagnement de cette catastrophe.

³ <https://www.google.com/search?q=d%C3%A9finition+de+la+communication+sociale&oq=d%C3%A9finition+de+la+communication+sociale&aqs=chrome.1.69i57j0i13j0i8i13i30.11747j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8> consulté le 05/05/2022.

⁴ Marion SANTI, JULIEN GABERT, LEA RALALAMORIA, clémence boule MARTINAUD, MOUMOUNI OUEDRAOGO, apports théoriques : MARIE BESSIERES, élaborer et mettre en œuvre une campagne de communication sociale, pp 3,4.

⁵ https://amp-lepoint-fr.cdn.ampproject.org/v/s/amp.lepoint.fr/2438865?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArBIIACAw%3D%3D#amp_tf=Source%20%20A0%3A%20%251%24s&aoh=16549625375385&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fwww.lepoint.fr%2Fmonde%2Fincendies-en-algerie-le-bilan-s-alourdit-a-90-morts-14-08-2021-2438865_24.php

La communication sociale associative mise en place par les différentes associations impliquées fut au centre de ce processus, avec comme principal objectif la promotion et la valorisation de la valeur de solidarité sous le slogan « nous sommes un seul peuple ». Plusieurs moyens et dispositifs de communication ont été mobilisés à cet effet afin d'assurer le contact, la diffusion de l'information et l'interaction entre les différents citoyens, acteurs et responsables.

A la lumière des données avancées, et des buts escomptés, notre problématique de recherche nous conduira à nous demander

Quel rôle a joué la communication sociale associative dans la valorisation de la valeur de solidarité lors des incendies de la région de Kabylie l'été dernier ?

A partir de cette problématique, découlent d'autres questions secondaires qui peuvent nous servir dans notre travail de recherche qui sont comme suit :

1- Quels sont les moyens de communication déployés par le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia pendant cette catastrophe naturelle ?

2- Quel apport a pu avoir cette communication sociale dans la mobilisation et valorisation de la valeur de solidarité citoyennes ?

3- Quels sont les atouts et limites de la communication sociale adoptée par les associations algériennes durant cette catastrophe ?

I-2 Les hypothèses

Selon Maurice Angers « l'hypothèse se définit comme étant un énoncé qui prédit une relation entre deux ou plusieurs terme en impliquant une vérification empirique »⁶

A partir de cette définition nous avons avancé les hypothèses suivantes :

1. Le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia à l'image des associations de croissant rouge s'est distingué comme acteur engagé et actif sur le terrain pendant les incendies de Kabylie.

⁶Maurice Angers : initiation à la méthodologie des sciences humaines, édition Casbah, Alger 1995-1996, P 102.

2. La communication sociale associative dans la wilaya de Bejaia pendant les incendies de la Kabylie tendait à créer un élan de solidarité citoyenne.

3. La communication sociale associative mise en œuvre par le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia a eu un apport considérable sur la mobilisation et valorisation de la valeur de solidarité pendant les incendies de la Kabylie.

4. Plusieurs moyens et dispositifs sont mobilisés par les associations dans leur communication sociale, avec toutefois un accent sur la communication de terrain et les médias sociaux numériques.

I-3 Définitions des concepts

Tout recherche possède ses propres concepts moteurs, qui sont à la base de sa compréhension, et qui se répètent souvent. Dans l'objet de faciliter la lecture ainsi que la compréhension de notre étude, nous avons procédé à définir les principales concepts clés.

I-3-1 La Communication

I-3-1-1 Définition théorique

La communication est présente partout. C'est un processus complexe de transmission d'informations entre personnes qui visent toujours des objectifs qui leur sont propres, mais qui n'utilisent pas forcément un langage commun ou un canal de communication adapté.⁷

La communication est un phénomène à la fois très simple complexe, qui sous-tend la vie en société, humaine autant qu'animale .souvent réduit à sa plus simple expression : la transmission de messages entre deux êtres vivants ,ce phénomène doit plutôt être entendu comme l'activation des codes permettant aux membres d'une société de vivre ensemble .Dans le cas des sociétés humaines ,qui se caractérisent par le partage d'une culture et transmission de ses éléments matériels et symbolique (notamment la langue)d'une génération à l'autre, la communication peut être envisagée comme la performance de cette culture, c'est –à-dire comme une convocation ,dans chaque interaction, des principes fondateurs de la société.⁸

⁷DOUSSY, MADELAINE et autres, "information et communication", édition Bréal, 2005, p.47.

⁸Albin, Michel, dictionnaire de sociologie, paris (2007) pp 146-147.

Chapitre I Cadre méthodologique de recherche

De son côté R. MUCHIELLI, définit la communication comme une opération mettant en relation des sujets humains et consistants à faire passer une connaissance une information, une émotion.

Selon ce dernier, La communication est un rapport interhumain, un contacte ayant pour but de faire participer les individus ou les groupes (qui sont engagé dans cette relation) à la conscience de quelque chose.⁹

I-3-1-2 Définition opérationnelle

La communication est l'action de communiquer, d'établir des relations avec autrui, de transmettre quelque chose a quelqu'un. C'est aussi une action de faire partager, demandant d'entrer en contact, en liaison, avec une ou plusieurs interlocuteurs.

I-3-2 La communication sociale

I-3-2-1 Définition théorique

La communication sociale peut être définie comme un système de pensée et d'action qui cherche à promouvoir la personne humaine prise individuellement ou collectivement, en tant que sujet, autant qu'objet de communication.¹⁰

PETER STOCKINGER pour sa part défini la communication sociale comme l'ensemble des actes de communication qui visent à modifier des représentations des comportements ou à renforcer des solidarités.¹¹

Un moyen de communication qui permet de véhiculer un message pour informer le grand nombre de public et créer ainsi une certaine prise de conscience de la part de la population sur tel ou tel sujet.

⁹ Khadija TAKHEDATE, la communication pour toute définition et théorie, Afrique orient, MAROC, 2014, pp 15-16.

¹⁰ Collet, Hervé. (2004). Communiquer, pourquoi, comment ? Le guide d la communication sociale, CRIDEC édition : paris.

¹¹ STONKGER, <http://semioweb.Mashparis.Fr./ressources> en ligne /ENSEIGNEMENT /07_08/CLIM/1_cours_stokinge, PDF ,2007-2008 CONSULT2 LE 01/06/2022.

I-3-2-Définition opérationnelle

A nos yeux, la communication sociale définie comme ensembles des actes de communication qui visent un mobiliser et sensibiliser les citoyens sur les problèmes sociaux.

I-3-3Mouvement associatif

I-3-3-1Définition théorique

Selon AKKOUCHE SORAYA le mouvement associatif Est un 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.¹²

Pour FERREO GILLES Est le regroupement d'individus, qui présuppose un accord librement consenti de volontés particulières en vue d'un but commun déterminé. ¹³

I-3-3-2Définition opérationnelle

A partir les deux précédentes définitions nous pourrions dire que le mouvement associatif est un ensemble des associations qui se rejoignent ou converge vers les mêmes intérêts.

I-3-4La communication associative

I-3-4-1Définition théorique

Selon NAWEL GUELLAL 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. ¹⁴

Pour HEBBACHE AZIZ, KHENTOUS ABDLEAZIZ La communication associative peut être défini comme l'ensemble des interactions entre une association et son entourage. ¹⁵

¹²AKKOUCHE, SORAYA, manuel pour les associations algériennes, éd fondation Friedrich Ebert (2012) p13.

¹³ FERREOL, GILLES et autre, dictionnaire de sociologie ,4 édition, Armand colin, paris, 2012, p16.

¹⁴ NAWEL GUELLAL, guide sur la communication associative et le plaidoyer, Algérie, septembre 2019, p 11.

¹⁵ HEBBACHE AZIZ, KHENTOUS ABDLEAZIZ, communication associative : concilier le fonctionnel et le relationnel, option communication et relation publique, 2017-2018 P 12.

Selon STEPHANIE la communication associative est une partie de la communication organisationnelle. Elle est liée en particulière à l'ensemble des actions de communication faites par une association donnée quel que soit son domaine d'activité en destination d'un public général au cible pour atteindre ses objectifs.¹⁶

I-3-4-2 Définition opérationnelle

La communication associative peut être définie comme l'ensemble des interactions entre une association et son environnement, elle vise à élaborer une stratégie de communication qui va mettre en commun un langage, une culture, un ensemble de valeurs en développant le sentiment d'appartenance à l'association.

I-3-5 La valeur de solidarité

I-3-5-1 Définition théorique

En étymologie mot solidarité remonte au radical « SOLID » de l'indo-européen qui signifie se mettre debout, se mettre en marche pour changer. En français, l'étymologie remonte au latin « solidus », c'est-à-dire solide.¹⁷

La solidarité est un sentiment de responsabilité et de dépendance réciproque au sien d'un groupe de personnes qui sont moralement obligées les unes par rapport aux autres. C'est une relation entre personnes ayant conscience d'une communauté d'intérêts, qui entraîne pour les unes, l'obligation morale de ne pas desservir les autres et de leur porter assistance..¹⁸

La solidarité, c'est ce qui unit des personnes dans un sentiment d'entraide. Ces personnes sentent liées car elles font partie de la même famille, ou vivent dans la même ville, le même pays, sur la même planète.¹⁹

I-3-5-2 Définition opérationnelle

C'est ce qui unit des personnes dans un sentiment d'entraide dans le but de venir en aide à d'autres individus qui se trouvent dans des situations difficiles.

¹⁶ Stéphanie Dupont, les enjeux d'internet dans la communication des associations, mémoire de D.E.S.S, 2002.

¹⁷ PAUL FRANCK, la solidarité, pour qui, pour quoi ?, ENEO focus, Belgique, février 2016, p2.

¹⁸ <https://www.toupie.org/dictionnaire/solidarite.htm> . Consulté le 19/05/2022.

¹⁹ <https://www.lumni.fr/video/C-est-quoi-la-solidarite> .

I- 4 Les études antérieures

Les études antérieures englobent l'ensemble des recherches qui traitent d'un angle ou d'un autre un sujet de recherche donné prit par un chercheur dans un domaine précis. Ces études peuvent être des mémoires de licence et de master, des thèses de doctorat et de magister... etc. Parmi les études qui ont traité de notre sujet de recherche, on cite trois :

➤ Etude 1

DEFLAOU ZINEB et Ismail DJOUHRA, étudiantes en master 2 communication et relation publique –université Abderrahmane mira Bejaia-année universitaire 2019-2020, les pratiques de la communication sociale à l'ère de l'espace numérique cas des associations d'intérêt générale de la wilaya de Bejaia.

Dans ce mémoire : les deux étudiantes ont lancé une question principale qui été représenter comme suite : « comment les associations d'intérêt général de la wilaya de Bejaïa assurent la diffusion de la communication sociale via le réseau social FACEBOOK ? »

Pour mieux cerner leurs problématiques posées, les deux chercheuses ont élaborés un cadre de recherche qui s'appuie sur les hypothèses suivantes :

1 les associations d'intérêt général de l'étude dressent une stratégie de communication digitale pour persuader la population cible de la pertinence de la communication sociale.

2 le réseau social FACEBOOK influence la manière d'adopter la communication sociale mise en place par les associations d'intérêt général de l'étude.

Dans la partie théorique de cette recherche se divise en deux 2 chapitres et chacun se compose de deux sections, le premier chapitre se focalise sur « la communication sociale d'association dans l'ère du digital » et dans ce chapitre on trouve la première section qui porte sur la communication sociale et l'arrivée du digital et la deuxième section sur les grandes causes des associations d'intérêt général.

Le deuxième chapitre intitulé « l'importance du numérique » qui se décompose en deux (2) sections : la première section englobe les réseaux sociaux comme opportunité à saisir et la dernière section touche les recommandations de la communication sociale à l'ère numérique.

Chapitre I Cadre méthodologique de recherche

La méthode utilisée dans cette étude est la méthode qualitative qui permet de donner du sens aux informations collectées sur le thème de recherche suivi d'une technique d'entretien.

Les résultats obtenus

A travers les résultats que nous avons obtenus de la part de nos enquêtés, nous avons constaté que l'intégration de réseau social FACEBOOK par les associations comme un moyen d'information et de sensibilisation dans la diffusion de leurs messages avec la multiplicité et la diversité des publications, permet de toucher un grand public externe.

Les associations d'intérêt général de la recherche utilise le réseau social Face book (qui rentre dans le cadre de la communication numérique) pour diffuser leurs messages vers des publics plus large, ces associations s'opposent de la communication sociale écologique, protection routière et santé publique, comporte les différentes activités et actions réalisées sur le terrain, ensuite rapporté sur les pages Fac book des associations de l'étude, pour mettre au courant le plus nombre personnes des régions locales et même au niveau national, sur les actions menées par chaque association.

➤ Etude 2

CHERDOUH Massinissa étudiant en master 2 Sociologie de la communication université Abderrahmane mira Bejaia –année universitaire 2020-2021 « le rôle de la communication préventive dans la sensibilisation aux incendies de forêts »

Cas d'étude : établissement de conservation des forêts D'AKBOU.

Cette étude consiste à savoir comment mettre en place une communication efficace pour mieux prévenir les incendies de forêts.

1. Le chercheur a voulu démontrer comment la communication pourrait-elle aider à prévenir et à sensibiliser à ses incendies ?

2. Et est-ce que la communication peut aider à diminuer les feux de forêts ?

Les hypothèses de recherche ont focalisé sur les incendies de forêts sont dus en grande majorité au facteur humaine.

Chapitre I Cadre méthodologique de recherche

La communication préventive et la sensibilisation aux incendies de forêts peuvent les réduire considérablement.

La méthode utilisée dans cette étude est la méthode quantitative qui permet aux chercheurs d'analyser les résultats, suivi d'une technique de questionnaires.

Parmi les résultats de l'étude nous avons énumérés les points suivants :

1. Les incendies de forêt sont dus en grande majorité au facteur humain et à leur inconscience et à la méconnaissance des risques.

2. La communication préventive et la sensibilisation aux incendies de forêts peuvent les réduire considérablement.

➤ Etude 3

KHIDHER Siham et OUYOUGOUTE SOUHILA sous la direction de la promotrice madame YAHIOAOUI SAFIA, niveaux master 2 anthropologie du monde amazigh année universitaire 2019-2020 « le rôle du mouvement associatif dans le maintien des liens de solidarité avec les citoyens »

Cette étude consiste à savoir le rôle du mouvement associatif dans le maintien des liens de solidarité avec les citoyens, les chercheuses ont voulu démontrer comment l'association ER-RAHMA contribue au tissage de bien de solidarité avec des citoyens ?

Pour mieux cerner leurs problématiques ont élaborés un cadre de recherche qui s'appuie sur les hypothèses suivantes :

1. La mobilisation l'implication les membres exécutifs des associations caritatives et les altruistes assurent une amélioration des conditions de vie personnes nécessiteux.

2. Chaque association peut choisir à sa guise son mode de fonctionnement, et définit elle-même les règles qu'il a régissent par conséquent elle peut fonctionner sans besoin de nommer un président, une secrétaire ou un trésorier.

I-5L'intérêt du choix du thème

Le choix de thème « communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité de citoyen en Algérie » est motivé par plusieurs considérations :

1. Comprendre comment la communication sociale associative peut valoriser la valeur de solidarité citoyenne lors des catastrophes naturelle ou humaines.

2. Acquérir plus de connaissance sur le domaine de la communication sociale associative.

3. Démontre le rôle de mouvement associatif dans la création d'un élan de solidarité.

4. Nous voulons savoir comment les associations organisent-elle leurs diverses actions. Notamment dans le plan communicationnel.

5. C'est un sujet qui traite l'actualité.

6. Déterminer puis analyser les enjeux et l'importance de la communication sociale associative au sien de la société durant une crise.

I- 6Les objectifs de la recherche

Comme toute recherche, notre recherche a plusieurs objectifs, que nous pourrions résumer dans les points suivants :

1. Enrichir le champ scientifique universitaire.

2. Mettre l'accent sur l'importance et rôle du mouvement associatif et de la communication sociale dans la valorisation de Solidarité lors de catastrophe naturelle.

3. Démontrer le rôle des mouvements associatifs à l'image des associations de la wilaya de Bejaia comment ont valorisé la valeur de solidarité entre les citoyens lors des moments de tragédie.

II- Démarches méthodologiques

II-1 Approche théorique adoptée

Il va sans dire que toute recherche scientifique se caractérise par une approche théorique qui s'inscrit dans une démarche logique qui peut être vue comme un ensemble spécifique de pratiques mise en œuvre a fin de rendre le parcours de démonstration et son cadre théorique claire, évidents et irréfutables.

Par conséquent, a fin de bien réaliser notre recherche, il est important d'identifier le cadre théorique à l'intérieur dans laquelle s'inscrit notre recherche. A partir de ce postulat, au regard du caractère général de notre recherche, des données recueillies et enfin des buts escomptés par celle-ci, notre socle théorique fait appel aux trois approches :

I-1-1 L'approche fonctionnaliste

Au sens large, le terme « fonctionnalisme » désigne un modèle d'analyse dans lequel les faits sociaux sont appréhendés selon la fonction qu'ils remplissent dans un système plus globale.

Cette approche sera intéressante pour notre cadre de recherche dans la mesure où elle va nous guider dans la découverte et l'analyse des diverses fonctions de la communication sociale au sein de la société il s'agira pour nous, de comprendre la communication en décrivent la fonction et la nature des messages qui sont véhiculés, et elle assigne à chaque membres dans le mouvement associatif les fonctions et les missions qu'il doit remplir.

I-1-2 L'approche de la communication engageante sociale et solidaire

La théorie de l'engagement initiée par Charles KIESLER au début des années soixante-dix et largement développée en France dans les années quatre-vingt-dix par des auteurs comme J-L.BEAUVOIS et R-V. Joule.²⁰ Pour KIESLER l'engagement est le lien qui relie l'individu par ses actes comportementaux. Le paradigme de la communication engageante représente un pont conceptuel entre la persuasion et l'engagement ²¹

²⁰[http://www.bibliovix.com/READER/docid/88806726/page/119?searchterm=La%20th%C3%A9orie%20de%20l%27engagemen%20bien%20GIRANDOLA, R-V.J. \(2017,01 11\) .Cairn . Consulté le 15/06/2022.](http://www.bibliovix.com/READER/docid/88806726/page/119?searchterm=La%20th%C3%A9orie%20de%20l%27engagemen%20bien%20GIRANDOLA,%20R-V.J.%20(2017,01%2011).%20Cairn)

²¹ BENMAMARA MELISSA, MENMAARA, le rôle des campagnes de communication pour la sensibilisation des citoyens de la crise sanitaire COVID-19, option communication et relation publique, université Abderrahmane mira Bejaia, 2020-2021.

Chapitre I Cadre méthodologique de recherche

Elle se propose d'étudier l'influence exercée par un message persuasif précédé d'un acte préparatoire engageant sur l'attitude d'un participant à l'égard d'un objet d'étude donné. La théorie de l'engagement s'applique Selon dans le cadre du concept de « soumission librement consentie »²²

François Bernard, la communication engageante a associé de différents enjeux sociétaux tels l'environnement, la santé, la citoyenneté et d'autres causes nécessitant l'apporte de la communication dans leur traitement dans le cadre de la communication sociale et marketing public.²³

La communication engageante est un effort de décision volontiers vers une action préparatoire qui visent à modifier les comportements des personnes effectives et affectifs et qui vise à leur amélioration dans des différents aspects, modifier ou rejeter des actions forcément plus sécuritaires.

La communication engageante regroupe la théorie de la persuasion et celle de l'engagement ; la persuasion touche le coté cognitif, elle consiste à convaincre et persuader les citoyens, les sociétés civile, les acteurs des opérateurs sociales, économiques, a participé a la valeur de solidarité soit financement, ou à travers des dons ou participer à l'extinction du feu.

Donc la communication engageante est une approche qui consiste à véhiculer une valeur (dans notre cas la valeur de solidarité) elle vise à améliorer la portée de la sensibilisation, l'adhésion et la persuasion de tous les acteurs de la société à participer à des campagnes de solidarité, que ce soit en faisant des dons ou en participant à l'extinction de feu de forets pendant cette catastrophe.

La communication engageante se base sur l'étude de l'engageant des acteurs de société ainsi la persuasion, l'adhésion et le changement d'attitude de leurs comportements. C'est une théorie qui consiste à convaincre, à sensibiliser à travers une communication par un message claire une cible bien identifié afin de créer un élan de solidarité.

²² BENAMAR Melissa, BENMAR MOUNI, le rôle des campagnes de communication pour la sensibilisation des citoyens de la crise sanitaire COVIDE-19, option communication et relation publique, université Abderrahmane mira Bejaia, 2020-2021, 17.

²³ FRANCOIS BERNARD, est professeur à l'université de province (Aix Marseille 1). Directrice du centre de recherche sur les pratiques de communication et de médiation(CREPCOM)

Chapitre I Cadre méthodologique de recherche

Cette approche nous sera d'une grande utilité. Elle constituera pour nous un socle permettant de comprendre et d'analyser différents messages et discours véhiculés dans le cadre de la communication sociale associative. De mesurer l'apport de cette dernière dans l'amélioration de degré de sensibilisation, de persuasion et l'engagement auprès des citoyens et autres acteurs de société que ce soit société civil ou autres opérateurs économiques, sociale public ...etc.

I- 1-3 communications participatives

Cette communication est paru vers les années 90 par Eric DACHEUX qui est chercheur dans un laboratoire communication et politique sous la direction de Dominique voltons ²⁴

Elle s'agit pour notre étude de démontrer et d'analyser de quelle manière la communication sociale mis en place par le mouvement associatif enter autre croisent rouge algérien comité de BEJAIA et association SOUBLE AL KHYARATEA amené l'implication de tous les membres des associations tels que les membres de bureau, les adhérents, les citoyens, la société civile et défirent acteur comme par exemple les opérateurs économiques, sociale, politiques dans le but de créer une certaine cohésion sociale entre ces différents parties et qu'elles puissent donner le meilleur à la société et d'avoir un esprit participatif.

II-2 Approche et outils méthodologiques

Tout travail scientifique nécessite une méthode, des techniques précises et des outils de collecte de données sur le terrain. Le chercheur doit adopter une méthode claire qui est définie comme étant : l'ensemble des opérations intellectuelles par lesquelles une discipline chercher à atteindre les vérités qu'elles poursuivent, les démonter, les vérifier. ²⁵

Selon JEAN LOUIS LAUBET DEL BAYLE, la méthode est définit comme l'ensemble des opérations intellectuelles permettant d'analyser, de comprendre et d'expliquer la réalité étudiée.²⁶

²⁴ Jean Marie-Pierlot, Thierry LIBAERT, communication des associations : spécificités par rapport à la communication d'entreprise .P7.

²⁵ Madeleine GRAUITZ, méthodes des sciences sociales, 11 ém édition, DALLOZ, PARIS(2001) p 351.

²⁶ LAUBET (D.B) jean louis, initiation aux méthodes de recherche en science sociale, l'harmattan, paris, 2000, p 120.

D'un autre côté QUANT à GRAWITZ, MADELEINE, définit la méthode est un ensemble des opérations intellectuelles permettant par lesquelles une discipline cherche à atteindre les vérités quelle poursuit, les démontre et le vérifie²⁷

II-3 Approche qualitative

En sciences humains l'étude qualitative est une manière d'aborder des phénomènes qui met l'accent sur la compréhension, elle a pour but de comprendre ou d'expliquer un phénomène.

Selon Maurice Angers « Elle permet de décrire ou de comprendre des témoignages plutôt que intégrer des résultats qualitative »²⁸

Dans notre recherche, nous opté pour une approche que nous estimons en adéquation avec la nature de sujet choisi, de son terrain en plus d'être susceptible de répondre aux interrogations soulevées et des buts escomptés.

L'approche qualitative vise à cerner la réalité et à recueillir des données de qualité pour notre thème de recherche, elle nous permettra également d'approfondir beaucoup plus sur notre terrain de recherche, et d'avoir des résultats plus pertinents .Cette méthode se caractérise par une procédure ouverte, qui a permis aux enquêtés d'exprimer librement leurs opinions, points de vue, elle instaure un véritable d'échange entre l'enquêteur et l'enquêté face à face.

II-4 Outils de recherches

Nous avons choisi les entretiens comme technique de recherche parce qu'il permet de recueillir rapidement des informations en comparaison avec le questionnaire. Son grand mérite est ce rapport communicatif humain et direct avec l'informateur, ce qui augmente la spontanéité et la crédibilité des actions et les raisons.

II-5 Définition de l'entretien

L'entretien est un fait de parole, il recueille un discours construit par l'enquête là où le questionnaire est un instrument de mesure et de saisie des données. L'entretien est fortement utilisé en sciences sociales et constitue une méthodologie de recherche pertinente pour qui s'intéresse à des populations particulières, dans un contexte donné.

²⁷ GRAWITZ, madeleine : méthodes de recherche en sciences sociales, Dalloz, paris, 2001, p 35.

²⁸ Ibid. p 60.

L'entretien est un mode d'accès efficace aux représentations et aux opinions individuelles, il engage ainsi des personnes (intervieweur et interviewé) dans une situation de « face à face » où l'interviewé veut généralement véhiculer une bonne image de soi. Par conséquent, des rapports sociaux se jouent dans un entretien et vont plus ou moins en faveur de la qualité des données collectées.²⁹

L'entretien permet d'avoir accès au point de vue des personnes, à leur expérience vécue, au sens qu'elles donnent à leurs actions. Il permet de rendre compte des systèmes de représentations et des pratiques sociales des individus.³⁰

II-6 Entretien semi directifs

Au regard de notre thème, les interrogations formulées, des objectifs tracés par notre recherche et enfin de terrain, notre choix s'est posé sur des entretiens semi directifs pour collecter les données, ce type d'entretien consiste : « est l'une des techniques qualitatives les plus fréquemment utilisées. Il permet de centrer le discours des personnes interrogées autour de différents thèmes définis au préalable par les enquêteurs et consignés dans un guide d'entretien. Il s'oppose en cela à l'entretien non directif qui se déroule très librement à partir d'une question. Ce type d'entretien permet ainsi de compléter les résultats obtenus par un sondage quantitatif en apportant une richesse et une précision plus grandes dans les informations recueillies, grâce notamment à la puissance évocatrice des citations et aux possibilités de relance et d'interaction dans la communication entre intervieweur et interviewé. Sans pouvoir chiffrer précisément dans quelles proportions tel jugement ou telle manière de vivre et de s'approprier un espace se répète, l'entretien révèle souvent l'existence de discours et de représentations profondément inscrits dans l'esprit des personnes interrogées et qui ne peuvent que rarement s'exprimer à travers un questionnaire.³¹

L'entretien semi-directif demande de la part de l'enquêteur une attitude plus ou moins directive : cette dernière pose des questions à partir de différents thèmes précis et déterminés au préalable. Il utilise ici un guide d'entretien dans lequel sera formulée une série de thèmes et de sous-thèmes soumis à l'interrogé. A la différence de l'entretien non directif qui vise à

²⁹Revue Linguistique et Référentiels Interculturels, volume 1, n° 1, Juin 2020

³⁰DR NASRE DINE SAHNOUN NABIL, mondialisation, industries culturelle et culture kabyle ?thèse de doctorat en science de l'information et de communication sous la direction de : PAUL RASSE professeur des universités, UNIVERSIT2 NICE SOPHIA –ANTIPOLIS, juin 2015, p 31.

³¹ RIPOND Romuald, Bulletin des bibliothèques de France, L'articulation entre enquêtes qualitative et quantitative : l'exemple des études menées à la bibliothèque nationale de France, Edition N°6, 2006, p.100.

rechercher des informations, l'entretien semi-directif oriente davantage le discours vers l'enquête. »

II-7 Guide d'entretien

Selon Alain Blanchet et al, le guide d'entretien est considéré comme: «un ensemble organisé de fonctions, d'opérateurs et d'indicateurs qui structurent l'activité d'écoute et d'intervention de l'interviewé »³²

L'accomplissement de l'entretien passe impérativement par l'élaboration d'un guide d'entretien. Dans cette phase qualitative les chercheurs se préoccupent de mécanismes ou de phénomènes encore peu étudiés. Le but n'est pas de tester des hypothèses, mais de construire des théories. Le défi consiste alors à se rapprocher d'un phénomène avec des questions de recherche et des concepts ouverts et adaptables tout en se préservant d'un intuitivisme naïf (« ce qui n'est d'ailleurs pas difficile puisque le chercheur, faisant souvent partie du phénomène qu'il étudie, peut difficilement se soustraire au savoir préexistant sur le phénomène, qu'il soit théorique ou de « sens commun »). L'objectif est d'aborder le phénomène de manière consciente et contrôlée, de trouver un équilibre entre une trop grande prédétermination du phénomène par le bagage théorique du chercheur et une trop grande ouverture face au terrain. C'est à partir de cette posture que les chercheurs de la méthode qualitative ont forgé le terme de « sensibilité théorique ».

Un guide d'entretien n'est pas une liste de questions pré formatées, car cette procédure ressemblerait à une sorte de questionnaire d'enquête. Le guide d'entretien doit présenter des thèmes et sous-thèmes directeurs qui seront abordés au cours de l'entretien. Il doit être précis, formalisé et organisé. En ce sens, le guide d'entretien d'enquête se distingue du guide d'un entretien exploratoire qui est plus ouvert et moins formalisé.³³ Notre guide d'entretien sera alors élaborer à la base de la problématique et les hypothèses de recherche formulées en vue des buts recherchés. Il contiendra des thèmes généraux et des sous thèmes.

³² BLANCHET Alain et al, (sous la direction de François de SINGLY), l'enquête et ses méthodes D'entretien, NATHAN, Paris, 1992, p.61.

³³ DESANTI Raphael et CARDON Philippe, p.65

II-8 Société de recherche

La population de recherche selon Maurice ANGERS est « un ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation³⁴

Notre société de recherche est constituée du mouvement associatif de la wilaya de Bejaia, dont nous avons sélectionné deux associations qui se sont mobilisées et engagées dans l'aide ou l'action de solidarité à cette région pendant cette tragédie naturelle, (association SOBOLLE AL KHAYARATE à Bejaia 300 logement et organisme croissant rouge algérien-comité de Bejaia). Ce choix est susceptible de nous fournir des éléments et réponses assez représentative de l'ensemble du mouvement associatif dans la wilaya de Bejaia.

II-9 L'échantillon de recherche

Selon ANGERS Maurice l'échantillon : « est un ensemble d'éléments d'une population donnée »³⁵

Notre choix s'est posé sur l'échantillon non probabiliste. L'échantillon non probabiliste est une méthode qui consiste à sélectionner des unités dans une population en utilisant une méthode subjective (c'est-à-dire non aléatoire) comme l'échantillon non probabiliste ne nécessite pas de base de sondage complète, c'est un moyen rapide, facile et peu coûteux d'obtenir des données.³⁶

Nous avons adopté le type d'échantillon non probabiliste le plus adéquate à notre thème de recherche par choix raisonné car notre population est circonscrite d'avance, là où nous avons désigné les membres actifs dans les deux associations ; président, vice-président, secrétaire générale, trésorier, membre deux assesseurs.

II-10 Difficultés rencontrées

➤ Au cours de notre recherche, nous avons rencontré beaucoup de difficultés, nous avouons que ce n'est pas du tout facile d'écrire un mémoire de centaines de pages ou toutes nos

³⁴ Maurice Angers I.P.M.S.H, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, les éditions CEC, 6^e édition, p98.

³⁵Ibid. P98

³⁶<https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/nonprob/5214898-fra.htm>

Chapitre I Cadre méthodologique de recherche

idées liées au sujet qu'on veut traiter doivent être rassemblées de manière cohérente et harmonieuse.

➤ Durant la réalisation des entretiens avec nos enquêtés, certains membres n'acceptent pas l'enregistrement avec un magnétophone ce qui nous pousse à prendre note rapidement.

➤ Certaines associations ont refusé de nous fournir les documents officiels de l'association.

➤ Les entretiens ont été réalisés en français, en kabyle et parfois en français et en kabyle en même temps, cette situation nous a pris beaucoup de temps dans la mesure où nous les avons transcrits.

➤ La non disponibilité de beaucoup de membres nous a énormément gênés dans la réalisation des entretiens.

Chapitre II

Cadre théorique de recherche

II-1 généralité sur la communication

II-1-1 Définition de la communication

La communication est un échange, une relation établie entre deux ou plusieurs interlocuteurs, elle évolue tout au long du processus. C'est un système composé de plusieurs éléments, reliés entre eux, qui donnent du sens aux messages échangés par les acteurs.

Le mot communication est d'origine latine (COMMUNICARE) il signifie le partage rendre commun ou transmettre (quelque chose). La transmission, le fait de manifester sa pensée ou ses sentiments par la parole, l'écriture, le geste et la mimique, dans le but de se faire comprendre. La relation, le fait d'établir une relation avec quelqu'un. ³⁷

II-1-2 Le processus de la communication

Un processus de communication est un processus de réciproque dans le quelle le message est transmis sous forme d'idées, de pensées, de sentiments, d'opinions ou d'une combinaison de ceux-ci, a fin d'atteindre une compréhension commune.

➤ Expéditeur :

La personne qui a l'intention de transmettre le message dans le but de transmettre des informations et des idées à d'autres personnes est connue comme expéditeur ou communicateur.

➤ Idées :

C'est l'objet de la communication. Il peut s'agir d'une opinion, d'une attitude, de sentiments, de points de vue, d'ordres ou de suggestions.

➤ Encodage :

L'objet de la communication étant théorique et intangible, son passage ultérieur nécessite l'utilisation de certains symboles tels que des mots, des actions ou des images, etc. la conversion du sujet en ces symboles est le processus d'encodage.

³⁷<https://fac.umc.edu.dz/snv/faculte/BA/2020/COMMUNICATION.pdf> consulte le 05/05/2022.

Chapitre II Cadre théorique de recherche

➤ Canal de communication :

La personne qui souhaite communiquer doit choisir le canal de transmission des informations, des idées, etc. ces informations sont transmises au récepteur par certains canaux qui peuvent être formels ou informels.

➤ Récepteur :

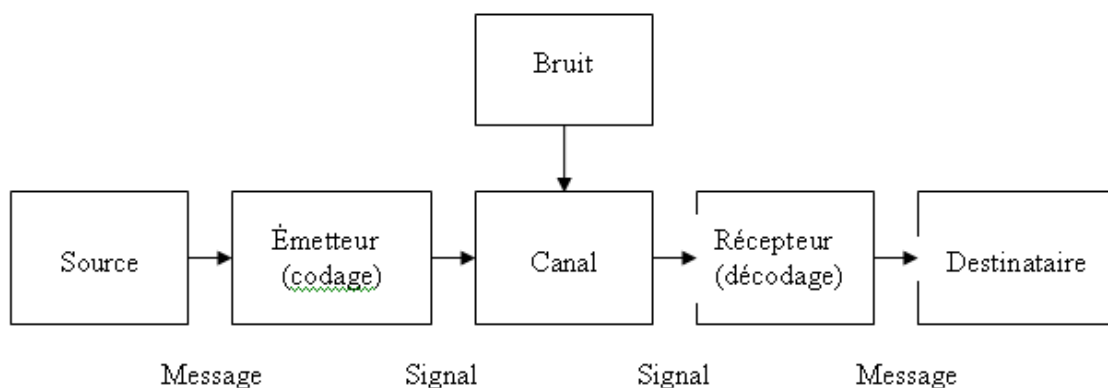
Le récepteur est la personne qui reçoit le message ou à qui le message est destiné. C'est le récepteur qui essaie de comprendre le message de la meilleure façon possible pour atteindre les objectifs souhaités.

➤ Décodage :

La personne qui reçoit le message ou le symbole du communicateur essaie de le convertir de manière à en extraire la signification pour qu'il puisse le comprendre complètement.

➤ Retour d'information :

Le retour d'information est le processus qui consiste à s'assurer que le récepteur a reçu le message et l'a compris dans le même sens que l'expéditeur l'a voulu.³⁸



- 1) La source d'information énonce un message ...
- 2) ... que l'émetteur va encoder et transformer en signal,
- 3) lequel va être acheminé par le canal,
- 4) puis décodé par le récepteur, qui reconstitue un message à partir du signal
- 5) et le transmet enfin au destinataire.

³⁸<http://www.ielovepme.com/Process+communication>

II-1-3 Les cibles de la communication

En communication la cible est constituée l'individu ou l'entreprises que l'on cherche à toucher par un programme de communication.

La cible est un public généralement compose d'homme et des femmes, des jeunes, d'entreprise ...répondant chacun à des sensibilités déférentes en ce qui concerne les captations et la transmission des messages aux autres composantes du groupes sociale.⁴⁰

II-1-4 Les objectifs de la communication

La communication possède trois principaux objectifs

II-1-4-1 Objectif cognitifs

(Faire savoir, informer) « C'est la transmission de message afin de développer une certaine connaissance comme l'élaboration des nouvelles lois intéressantes. Les objectifs cognitifs sont utilisés dans la stratégie de communication et pour la bonne marche des différents services en particulier la marche de l'organisation en générales. »

II-1-4-2 Objectif affectifs

(Faire aimer, émouvoir et toucher) on l'utilise surtout dans les campagnes de sensibilisation pour faire réagir le public et le pousser à prendre une opinion.

II-1-4-3 Objectifs conatifs

(Faire agir) ce sont des objectifs qui vise à susciter une réaction active ou a modifier le comportement du publics ciblé, ces objectifs sont réputé très difficile à atteindre.⁴¹

II-1-5 Les types de la communication

Il convient de distinguer quatre types de communication

³⁹ NAWAL GUELLAL, guide sur la communication associative et le PAUDOYER, septembre, 2019, p11.

⁴⁰ PIERRE MOUANDJO B. LEWI.PATRICE MBIANDA, théorie et pratique de la communication, édition l'harmattan, paris, 2010, p 32.

⁴¹ P. BEON, comment développer la communication INTERNE, NATHANE, paris, 1995, p09.

Chapitre II Cadre théorique de recherche

II-1-5-1 La communication interpersonnelle

C'est une communication directe qui se déroule entre deux personnes ; c'est-à-dire un émetteur et un récepteur.

C'est la discussion orale entre les individus qui constituent l'essence de la vie sociale.⁴²

II-1-5-2 La communication intra personnelle

C'est le dialogue interne qui se produit constamment dans l'esprit de chaque individu.

II-1-5-3 La communication de groupe

Ce type de communication se déroule entre les membres d'un groupe qui peuvent échanger entre eux.

II-1-5-4 La communication de masse

Ce type de communication correspond à la diffusion d'un message d'un émetteur vers un très grand nombre de récepteurs. L'aide des techniques de diffusion collective. Les instruments de cette communication sont les mass media (presse, radio, affiche, cinéma, Internet, tv...).⁴³

II-1-6 Les formes de la communication

II-1-6-1 La forme verbale

Emise par la parole, constituée de mots d'un langage donné. La communication verbale désigne l'ensemble des éléments d'information transmis par la voix lors d'une situation de communication (entretien de vente, Etude, enquête...), C'est une façon structurée et codifiée d'exprimer une idée, un besoin, ...etc.

La communication verbale est une forme linguistique d'expression qui passe l'énoncé des mots, généralement regroupés sous forme de phrases et de la signification est communément admise.

⁴²https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://management.savoir.fr/communication/&ved=2ahUKEwiP68HLr8j3AhUVtaQKHXTzARgQFnoECDCQAQ&usg=AOvVaw1vP4xeR_S4rmW8ntlmCv2X
consulte 05/05/2022.

⁴³<http://www.ielovepme.com/Process+communication>

II-1-6-2 La forme non verbale

La communication non verbale (ou langage du corps) Exprime principalement nos sensations intérieures (l'expression du visage, les gestes, l'intonation, l'attitude, les symboles, les expressions faciales, les mouvements corporels, le silence, les postures, le ton de la voix, le regard, les mimiques, le rythme de l'élocution et les vêtements ou l'apparence) qui complètent le message auditif. La communication non verbale exprime les émotions, les sentiments et les valeurs. Cette communication renforce et crédibilise le message verbal lorsqu'elle est adaptée, mais peut décrédibiliser ce même message si elle est inadaptée.⁴⁴

II-1-7 Le rôle de la communication

II-1-7-1 Dans l'entreprise

La communication lui permet d'avoir de la visibilité auprès du public et de faire les annonces de ses produits et service, elle lui permet aussi d'instaurer un climat d'entendre et de partage entre ses employées et les collaborateurs.

II-1-7-2 Dans la société

La communication a pour but de faire des échanges, et de faire partager des informations, des points de vue différents. Et de créer une certaine cohésion sociale au sein de la société.

II-1-7-3 Dans les associations

La communication est utilisée aussi comme moyen de prévention et de sensibilisation auprès de la société pour les impliqués dans la lutte contre les divers menaces (sanitaire ou sociale) ou de les inciter à changer leur comportement qui peuvent engendrer des risques.

⁴⁴<https://Fac.umc.edu.dz/snv/faculte/BA/2020/COMMUNICATION.Pdf>

II-2 La communication sociale

II-2-1 Définition de la communication sociale

La communication social peut être définie comme un système de pensée et d'action qui cherche à promouvoir la personne humaine prise individuellement, en tant que sujet autant objet de communication.⁴⁵

La communication nous semble être l'occasion que la société civile donne à ses diverses composantes de mieux se connaître et de dialoguer entre elle c'est la possibilité ouverte à tout citoyen ou groupe de citoyens d'entre librement et efficacement en contact avec n'importe quel autre citoyens, dans un climat de tolérance et de respect mutuel.⁴⁶

La communication sociale vise à créer des attitudes et des comportements positifs à l'égard de causes d'intérêts générales. Elle couvre un champ très vaste : l'environnement, la santé, la sécurité routière. Elle comprend la communication publique et la communication des associations relatives aux grandes causes nationales.

Cette communication s'inscrit dans une démarche scientifique qui tend de plus en plus vers un professionnalisme de haut niveau, la mise en application de cette démarche passe par des acteurs, qui constituent les acteurs de communication social, ces acteurs sont :

Collectivités territoriales, associations, syndicats, institution étatique (école, hôpitaux,)Des associations et sociétés dans la conduite d'une campagne de communication sociale, les partis politiques, les mairies.⁴⁷

II-2-2 Les acteurs de la communication sociale

Hervé Collet, distingue dans le champ de la communication sociale trois types

D'acteurs⁴⁸:

⁴⁵ COLLET, Hervé .communiquer, pourquoi, comment ? Le guide de la communication sociale, CREDIC édition : PARIS (2004) p 102.

⁴⁶ Ibid. p 66.

⁴⁷ STONKGER, <http://semioweb.mashparis.fr/ressources> en ligne /ENSEIGNEMENT /07_08/CLIM/1_cours_stokinger, PDF ,2007-2008 CONSULT2 LE 01/06/2022.

⁴⁸Op.cit. p10

Chapitre II Cadre théorique de recherche

➤ Ceux de l'économie sociale qui se réclament de la notion d'intérêt général ou à but non lucratif : les mutuelles, les coopératives et les associations

Gestionnaires.

➤ Ceux du monde militant, des syndicats, associations, organismes de droit public proches du système associatif comme les comités départementaux du tourisme où les conseils consultatifs.

➤ Ceux de la société civile.

II-2-3 Les objectifs de la communication sociale

La communication sociale a pour objectif principale de faire

1. Transmettre des valeurs pour créer et renforcer plus de liens de solidarité ;
2. Pouvoir informer sur des problèmes de caractère social pour ensuite faire prendre conscience ;
3. Redonner une voix et des pouvoirs aux personnes
4. Changer des idées ou des attitudes qui pourraient être mauvaises pour les personnes aussi bien au niveau individuel que collectif.
5. La communication sociale vise par ses campagnes les objectifs d'intérêt générale tels que : la sécurité, le renforcement des liens sociaux de proximité, la lutte contre les différentes formes de racisme, l'expression libre et la participation active de tous citoyens à la vie commune, la gestion de situations de crise, la gestion de l'espace public, la mise en place d'une stratégie de communication dans le cadre de sensibilisation.⁴⁹

II-2-4 Les formes de la communication sociale

Comme la montre STOCKINGER la communication sociale en tant qu'activité professionnelle recouvre dans des aspects hétéroclites liés aux relations entre citoyens, collectivités, associations, syndicats etc. Elle s'attache la plupart du temps à modifier les représentations du destinataire pour répondre à des problématiques d'intérêt générale, comme la sécurité, les

⁴⁹ STOCKINGER, http://semioweb.Mshparis.fr/ressources_enligne/Enseignement/07_08/Clim/1_cours_stokinger_10_10_2007.PDF, 2007-2008.

Chapitre II Cadre théorique de recherche

inégalités, la citoyenneté, le renforcement des liens sociaux, la liberté d'expression, et la participation à la vie collective

II-2-4-1 Une communication multiforme

La communication sociale peut prendre différentes formes, pour n'en citer que quelques-unes :

- L'éducation (alphabétisation, acquisition de compétence, éducation civique ...)
- La communication alternative (presse, radio, télé et web associatifs, réseaux sociaux ...)
- La communication religieuse (animation pastorale scolaire, application des principes islamiques dans la vie quotidienne ...)
- La sensibilisation militante en faveur d'une idée (Greenpeace, campagne anti gaspi, anti plastique ...)

II-2-4-2 une communication de projet

Dans certaines organisations, comme ONG, la communication sociale recouvre toute l'initiative de communication ayant pour but d'améliorer l'opérationnalité des projets.

La communication sociale permet de trouver la voie développer au sien d'une communauté un état d'esprit pour faire face aux enjeux de son propre développement. Pour ce faire compte tenu des différentes missions assignées à la communication sociale, elle peut être : éducative, persuasive, instructive, délibérative, participative.⁵⁰

II-2 -5 Les supports et le dispositif technique de la communication sociale

- Le recours à des modes de communications plus directe et participative (réunion, spectacles « de rue », « jeux de rôles de sociétés, simulations théâtrales
- L'utilisation des salons l'expression« petits médias » (radioamateur, tracts, affiches, ...)
- L'émergence de circuits « alternatifs » de communication en utilisant notamment

⁵⁰ DIOP, CARMEN. LARTE DE COMMUNICATION SOCIALE POUR QUOI FAIRE ? COMMENT S'Y PRENDRE ? tom 1, (2018), p45, 48.

Chapitre II Cadre théorique de recherche

- Les technologies audiovisuelles (radio, télé) sous forme d'associations, de groupements indépendants, etc.
- Les technologies numériques (sites web associatifs, téléphones mobiles, ...) ⁵¹

La communication social est l'ensemble des actes des communications qui visent à modifier des représentations des comportements au a renforcer des solidarités elle consiste à partager des valeurs au sein de la société.

II-3 Le mouvement associatif

II-3-1 Définition et organisation

BLUMER définit un mouvement associatif comme ensemble d'actions visant à établir un nouvel ordre de vie.

Selon TOURAINÉ, définit un mouvement associatif comme l'action conflictuelle d'agents de classe sociale luttant pour le contrôle du système d'action historique. ⁵²

De ces deux définitions, il ressort qu'un mouvement associatif est généralement une action de contestation à l'encontre d'un certain ordre établi, mené par des individus appartenant à des classes sociales opposées, dont l'objectif est de rétablir l'équilibre. Pour ce qui est du mouvement associatif.

GRAWITZ définit comme un ensemble de groupes plus ou moins étendu et organisé poursuivant un but de changement. ⁵³

BATLIWALA cité par YANDA EDITH définit un mouvement associatif comme un ensemble organisé et constitué dans le temps autour de membres visibles, ayant un objectif politique commun de changement. ⁵⁴

⁵¹ http://semioweb.msh-paris.fr/escom/ressources_enligne/Enseignement/07_08/clim/2_cours_stocknger_17_10_2007.pdf consulté le 31/05/2022 à 14h31.

⁵² Vincent de PAUL DOBAHD JAKD JING, contraintes internes des mouvements associatifs : l'expérience de la MUFOPRA, INJS-diplôme de conseiller principal de jeunesse et animation 2015, p 22.

⁵³ GRWITIZ, M, LEXIQUE DE la science sociale, DALLOZ, paris (1996).

⁵⁴ M .YANDA, mouvement associative et éducation civique des jeune au seine des clubs scouts et éthique des établissement scolaire ,2012-2013.

II-3-2 Rôles et missions de mouvement associatif

Le monde associatif des patients est en forte croissance, à la fois en nombre d'associations, en nombre d'adhérents et sympathisants, en actions conduites et en moyens humains et financiers⁵⁵.

Les associations à but non lucratif, ont pour principal objectif de proposer des services non marchands destinés à satisfaire leurs adhérents ou l'ensemble d'une population (action humanitaire, par exemple), conformément à leur objet. Elles peuvent se voir confier une mission de service public par une organisation publique. Les adhérents sont à la fois des fournisseurs de ressources (cotisations, bénévolat, moyens matériels, etc.) et des utilisateurs des services produits.⁵⁶

Toutefois ce monde forme un ensemble très hétérogène, avec des associations diverses en termes d'objet social, de nature des actions, d'histoire, de composition et de représentativité, de moyens, de vocation locale, nationale ou européenne

Des associations à but lucratif ont pour objectif principale objectif de proposer des services non marchands destinés à satisfaire leurs adhérents ou l'ensemble d'une population (action humanitaire par exemple).

Ces associations conduisent des missions très diverses, information, accueil, entraide, soutien, des personnes concernées, sensibilisation du public développement et gestion des programmes section.⁵⁷

II- 3-3 Rôle sociale de mouvement associatif

Le mouvement associatif a pour principale objectif de produire des biens aux services sans chercher un profit dans différents domaines de la vie. Ou de là on peut distinguer plusieurs rôles :

➤ Favoriser le développement d'une force associative utile et créative dans une période marquée par l'accroissement des inégalités et le désenchantement.

⁵⁵YANNE Le Cam, le rôle des associations dans le respect et l'observation du droit individuel et collectif, a DSP, n036, 2001, p.30.

⁵⁶ -associations https://www.assistancescolaire.com/eleve/1stmg/management-des-organisations/viser-le-cours/quel-role-pour-les-1stmg_man_05

⁵⁷YANNE Le Cam, le rôle des associations dans le respect et l'observation du droit individuel et collectif, a DSP, n036, 2001, p.30.

Chapitre II Cadre théorique de recherche

- Créer et renforce des liens sociaux promouvoir une citoyenneté active et contribuent à la résolution des crises économique, sociale.
- Construire une société solidaire qui fait une place à chacun et chaque une.
- Réveille la démocratie et offert la capacité de dire et de faire ensemble.

II-3-4 Mouvement associative en Algérie

La création des premières associations en Algérie remonte au début du 29ème siècle la faveur de la promulgation de la loi française « loi 1991 », sur les associations .Elle donne naissance à plusieurs association sportives, culturelles(les NAWADI ou club culturels) ,à des associations estudiantines (l'association des étudiants musulmans d'Afrique du nord),religieuses (association des oulémas algériens),à l'organisation des scouts musulmane algériens .ces associations jouent un rôle important dans la mobilisation de la jeunesse algérienne contre le colonialisme française .la loi 1991 restera en vigueur après l'indépendance ,jusqu'en 1971 ,ou elle est abrogée par ordonnance .

A cette époque, il est recensé quelque 3000 associations, essentiellement des associations sportives et des associations religieuses qui s'occupent de la gestion des mosquées 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 parent d'élèves, etc.. En compte lors 11000 associations.

Suite aux événements d'octobre 1988, et à la faveur de la libération 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 des associations. tous les champs sociaux sont investis : culture, patrimoine environnement, protection des consommateurs, droits des femmes, santé, jeunesse, patronat, etc. Jusqu'en 2006, on dénombrait, environ 58000 association dont 1000 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 loi12-06. Plus de 93 000

Chapitre II Cadre théorique de recherche

associations agréées sont recensées, à ce jour, selon les chiffres du ministère de l'Intérieur algérien.⁵⁸

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 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 :

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.

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.

Economique 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.

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.⁵⁹

⁵⁸AKKOUCHE Soraya, manuel pour les associations algériennes, édition, Fondation Friedrich Ebert, 2012, p.9.

⁵⁹ <http://www.forem.dz/index.php/fr/activites/v/126-lavenir-du-mouvement-associatif-en-algerie> consulté le25/05/2017

Le mouvement associatif est un acteur indispensable au développement et à la cohésion sociale, il véhicule des valeurs qui séduisent les citoyens, et ils offrent un meilleur équilibre dans leurs vies

II-4 La valeur de solidarité citoyenne

II-4-1 Définition de la solidarité

La solidarité, comme son nom l'indique est une force et une valeur essentielle qui contribue au développement sociale et même économique, c'est aussi un engagement à l'amélioration du présent pour un avenir meilleur par le partage des savoirs, des expériences, des cultures, ouvrant sur des horizons inconnus ...etc. . Elle est aussi essentielle parce qu'elle est la voix de la paix, de la réciprocité, de l'équité des luttes communes par la protection de l'environnement, de l'égalité entre les femmes et les hommes.⁶⁰

II-4-2 Les principes de la solidarité

La solidarité est un comportement humain qui atténue les souffrances et qui vient en aide aux gens en cas de besoin. Elle repose sur différents principes qui sont comme suit :

II-4-2-1 La solidarité religieuse

La solidarité religieuse tire son origine des principes religieux, il est liée à l'existence surtout des biens « HABOUS », les HABOUS comprennent des biens immeubles, des terres et des rentes agricoles telle que le fruit des oliviers, les revenus de ces HABOUS sont d'une grande utilité, pour assurer dans les petites localités des fonctions d'intérêt collectif, il y'a aussi les WAKF, qui est un bien invendu conservé au sein d'une famille et qui devient un HABOUS publique, ensuite il y'a la zakat, ou aumône, troisième pilier de l'islam qui est une obligation religieuse imposée annuellement sur les ressources financières, le bétail, les marchandises, les ressources extraites du sol, les fruits, les légumes, céréales et elle est redistribuée aux pauvres et aux nécessiteux afin de vivre d'une manière décente .⁶¹

⁶⁰ VIEV ARD LUDOVIC, les fondements théoriques de solidarité et leurs mécanismes contemporains, grand LYON (direction de la perspective et du dialogue publique)

⁶¹ AHMED ZAID Malika, BENAMAR Karima, Economie sociale et action sociale territoriale : les innovations des associations à caractère en Kabylie, p05.

II-4-2-2 La solidarité familiale

La solidarité est un principe de cohésion appliqué à un grand donné, circonscrit. Il suppose un sentiment d'appartenance et l'existence d'une définition au moins implicite du groupe. Or si la famille est bien ressentie ou vécu comme une unité naturelle, elle est aussi et surtout une construction culturelle : on peut appartenir à une famille par les liens de sang, du mariage, de l'adoption, mais auparavant par le fait de la domesticité.

Ainsi des membres assez divers pouvaient appartenir à une famille ou dans ce sens plus ancien, à une maisonnée : aussi, pour naturelles qu'elles aient paru certains auteurs, les solidarités familiales ne sont pas libérées de toutes contraintes. Elles obéissent à un ensemble de règles, les quelles ont pu être formalisées tardivement par le droit civil, qui organisent les obligations d'assistance entre parents et enfants et fixent une vision normative de la solidarité familiale.⁶²

II-4-3 L'importance de solidarité des citoyennes

Se sentir solidaire, c'est d'abord aimer son prochain et accepter de l'aide, la solidarité est utile à la société, car elle rend la société plus équilibrée et sereine, elle est aussi bénéfique à l'individu dans sa vie quotidienne.

La solidarité est le comportement qui garantit un soutien en cas de difficulté. Elle apporte de l'aide, soutenir les plus faibles encourager ses semblables est une application de la loi de l'amour.

La solidarité est un moyen de garantir la stabilité d'une société. En effet, elle permet d'offrir à chacun les moyens de vivre correctement. Et de limiter les trop fortes inégalités sociales.⁶³

II-4-3 But de solidarité

➤ La solidarité représente une relation d'aide entre des personnes partageant les mêmes intérêts afin de poursuivre leurs objectifs.

➤ La solidarité importante pour lutter contre l'isolement

⁶² Ludovic VIEVARD, les fondements théoriques de la solidarité et leurs mécanismes contemporains, GRAND LYON cedex 03, mars, 2012, p 31.

⁶³https://www.opc-connaissance.com/mieux_vivre/solidarite.html.

- Elle sert à stabiliser la société et à créer un monde plus juste.

II-4-4 En Algérie

Les initiatives sociales et solidaires existent en Algérie depuis la période coloniale, sous forme traditionnelle et religieuse se sont transformées en voie associatives.

Ces initiatives solidaires se sont considérablement développées pour faire face à la marginalisation d'une partie de la population.⁶⁴

Exemple : la solidarité en Kabylie

En Kabylie l'organisation sociale repose sur les principes de solidarité qui se manifestent dans le cadre de l'organisation familiale et tribale, cette organisation garantit une cohésion et cohérence à la société, elle se fonde sur un mode de représentation qui dicte l'ensemble des équilibres sociétaux auquel personne ne peut se soustraire et auquel chacun doit contribuer.⁶⁵

Dans le cadre familial, villageois ou tribal la « **TOUIZA ou TIWIZI** » constitue une forme de coopération et de mutualisation qui permet la mobilisation des ressources humaines et la mutualisation des moyens matériels, pour la réalisation d'un travail au profit d'une famille, comme la récolte d'olives ...etc.

Les actions de la TOUIZA ont contribué à la construction des structures communautaires comme les mosquées, les écoles, les maisons ...etc. ainsi qu'à tous les travaux d'utilité communautaire, cette forme de solidarité a pour objectif de créer des liens sociaux, et de lutter contre toute forme d'exclusion de précarité et de pauvreté.⁶⁶

Au terme de cette partie, nous comprenons que la solidarité reste le principal organisateur de toute vie collective, il n'existe pas une société humaine sans solidarité entre ces membres.

⁶⁴ Op.cit. P10

⁶⁵ AHMED ZAID Malika, BENAMAR Karima, Economie sociale et action sociale territoriale : les innovations des associations à caractère en Kabylie, NANCY 5- 2012 P 3.

⁶⁶ TAFOUK KTIBA, le rôle des associations caritatives dans le développement de l'action solidaire, option sociologie du travail et des ressources humaines, 2018, pp 54 ,55 .

Chapitre III

Cadre pratique

III-1 Présentation des données de recherche

La partie pratique est une partie importante de la recherche scientifique car elle reflète le fruit des efforts déployés par le chercheur tout au long de sa recherche et du développement de ses capacités, et à travers notre thème d'étude intitulé « le rôle de la communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité des citoyens en Algérie », nous avons choisi trois associations actives aux niveaux de la wilaya De Bejaia, sachant que notre stage à été effectué au niveau de l'organisation du croissant algérien comité de Bejaia.

Notre enquête s'est déroulé au sien de trois associations ; **SOBOL AL KHAYARATTE**, **ASSOCIATION DES CHASSEURS AKBOU** et **CROISSANT ROUGE ALGERIEN COMITE DE BEJAIA** du 17/03/2022 jusqu'au 31/05/2022, nous avons effectué des entretiens avec les membres de ces trios organisations associatives. Afin de répondre à nos interrogations et hypothèses de recherche nous avons réalisé nos entretiens avec 15 adhérents.

Le tableau suivant va nous montrer la liste des interviewés des trois associations :

Organisation de croissant rouge comité de BEJAIA

Nom	Age	Statu	Lieu	Durée de l'entretien
GHEMARI ABDELMALEK	27ans	1 ^{er} Vice-président	IHEDDADEN BEJAIA	13minutes
ZEDIRI SALIM	44ans	Trésorier	AMRIWE BEJAIA	17minutes
BENKHTACHE SYLIA	29ans	Secrétaire	CARTIER SEGHIR BEJAIA	17minutes
BEN ALOUCHE ABDELGHANI	36ans	Secrétaire adjoint	AMRIWE BEJAIA	12minutes
BOUGUETAYA SAMIR	33ans	Assesseur	CHARIAA BEJAIA	8 minutes
BOUZID BELKACEM	60ans	Président	Bejaia	20 minutes
CHAOUAT SLIMANE	40ans	Assesseur	NACIRIA BEJAIA	10 minutes

Chapitre III Cadre pratique

Association SOBOL AL KHAYARATTE

Nom	Age	Statu	Lieu	Durée des entretiens
DJAMEL AMROUNE	46ans	Président	IDIMCO BEJAIA	30 minutes
YAHIAOUI NADIA	45ans	Secrétaire	300 LOGMENT IHDDADEN BEJAIA	15 minutes
FERHAT NADIA	44 ans	Assesseur	IHEDDADEN BEJAIA	7 minutes
ZMOURI KARIMA	35ans	Assesseur	IHEDDADEN BEJAIA	7minutes

Association des chasseurs tala AKBOU

Nom	Age	Statu	Lieu	Durée des entretiens
RABAH KERDJADJ	45ANS	Président	CHELLATA AKBOU	21 minutes
IDJENNADENE NORDINE	44ans	Assesseur	IGHIL OUMCED AKBOU	15 minutes
LOUALIA ABDELKADER	38ans	Assesseur	AKBOU	10 minutes
MEDJEBER MUSTAPHA	33ans	Assesseur	AKBOU	9 minutes

III-2 Présentation de l'organisme d'étude

Préambule

Ce chapitre sera consacré A la présentation de l'organisme d'étude (**croissant rouge algérien comite de wilaya de Bejaia, association des chasseurs AKBOU et association SOBOLE AL KHAYARATTE**) ou nous allons présenter l'historique, la situation géographique, ainsi que les activités et les actions de chacune et enfin leurs structures organisationnelles.

III-2-1 Croissant rouge algérien comite de wilaya de Bejaia

III-2-1-1 Historique

Le mouvement international des conflits arm la Croix-Rouge et du croissant-rouge est le plus grand réseau humanitaire au monde. Sa mission est d'alléger les souffrances humaines, de protéger la vie et la santé et de faire respecter la dignité humaine, particulièrement dans les conflits armés et d'autres situations d'urgence. Le mouvement, qui est présent dans tous les pays, est soutenu par des millions de volontaires.

Le mouvement n'est pas constitué d'une seule organisation : ils comparent le comité international de la croix rouge (CICR), la fédération internationale des sociétés de la croix rouge et du croissant rouge et les 189 sociétés nationales. Chacune de ces composantes à sa propre identité juridique et son propre rôle, mais elles sont toutes unies par sept principes fondamentaux, humanité, impartialité, neutralité, indépendance, volontariat, unité, universalité.

La société nationale du croissant-rouge algérien est le plus ancienne organisation humanitaire d'Algérie. Elle a été fondée à Tanger en 1956, au plus fort de la lutte pour l'indépendance, ET a été reconnue par décret du 6 septembre 1962 comme auxiliaire des pouvoirs publics.

III-2-1-2 Ses objectifs

Il a pour objet général de prévenir, d'alléger les souffrances humaines et d'intervenir partout où le besoin se fait ressentir, là où il convient de protéger la vie et la santé des citoyens, là où elle doit être entretenu l'esprit de solidarité et de compréhension, en toute impartialité et sans discrimination de nationalité, de race, de sexe, de religion ou d'opinion politique.

III-2-1-3 Ses missions

Ses missions sont nombreuses et diversifiées à l'échelle nationale et internationale. À l'échelle nationale le croissant- rouge algérien agit en tant qu'auxiliaire des pouvoirs publics dans tous les domaines relevant de sa vocation en coordonnant ses actions avec les services des ministères concernés.

III-2-1-3-1 Mission humanitaire sur Tizi-Ouzou

Au déclenchement des incendies au niveau de Bejaïa et Tizi-Ouzou ; le comité de wilaya du croissant rouge algérien, a dépêché des aides humanitaires au niveau de ces deux wilayas sinistrées.

En date du 12 Aout 2021 ; nous ont dépêchés une équipe de secouriste en nombre de neuf(09), un camion et un fourgon pour le transport des produits alimentaires ; des habits, de la laiterie et des produits pharmaceutiques de première nécessités ; cette équipe est restée jusqu'au 18/08/2021 puis rapatriée sur la wilaya de Bejaïa.

III-2-1-3-2 Wilaya de Bejaia

Le 12 Aout 2021 ; un premier don d'eaux (20 fardeaux) a été envoyé vers la commune de TOUDJA, avec une équipe d'intervention.

Une seconde équipe d'intervention est dépêchée sur les communes de BARBACHA et KENDIRA, cette équipe d'intervention est composée de seize (16) secouristes du comité de wilaya, du comité local de SEDDOUK et du comité locale D' AKBOU.

En date de 16 AOUT 2021 une autre équipe d'intervention de AIN BENIAN d'Alger est venue renforcer est venue de renforcer l'équipe de Bejaïa au niveau de la commune de BARBACHA composée de quatre médecins spécialistes, des infirmiers et de secouristes.

III-2-1-3-3 Quelques activités de l'association

A- Secoure et secourisme

Chapitre III Cadre pratique

- La formation en premier secour
- Le secour à personnes
- Les couvertures sanitaires des différents événements sportives et autres...

B- Actions sociale

- Aide sociale en tout genre (kits alimentaires, vêtements, ustensiles, laiteries...)
- RLF rétablissement des liens familiaux (recherche de disparus, visite de prisons...)

C- Santé

- Prise en charge médicale pour les nécessiteux (ordonnances- imageries médicale- opérations...)
- Pharmacie gratuite
- Don de médicaments et consommables aux établissements de santé, organismes et associations.
- Transport de malades gratuit.

D- Gestion des catastrophes naturelles

- Réponse aux catastrophes naturelles et technologiques
- Gestion logistique, interventions et secours, gestion médicale

III-2-2 Association des chasseurs AKBOU

L'association des chasseurs AKBOU est créer par une équipe de bénévoles actifs, son siège social se situé au village d'AKBOU wilaya de BEJAIA.

III-2-2-1 Les activités de l'association

- La protection de la faune et la flore
- Le nettoyage de l'environnement, de la montagne

Chapitre III Cadre pratique

- Le reboisement
- Réaliser les campagnes de sensibilisation contre les feux de forêts
- Formations sur la chasse

III-2-3 Association SOBOL AL KHAYARATTE

L'association SOBOL AL KHAYARATTE est une association à but non lucratif est créer par con fondateur DJAMEL AMROUNE , son siège sociale se situe à la ville d'IHDADEN wilaya de BEJAIA, parmi ses collaborateurs ; en premier lieu, la mosquée DE ALI BEN ABI TALIBE ,en deuxième lieu créateur de la page FACEBOOKE « BEJAIA soit observateur » , les services sécuritaires (la police et la gendarmerie nationale),en troisième lieu la protection civile, et la direction des affaires religieuses , ainsi que les organes médiatiques tels que la radio Soummam .

III-2-3-1 Les activités de l'association

- Chercher et soigner des refuges pour sans-abri
- Soins pour accroitre la sensibilisation à la santé
- Rationaliser la collecte et la distribution des performances de zakat
- Contribuer à résoudre des problèmes tels que faciliter le mariage des jeunes et prendre soin des orphelines
- Compagnes volontaires telles que le reboisement d'arbres, l'hygiène

III-3 Présentation des résultats

Dans cette partie de notre étude, nous allons exposer les données personnelles enregistrées pendant l'enquête.

III-3-1 Les caractéristiques des enquêtés selon le genre

Genre	Effectif
Femme	04

Homme	11
Totale	15

Ce tableau représente les caractéristiques de nos enquêtés selon le genre :

D'abord, nous observons que le genre féminin regroupe 04 enquêtés. Ensuite le genre masculin comporte 11 enquêtés. Par rapport au tableau ci-dessus répartissant l'échantillon selon les caractéristiques des enquêtés selon le genre nous remarquons que le genre masculin détient la première place.

III-3-2 les caractéristiques des enquêtés selon l'âge

L'âge	Effectif
[25-35ans]	03
[35-45ans]	10
[45-60ans]	02
Totale	15

Nos interviewés se répartissent selon trois tranches d'âges. Les données de ce tableau montrent que la majorité des interviewés sont situés dans la catégorie d'âge [35-45ans], tandis que la catégorie [25-35ans] enregistre 03 effectifs, suivie de la catégorie d'âge [45-60ans] qui enregistre aussi 02 enquêtés.

Par rapport aux classes ci-dessus, on distingue que la majorité des interviewés se sont de catégories d'âge [35-45ans]. Cela explique par le fait qu'ils font partie de la catégorie active, en particulier parce qu'ils ont de l'expérience de travail, de la maturité, et des connaissances en la matière de communication avec autrui.

III-3-3 les caractéristiques des enquêtés selon le poste qui occupent au sein de l'association

Statu occupé	Effectifs
Président	03

1 ^{er} Vice-président	02
Secrétaire générale	03
Trésorier	01
1 ^{er} adjoint trésorier	01
Membres assistants	05
Totale	15

L'analyse et l'interprétation de données de ce tableau nous montre ou démontre un aspect assez hétérogène des sujets interviewés, des postes de responsabilité qu'ils occupent au sein des associations sélectionnées. Cela suggérerait une diversité de profils sensée constituer un atout et une complémentarité dans la mise en place de l'action de communication.

III-3-4 La communication

III-3-4-1 Personnes ou services en chargé de la communication

Personnes ou chargé de la communication	Effectifs	Arguments
président	10	-« ...réglementairement la tâche de la communication revient au président ... » -« ... autant que président je dirais je suis moi-même le chargé de la communication... »
Secrétaire générale et les assesseurs	05	-« ... la communication nécessite les efforts de tous les membres de l'association... » -« ... selon mon savoir la communication au sein de l'association reste un travail d'équipe... » -« spécifiquement y'a pas un chargé de communication généralement le président occupe de la communication à l'extérieur par

Chapitre III Cadre pratique

		<i>contre à l'intérieur c'est le secrétaire général qui s'occupe d'elle... »</i>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------

Le tableau ci-dessus montre les personnes ou services en charge de la communication au sein de l'association. L'analyse de nos interviewés nous permet de remarquer que le président est au centre de la prise en charge de la communication au sein de la plupart des associations.

Cela expliquerait l'absence du poste de chargé de communication au sein de l'ensemble des associations approchées. Par ailleurs, ce constat dénote une absence de vision de stratégie claire au sein des mouvements associatifs algérien et en particulièrement la wilaya de Bejaia dans la mise en œuvre d'une communication associative pertinente. La verticalité décisionnelle, la communication descendante d'en haut vers le bas, le manque de concentration et d'interaction entre les différents membres qui constitue l'association. Ce constat pourrait avoir des conséquences palpables sur l'action de communication, sa mise en œuvre sur le terrain et donc son efficacité. Ce qui potentiellement pourrait entraîner une incapacité d'influencer son public et les persuader de leurs projets.

III-3-4-2 Différents moyens, technologies, humains et financiers

III-3-4-2-1 Les moyens technologiques

Un interviewé de l'association des chasseurs tala AKBOU à exprimer ceci « *Les moyens technologiques sont pour transmettre l'information sous différents formes (texte, son, audio vidéo, image), nous préférons le média classique tel que la radio et la plateforme numérique comme les réseaux sociaux ... »*

Une seconde interviewée de l'association de SOBOLE AL KHYRATTE « *les moyens technologiques sont essentielle dans chaque association, ils nous facilitent la tâche de transmettre facilement l'information à un large public dont nous considérants la plateforme numérique tels que les réseaux sociaux et l'internet parmi les moyens les plus utilisés par notre association grâce à son fluidité et son flexibilité »*

un enquêté de l'organisation croissant rouge comité de BEJAIA a confirmé « *L'efficacité d'une bonne communication et circulation de l'formation au sein de l'association revient aux moyens utilises , je dirais autant que nous sommes dans la génération de la nouvelle technologie, nos comme organisation associative nous focalisons sur les nouvelles moyens tels que l'internet*

Chapitre III Cadre pratique

l'audio-visuel, les réseaux sociaux dont souvent nous ferons des LIVES à notre public bien sûr nous oublierons jamais les médias traditionnelles surtout la radio (Soummam) et l'un des médias qui nous permet de diffuser nos informations »

Selon les réponses de nos interviewés, nous remarquons que les trois associations ont confirmé qu'elles utilisent particulièrement la plateforme numérique comme moyens technologiques tels que les réseaux sociaux, l'internet et l'audiovisuel.

Ce constat pourrait s'expliquer par le fait que ses derniers sont plus accessibles, par leur vitesse de véhiculer l'information mais surtout par leur fluidité et flexibilité. Elles offrent par ailleurs la possibilité à tout le monde d'échanger, d'interagir et de diffuser son information le plus vite possible notamment entre l'association et son public.

III-3-4-2-2 Les moyens humains

Un enquêté de l'association SOBOL AL KHAYARATTE a avancé ceci « *les moyens humains sont le bureau de l'association dont on trouve, le président, secrétaire générale, le trésorier, membres assistants »*

Un autre enquêté de l'association des chasseurs tala AKBOU dira que « *les adhérents de l'association tels que le président, le secrétaire générale le trésorier et parfois dans les moments difficiles on fait appel aux journalistes de la radio Soummam et bien sûr les bénévoles. Le moyen humain est indispensable dans chaque organisation, institution, association, pour moi je dirais tous les personnes qui sont en liens avec l'association sont considérés parmi les moyens humains ».*

En effet les moyens humains sont incontournables dans la vie d'une association ils lui permettent de gagner sa notoriété et de garder son image surtout d'assurer sa place dans son entourage.

III-3-4-2-3 Les moyens financiers

Selon un enquêté de l'association des chasseurs tala AKBOU« *pour les moyens financiers nous avons seulement les cotisations de nos adhérents comme source de financement... ».*

« Une association a besoin de fonds pour financer heureusement y'a des dons et des cotisations des adhérents les subventions » déclaration d'un enquêté de l'association SOBOL AL AKHAYARATTE

Nous déduisons qu'il est important pour une association d'avoir des ressources financières dont ces derniers sont parmi les facteurs qui permettent la réussite de ses projets et son développement.

III-3-5 La Communication sociale associative

III-3-5-1 Stratégies et objectifs de l'association

La communication dans une association est importante, elle est essentielle du fait de montrée de la compétition, de la nécessité de mieux communiquer auprès de ses adhérents, ses citoyens, institutions et organismes.

Créer sa stratégie de communication c'est transmettre des informations sur ses activités. C'est aussi raconter une histoire, il doit y donc avoir une stratégie, un objectif, une structure.

A ce propos l'un de nos enquêté nous fait part de ceci « *notre stratégie c'est de faire le mieux plutôt que de faire plus, centre beaucoup sur les besoins exprimés lors de nos actions de bénévolat ayant un bien direct aux objectifs biens mentionnés dans les statues de l'association* »

Pour sa part un autre interviewé de l'association des chasseurs tala AKBOU explique que « *Notre stratégie est bien défini elle est liée directement aux objectifs, en organisant diverses compagnes volontaires telles que la plantation d'arbres tandis que la sensibilisation afin de mobiliser notre public sur l'importance de préserver l'environnement, en contribuant à résoudre les problèmes sociaux* ».

Un troisième enquêté de l'association des chasseurs tala AKBOU « *chaque association a une stratégie à suivre et des objectifs bien fixés à l'avance soit à courte terme ou bien à longue terme. Nous concernant au sein de l'association d'organiser des événements du reboisement des arbres et de faire des formations spéciaux comment notre citoyen par exemple va réagir face aux catastrophes naturelles comme les incendies donc notre stratégie on cherche souvent de faire mieux pour notre société* ».

Chapitre III Cadre pratique

Un interviewé de l'association de SOBOL AL KHAYARATTE estime que : « *Chaque organisation sa propre stratégie de communication donc pour moi je dirai avant tout faut d'abord déterminer son public cible lequel va exposer ses projets, bien sûr garder sa bonne image et sa notoriété. Ça revient à ses projets et la manière comment elle intervient face à son public surtout durant les moments difficiles* »

Nous constatons dans tous ce qui est dit par nos enquêtés que leurs stratégies de communication ont liées directement aux objectifs fixés et à leurs projets. La stratégie de communication c'est une grille qui permet d'avoir une vision claire et globale du projet et de sa réussite.

L'importance du plan de communication ou d'une stratégie de communication réside dans sa capacité d'être attentif aux relations de son public, d'évaluer l'efficacité de la communication ses limites et lacunes afin de pouvoir analyser cette dernière et d'améliorer ses messages et actions lors de sa prochaine campagne de communication.

III-3-5-2 Dispositifs ou actions misent en œuvre

Les entretiens que nous avons effectués avec les différents adhérents de diverses associations nous ont révélé, que toutes les associations ont des actions communes, ayant pour objectif de contribuer au bien-être de la société, du vivre ensemble, de l'intérêt général telle que la protection de l'environnement et surtout créer une cohésion et un élan de solidarité entre les citoyens.

Un interviewé de l'association des chasseurs de tala AKBOU « *nos actions sont bien défini, la protection de la faune et la flore, le nettoyage de l'environnement de la campagne, le reboisement ; les campagnes de sensibilisation contre les feux de forêts et formations sur la chasse* »

Une seconde enquêtée de l'organisation de croissant rouge comité de BEJAIA souligne que « *nos actions ont devisé en quatre secteurs nous avons le secteur du secoure et secourisme, le secteur des actions sociales, de santé et en quatrième de la gestion des catastrophes naturelles* »

« *Contribuer à résoudre des problèmes sociaux, réaliser des campagnes volontaires telles que la plantation d'arbre, nettoyage des villages, organiser des campagnes de mobilisation et de sensibilisation* » déclaration d'un interviewé de l'association de SOBOL AL KHAYARATTE

Chapitre III Cadre pratique

Nous constatons que les associations ont des actions communes malgré la diversité de leurs domaines. Notamment la mobilisation et sensibilisation des citoyens sur les différents problèmes sociaux et surtout créer un esprit coopératif et renforcer les liens sociaux à travers l'élan de solidarité.

III-3-6 La communication sociale associative et promotion de la valeur de solidarité lors des incendies de Kabylie

III-4-6-1 Principaux moyens de communication déployés au sein de l'association

Moyen utilisé	Effectif	Arguments
Radio	07	-«...à travers la radio SOUMMAM... »
Affichage	05	-« ... à travers l'affichage... »
FACEBOOK	15	-« ...à travers la page FACEBOOK de l'association... »
Communication directe	08	-« ...par le bureau exécutif... » -« ...par contact direct... »
Téléphone	05	-« ...par téléphone... »

Le tableau ci-dessus expose les moyens de l'information utilisés au sein de l'association pour la valorisation et promotion de la valeur de solidarité lors des incendies de Kabylie en aout 2021.

Nous constatons en premier lieu, que le réseau sociale « FACEBOOK » occupe une place prépondérante parmi les moyens d'information utilisés au sein de l'association pour la valorisation et promotion de la valeur de solidarité notamment lors des catastrophes naturelles ou en période de crise comme ce fut le cas lors des incendies de Kabylie en aout 2021. En deuxième lieu, le moyen qui vient en seconde position est la communication direct « ...par le

contact direct ... ». Enfin nous remarquons qu'il y a une égalité entre le téléphone et l'affichage.

D'après les propos de nos enquêtés nous comprenons que le réseau social numérique « FACEBOOK » est le moyen le plus adapté pour leur communication. Il facilite la transmission des informations car c'est un moyen rapide accessible pour tout le monde, fluide flexible, il suffit d'avoir accès à l'internet. Notamment est devenue un lieu de discussion politique et publique là où il est efficace pour organiser et créer un espace tels que des pages et des groupes qui permettent au public la facilité d'implication et de participation dans les différents sujets publics tandis que chacun est libre de s'exprimer librement et proposer ses avis et prendre une décision face à un projet d'une manière spontanée et dans un second temps.

III-3-6-2 Apport de la communication sociale sur la valorisation de la valeur de solidarité lors des incendies de Kabylie

La valeur de solidarité ne date pas d'hier au sein du peuple algérien. Ce dernier s'est distingué à maintes reprises par son élan de solidarité et d'union lors des moments difficiles comme par exemple lors des inondations de BAB EL OUED de 2001 ou le séisme de BOUMERDES, les tremblements de terre.

L'enquête que nous avons effectuée auprès de notre échantillon de recherche nous a permis d'évaluer et mesurer le rôle et l'importance de la communication sociale associative dans la valorisation de la valeur de solidarité lors des incendies de Kabylie en août 2021.

Ce constat nous a été confirmé par la majorité des interviewés. Aussi, l'un de nos interlocuteurs de l'association des chasseurs tala AKBOU estime que « *la communication mérite une réflexion approfondie de notre part comme mouvement associatif parce que c'est un moyen qui vise à créer et à entretenir du lien entre les citoyens et l'association, renforce le lien social à travers la solidarité par cela nous prenons l'exemple sur les incendies de l'été passé nous avons tous vu comment les citoyens sont unis entre eux, des bénévoles dans tous les différents catégories d'âge qui sont venus en aide soit par cotisation d'argent, des dons, les médicaments, l'eau y'a même ceux qui ont intervenu sur place pour éteindre les incendies.* »

Un autre enquêté nous fait part de ceci « *Il s'agit de jeter un regard critique et constructif sur notre manière de communiquer, La communication est le premier contact entre*

l'association et les citoyens grâce à elle une association pourra persuader son public et arrivera de le convaincre. Nous prenons l'exemple sur l'été passé nous avons fait des appels en urgence soit par des vidéos en directs ou bien par des publications pour mobiliser les autres villages afin de coopérer les uns avec les autres et pour surmonter cette catastrophe, je dirais si y'avais pas une bonne communication entre nous, nous pourrions jamais surmonter cette crise »

Un enquêté de l'association SOBOL AL KHAYARATTE à quant à lui avancé ceci « *La communication sociale a joué un rôle très important sur la valorisation de la valeur de solidarité pendant les incendies de Kabylie, lorsqu'une association partage chaque action sociale qu'elle fait sur les réseaux sociaux, les autres associations sachent qu'il y'a des personnes en situation de besoin donc elles aussi vont aller en aide chacune dans son domaine. Nous autant que association nous avons fait des appels en urgence ce qui nous a permet de collecter un taux de dons et des cotisations de la part de différentes personnes bénévoles. Je me souviens comme hier, un camion lourd vient d'Oran qui était installer autour de notre siège, chargé par 4 palettes d'eaux plus de produits alimentaires, les vêtements, les médicaments, les couvertures... etc. S'était une journée inoubliable pour nous malgré que nous étions assez fatigués et sous la pression, mais tous le mondes que ce soit nous ou autres personnes bénévoles chacun cherche à faire son mieux et donner beaucoup plus. »*

D'après les propos recueillis auprès nos enquêtés nous constatons que la communication sociale associative n'est pas seulement un moyen d'échange mais également un moyen qui sert à créer une cohésion entre des individus et renforcer des liens sociaux entre eux.

La communication sociale associative à une place incontournable dans la vie d'une organisation associative, est l'un des facteurs qui permet à une association de mobiliser et sensibiliser les citoyens face aux problèmes sociaux.

III-3-6-3 L'évaluation ou évolution de la communication sociale sur la valorisation de la valeur de solidarité

L'analyse des données colportées de notre échantillon de recherche dénote l'importance et l'apport de la communication en générale et de la communication sociale associative sur la valorisation de la valeur de solidarité notamment en période de catastrophes naturelles ou de crise. Celle-ci se traduit par le pouvoir de persuasion et de mobilisation qui dépasse l'action

Chapitre III Cadre pratique

même d'entre aide ou de solidarité humaine ou citoyenne, pour déborder vers la création d'une certaine cohésion sociale.

La majorité des interviewés avec lesquels nous avons effectué notre enquête vont dans le même sens quant à ce point. À titre d'exemple nous ont déclaré ceci :

« J'avoue que la communication sociale associative a connu une évolution énorme, c'est ce que nous avons tous remarqué d'ailleurs. C'est des milliers de personnes bénévoles de différentes catégories qui sont venues en aide soit par des dons matérielles ou financiers, des soutiens psychologiques » Déclaration d'un enquêté de l'organisation croissant rouge de comité de BEJAIA.

Une seconde enquêtée a déclaré *« la communication sociale associative a connu une évolution énorme durant cette période, est l'un des facteurs qui engendre un esprit de solidarité entre les citoyens. Les incendies d'Aout 2021 sont le bon exemple pour démontrer son évolution comment les associations ont arrivé à convaincre des milliers de personnes bénévoles afin de venir en aide eux villageois qui sont touchés. Je prends l'exemple sur nous au sien de l'organisation croissant rouge nous avons créé un groupe entre nous et un ensemble de bénévoles afin de faire des appels en urgences soit par des appels téléphonique ou par des réseaux sociaux cela nous a permet de diffuser des informations le plus vite possible et aussi de collecter un très grand nombre de bénévoles »*

Un autre interviewé a confirmé *« je confirme que grâce à la communication nous avons pu à créer un élan de solidarité et une cohésion soit en intérieur entre nous autant que adhérents desquelles chacun sera informé du fonctionnement de l'association qui est responsable de quoi ,quelles sont les décisions qui va prendre, soit en extérieur avec les citoyens, elle nous a permet d'invité des bénévoles, et d'arrivé à les convaincre d'intervenir et participer à surmonter cette catastrophe donc grâce à elle, Tous le monde qui sont venues en aide chacun parmi eux cherchait à faire et donner le plus, le bon témoignage sur ça se sont des dons que nous avons reçus. Des camions poids lourds sont venus d'hors de la wilaya chargés par des dons matériels (couvertures produits alimentaires, eaux, vêtements, médicaments...etc.) ou financiers. »*

« La communication associative est très évolué mais par condition c'est parce que était gérer par un seul opérateur qui dirigeait en même temps d'autres associations. Les incendies d'Aout 2021 était le bon exemple pour démonter au quel point était important de bien gérer sa communication surtout lors ces moments difficiles, le croissant rouge du comité de Bejaïa était

*un témoignage pour ça, d'ailleurs il a été le premier opérateur qui a guidé les autres associations au sein de la wilaya de Bejaia. Ça revient toujours à la bonne communication associative et un bon fonctionnement. Pour bien expliquer ce que nous avons dit ce dessus le croissant rouge a fait des appels aux autres associations dont il a partagé chacune sa mission selon son domaine, et leurs lieux géographiques donc à partir de ça nous avons pu même convaincre d'autres personnes bénévoles, sachant que si y'avait pas une certaine union et cohésion entre nous autant que association ne nous arrivions jamais à séduire le public. Pour finir mon discours je dirais la réussite de la communication et sa valorisation de la valeur de solidarité revient toujours au bon fonctionnement et au bon plan communicationnelle.»*Confirmation d'un interviewé de l'organisation croissant rouge comité de Bejaia.

D'après les propos recueillis auprès de nos enquêtés nous constatons que la communication sociale associative est très évoluée notamment sur le plan de l'interaction intra-association, tous les membres peuvent être impliqués dans la prise de décisions exprimer leurs idées par rapport à un projet donné. Cette démarche renforce ainsi le sentiment d'appartenance, la cohésion et l'esprit d'équipe et la collaboration entre eux. Comme elle est évoluée au niveau externe avec la participation et l'adhésion des citoyens et la société civile tels que les partis politiques, partenaires économiques ce qui participe à l'instauration d'une forme de démocratie participative.

La communication associative a une place incontournable dans la vie d'une association. C'est l'un des facteurs qui permet le développement d'une société.

La communication sociale associative est parmi les facteurs qui permettent de créer un élan de solidarité au sein d'une société.

III-4 Discussion des résultats et vérification des hypothèses

A présent nous allons procéder à la vérification des hypothèses formulés dans notre étude portant sur « la communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité citoyens en Algérie » suit à l'analyse et l'interprétation des données recueillies de notre terrain d'étude.

Hypothèse 01

Chapitre III Cadre pratique

Notre première hypothèse qui porte sur le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia à l'image des associations des chasseurs tala AKBOU, croissant rouge comité de Bejaia, SOBOL AL KHAYARATTE s'est distingué comme acteur engagé et actif sur le terrain pendant les incendies de Kabylie. A partir des discours colportés auprès nos interviewés nous pouvons dire que :

Nous pourrions affirmer que le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia s'est distingué comme acteur engagé et actif ayant joué un rôle incontournable dans l'accompagnement de cette tragédie. Ce constat est le fruit d'une collaboration et coopération étroite et réactive, soit aux niveaux inter-associations ou bien entre les associations et les citoyens, de différentes franges de la société civile politiques, autorités publiques, opérateurs économiques. Dans sa démarche de mobilisation, le mouvement associatif pouvait compter sur deux leviers ; les médias sociaux avec des publications traitant des sujets de sensibilisation et de mobilisation afin de convaincre le public à réagir rapidement face à cette ampleur tragédie ; et le contacte direct de bouche à oriel assuré par le déplacement sur le terrain et la distribution des dons matériels (médicale, alimentaire eau, couverture). Les collectes financières (des camions pour distribuer les dons, les ambulances).

Le fruit de cette coopération et mobilisation c'est traduit sur le terrain par la spontanéité et la rapidité de l'action entreprise par le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia épaulé par les différents acteurs, partenaires, opérateurs économiques, autorité publiques, société civile.

En vue des résultats exposés nous pouvons confirmer notre première hypothèse.

Hypothèse 02

Les deux dernières questions de troisième axe posé dans les entretiens ont porté des réponses qui nous a permet la vérification de la deuxième hypothèse suggérant que : la communication sociale associative dans la wilaya de Bejaia pendant les incendies de la Kabylie tendait à créer un élan de solidarité citoyens.

Nous soulignons en premier lieu que l'ensemble de nos enquêtés ont confirmé que la communication sociale associative est l'un des facteurs déterminants ayant joué un rôle important dans la création d'un élan de solidarité citoyens lors des incendies de Kabylie en aout 2021. Les échanges, l'interaction via notamment la sphère numérique à leur tête les réseaux sociaux FACEBOOK tendait par le biais des messages, photos, vidéos, appels reliés à favoriser

Chapitre III Cadre pratique

la mise en place d'un élan de solidarité citoyen. Ce dernier s'est traduit sur le terrain par la mobilisation massive des quatre coins de pays, le déplacement des bénévoles de toutes les wilayas, les dons, cotisations, l'union des citoyens entre eux. Ces différentes constatations et témoignage du pouvoir persuasive et mobilisateurs de la communication en temps de catastrophe.

Ce qui valide notre deuxième hypothèse et nous a mène à dire que la communication sociale associative est l'un des raisons qui assure la valorisation de la valeur de solidarité entre citoyens.

Hypothèse 03

Notre troisième hypothèse élaborée ainsi « La communication sociale associative mise en œuvre par le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia a eu un apport considérable sur la mobilisation et valorisation de la valeur de solidarité pendant les incendies de la Kabylie »

Nous soulignons que, la communication sociale associative a eu un apport considérable sur la mobilisation et valorisation de la valeur de solidarité lors des incendies de la Kabylie. La stratégie de communication déployée par les associations étudiées fondée sur mise en avant de la valeur de solidarité a eu un apport considérable dans le plan d'interaction soit aux niveaux intra-association ou en externe tandis que la coopération et la collaboration des associations avec les différents acteurs de la société civile tels que les opérateurs économique, autorités publiques, citoyens, dont chacun participait selon son domaine, Ce qui a facilité leurs fonctionnements sur le terrain.

La communication sociale associative à jouée le rôle de relais entre les acteurs de la société civil, partenaires, opérateurs économiques, autorités publiques, citoyens avec les organisations associative ayant permis aux associations une meilleur organisation et action sur le terrain.

Au vu des résultats exposés, nous pouvons avancer la confirmation de notre troisième hypothèse, la communication sociale associative mise en œuvre par le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia a eu un apport considérable sur la mobilisation et valorisation de la valeur de solidarité pendant les incendies de la Kabylie.

Hypothèse 04

Après avoir confirmé la troisième hypothèse nous passons à la quatrième qui est « Plusieurs moyens et dispositifs sont mobilisés par les associations dans leur communication sociale, avec toutefois un accent sur la communication de terrain et les médias sociaux numériques »

Chapitre III Cadre pratique

En premier lieu nous constatons que la majorité de nos enquêtés confirment que les médias sociaux numériques tel que le réseau social FACEBOOK est le dispositif le plus déployer par les associations lors des incendies de Kabylie 2021. Le réseau social FACEBOOK est partie prenante dans la vie d'une organisation associative Ce constat est justifié par plusieurs éléments. Un dispositif qui a pris par substitution la place des réseaux sociaux aux médias traditionnels par rapport à la facilité d'utilisation et à l'actualisation d'informations. Il favorise l'esprit de la démocratie participative dont chacun peut impliquer et partager ses idées et prendre des décisions sur des projets publics et politiques spontanément sans aucun effort intellectuel.

Enfin, nous arrivons à confirmer notre hypothèse qui est « plusieurs moyens et dispositifs sont mobilisés par les associations dans leur communication sociale, avec toutefois un accent sur la communication de terrain et les médias sociaux numériques ».

Conclusion

Notre recherche s'est portée sur « la communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité citoyens en Algérie ». Notre enquête s'est déroulée au sein du mouvement associatif de la wilaya de Bejaia à l'image de trois associations croissant rouge comité de Bejaia, SOBOL al KHAYARATTE, association des chasseurs tala AKBOU, ou nous avons élaboré un guide d'entretien avec quatre axes principaux qui ont porté les données personnels, la communication, la communication sociale associative, et valorisation de la valeur de solidarité pendant les incendies de Kabylie, puis réaliser des entretiens semi directif auprès d'un échantillon représentatif de notre société de recherche associations.

Nous avons formulé quatre hypothèses la première, le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia à l'image des associations des chasseurs tala AKBOU, croissant rouge comité de Bejaia, SOBOL AL KHAYARATTE s'est distingué comme acteur engagé et actif sur le terrain pendant les incendies de Kabylie. La deuxième, Plusieurs moyens et dispositifs sont mobilisés par les associations dans leur communication sociale, avec toutefois un accent sur la communication de terrain et les médias sociaux numériques. La troisième, la communication sociale associative dans la wilaya de Bejaia pendant les incendies de la Kabylie tendait à créer un élan de solidarité citoyenne. La quatrième, La communication sociale associative mise en œuvre par le mouvement associatif de la wilaya de Bejaia a eu un apport considérable sur la mobilisation et valorisation de la valeur de solidarité pendant les incendies de la Kabylie. De ce fait, nous avons souligné que nos hypothèses de recherche sont confirmées, cela est justifié dans le discours des interviewés lors de notre enquête.

En guise de conclusion nous pourrions affirmer su aujourd'hui, la communication sociale associative à une place assez importante au sein des associations, elle est considérée comme un ensemble des actes communicatifs qui vise à modifier certaines comportement et attitudes ou à renforcer d'autre. Elle a pour objectif de valoriser certaines valeurs sociales tandis que la valeur de solidarité.

le mouvement associatif algérien et particulièrement BEJAUIO s'est toujours distinguée comme acteur engagé et actif sur le terrain en temps de catastrophe à travers la coopération et collaboration des associations avec la société civil en s'appuyant sur deux leviers ; la communication orale et les médias sociaux tels que le réseau FACEBOOK, ce dernier est considéré parmi les moyens qui sont mobilisés les associations dans leur terrain vu que sa facilité d'utilisation et qu'il favorise la démocratie participative.

Les échanges et l'interaction massive à travers la sphère numérique entre les associations et la société civile et les différents acteurs en plus de travail de terrain avec la mobilisation, le déplacement des personnes bénévoles et leurs coopérations et collaborations en interne et externe se sont révélés parmi les facteurs les plus papables. Elles ont constitué l'un des axes majeurs de cette communication ayant contribué favorablement à créer et instaurer un élan de solidarité. Cependant plusieurs choses rester encore à faire au niveau de la communication : comme par exemple : établir instauré, favoriser la mise en place d'une tradition pérenne dans le domaine de la communication avec une stratégie et une feuille de route claire et étudier, qui ne soit pas circonstancielle. Celle-ci devrait faire partie intégrante de la panoplie général de l'action associative

Le principal souci au sein des associations de la wilaya de Bejaia demeure cependant l'absence de service de communication. Sur ce point nous conseillons vivement à l'ensemble du mouvement associatif algérien de se doter d'un service de communication avec une cellule dédiée à cet objet. L'implication de la cellule de communication est nécessaire, elle permet d'améliorer les relations entre les membres des associations et les citoyens et les différents partenaires garantissant une action plus efficace.

Liste bibliographique

Les ouvrages

1. **AHMEDZAID Malika, BENAMAR Karima**, Economie sociale et action sociale territoriale : les innovations des associations a caractère en Kabylie.
2. **AKKOUCHE Soraya**, *manuel pour les associations algériennes*, édition, Fondation Friedrich Ebert, 2012, p.9.
3. **Albin, Michel**, dictionnaire de sociologie, paris (2007) pp 146-147.
4. **ALBARELLO Luc**, Apprendre a chercher, l'acteur social et la recherche scientifique, 3eme édition, de Boeck, paris, p59.
5. **ALBARELLO Luc**, Apprendre a chercher, l'acteur social et la recherche scientifique, 3eme édition, de Boeck, paris, p59.
6. **ANGERS, Maurice**, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, 6eme édition, CEC, Québec : canada, 1997, p98.
7. **BLANCHET Alain et al**, (sous la direction de François de SINGLY), l'enquête et ses méthodes.
8. **COLLET, Hervé**. Communiquer, pourquoi, comment ? Le guide de la communication sociale, CREDIC édition : PARIS (2004) p 102.
9. **CLAUD ROY**, in communication, bidon, tolérance, 12 juin 1995, p29
10. **DESANTI Raphael et CARDON Philippe**, p.65
11. **DIOP, CARMEN**. l'art de communication sociale pour quoi faire ? comment s'y prendre ?tom 1, (2018), p45
12. **DOUSSY, MADELAINE** et autres, information et communication, édition Bréal, 2005, p.47.
13. **Ferréol, gilles** et autre, dictionnaire de sociologie ,4 édition, Armand colin, paris, 20
14. **FRANCOIS BERNARD**, les pratiques de communication et médiation(CREPCOM)

15. **Jean Marie-Pierlot, Thierry LIBAERT**, communication des associations : spécificités par rapport à la communication d'entreprise. P7.
16. **GRWITIZ, M, LEXIQUEDE** la science sociale, DALLOZ, paris (1996)
17. **GRAWITZ, madeleine**, méthodes de recherche en sciences sociales, Dalloz, paris, 2001, p 35.
18. **Khadija TAKHEDATE**, la communication pour toute définition et théorie, Afrique orient, MAROC, 2014, pp 15-16.
19. **LAUBET (D.B) jean louis**, initiation aux méthodes de recherche en science sociale, l'harmattan, paris, 2000, p 120.
20. **Ludovic VIEVARD**, les fondements théoriques de la solidarité et leurs mécanismes contemporains, GRAND LYON cedex 03, mars, 2012, p 31.
21. **Maurice Angers**, initiation à la méthodologie des sciences humaines, édition Casbah, Alger 1995-1996, P 102.
22. **M. YANDA**, mouvement associative et éducation civique des jeunes à la seine des clubs scouts et éthique des établissements scolaires ,2012-2013.
23. **NATHAN**, entretien, Paris, 1992, p.61.
24. **NAWEL GUELLAL**, guide sur la communication associative et le plaidoyer, septembre, 2019, p11
25. **PIERRE MOUANDJO B. LEWI.PATRICE MBIANDA**, théorie et pratique de la communication, édition l'harmattan, paris, 2010, p 32.
26. **RIPOND Romuald**, Bulletin des bibliothèques de France, L'articulation entre enquêtes qualitative et quantitative : l'exemple des études menées à la bibliothèque nationale de France, Edition N°6, 2006, p.100.
27. **Stéphanie Dupont**, les enjeux d'internet dans la communication des associations, mémoire de D.E.S.S, 2002.

28. **Vincent de PAUL DOBAHD JAKDJING**, contraintes internes des mouvements associatifs : l'expérience de la MUFOPRA, INJS- diplôme de conseiller principal de jeunesse et animation, université de YAOUNDE, 2015, p22.
29. **.VIEV ARD LUDOVIC**, les fondements théoriques de solidarité et leurs mécanismes contemporains, grand LYON (direction de la perspective et du dialogue publique).
30. **YANNE Le Cam**, *le rôle des associations dans le respect et l'observation du droit individuel et collectif*, a DSP, n036, 2001, p.30.

Webographie

1. <https://www.google.com/search?q=d%C3%A9finition+de+la+communication+sociale&aq=chrome.1.69i57j0i13j0i8i13i30.11747j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. **consulté le 05/05/2022.**
2. https://amp-lepoint-fr.cdn.ampproject.org/v/s/amp.lepoint.fr/2438865?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArABIICAw%3D%3D#amp_tf=Source%C2%A0%3A%20%251%24s&aoh=16549625375385&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fwww.lepoint.fr%2Fmonde%2Fincendies-en-algerie-le-bilan-s-alourdit-a-90-morts-14-08-2021-2438865_24.php
3. [https:// www .toupie .org /dictionnaire /solidarité .htm](https://www.toupie.org/dictionnaire/solidarite.htm) . **Consulte le 19/05/2022.**
4. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/nonprob/5214898-fra.htm>.
5. <https://fac.umc.edu.dz/snv/faculte/BA/2020/COMMUNICATION.pdf>. **consulte le 05/05/2022.**
6. <http://WWW.ielovepme.COM/Process+COMMUNICATION>. **Consulte le 05 /05/2022.**
7. <http://www.ielovepme.com/Process+communication>
8. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://management.savoir.fr/communication/&ved=2ahUKEwiP68HLr8j3AhUVtaQKHXTzARgQFnoECDcQAQ&usg=AOvVaw1vP4xeR_S4rmW8ntlmCv2X **consulte 05/05/2022.**
9. [http://www.ielovepme.com/ Processus+communication](http://www.ielovepme.com/Processus+communication)

10. <https://Fac.umc.edu.dz/snv/faculte/BA/2020/COMMUNICATION.Pdf>¹
11. STONKGER, [http://semioweb.mashparis.fr/ressources en ligne /ENSEIGNEMENT /07_08/CLIM/1_cours_stokinger](http://semioweb.mashparis.fr/ressources%20en%20ligne/ENSEIGNEMENT/07_08/CLIM/1_cours_stokinger), PDF ,2007-2008 **consulté le 01/06/2022**.
12. http://semioweb.msh-paris.fr/escom/ressources_enligne/Enseignement/07_08/clim/2_cours_stocknger_17_10_2007.pdf **consulté le 31/05/2022 à 14h31**.
13. -associationshttps://www.assistancescolaire.com/eleve/1stmg/management-des-organisations/reviser-le-cours/quel-role-pour-les-1stmg_man_05
14. <http://www.forem.dz/index.php/fr/activites/v/126-lavenir-du-mouvement-associatif-en-algerie> **consulté le25/05/2017**
15. https://www.opc-connaissance.com/mieux_vivre/solidarite.html.

Thèses et mémoire et revue

1. **DEFLAOUI ZINABE, ISMAIL DJOUHRA**, les pratique de la communication sociale à l'ère de l'espace numérique cas des associations d'intérêt générale de la wilaya de Bejaia. Mémoire de master séance humaine et sociale, option communication et relation publique, université Abderrahmane mira de Bejaia ,2019-2020.
2. **BENASER IBTISAME, FOURAR FAHIMA**, le rôle de la communication associative dans la lutte contre les maladies cancéreuses, mémoire de master séance humaine et sociale, option communication et relation publique, université Abderrahmane mira de Bejaia, 2019-2020.
3. **HEBBACHE AZIZ, KHENTOUS Abdelaziz**, communication associative : concilier le fonctionnel et relationnel, mémoire de master séance humaine et sociale, option communication et relation publique, université Abderrahmane mira de Bejaia, 2017-2018.
4. **DJAHNINE Lydia, LARABI, RAFIK**, mémoire de master séance humaine et sociale, option communication et relation publique, université Abderrahmane mira de Bejaia, 2017-2018.
5. **PAUL FRANCK**, la solidarité, pour qui, pour quoi, ENEO focus, Belgique, février2016, p2.

6. **Marion SANTI, JULIEN GABERT, LEA RALALAMORIA**, clémence boulle MARTINAUD, MOUMOUNI OUEDRAOGO, apports théoriques : MARIE BESSIERES, élaborer et mettre en œuvre une campagne de communication sociale, pp 3,4.
7. **BENAMAR Melissa, BENMAR MOUNI**, le rôle des campagnes de communication pour la sensibilisation des citoyens de la crise sanitaire COVIDE-19, option communication et relation publique, université Abderrahmane mira Bejaia, 2020-2021, P 17.
8. **TAFOUK KTIBA**, le rôle des associations caritatives dans le développement de l'action solidaire, option sociologie du travail et des ressources humaines, université Abderrahmane mira Bejaia 2018, pp 54 ,55.
9. Revue Linguistique et Référentiels Interculturels, volume 1, n° 1, Juin 2020 DR
10. **DR NASRE DINE SAHNOUN NABIL**, guide d'entretien.
11. **IDRES, NARIMA et HAMMAM CILYIA**. La communication environnementale via les réseaux numériques, université Abderrahmane mira, faculté des sciences humaines et social, département des sciences humaines : Bejaia-Algérie. (2017/2018).

Les annexes

Guide d'entretien

Ce guide d'entretien sera exploité dans le cadre de notre mémoire de master en communication et relation publique qui s'intitule « la communication sociale associative et valorisation de la valeur de solidarité des citoyens en Algérie ».

Axe n°1 Les indicateurs généraux

1. Nom
2. Age
3. Genre
4. Poste occupé au sein de l'association

Axe n°2 La communication

1. Personnes ou services en charge de la communication
2. Différents moyens, technologiques, humains et financiers de la communication

Axe n°3 La communication sociale associative

1. Stratégies et objectifs de l'association
2. Dispositifs ou actions mis en œuvre

Axe n°4 la communication sociale associative et promotion de la valeur de solidarité des citoyens lors des incendies de Kabylie

1. Principaux moyens de communication déployés au sein de l'association
2. Apport de la communication sociale sur la valorisation de la valeur de solidarité lors des incendies de Kabylie
3. L'évaluation ou évolution de la communication sociale sur la valorisation de la valeur de solidarité





جمعية الصيادين " تالة " أكبو

ΧΕΛΛΑΚΗ. Ι ΕΙΣΧΕ.ΟΪΧ.Η. ο.ΕΔ.ο

Association des chasseurs TALA Akbou

Agrément N° 28/2015

Adresse : Centre commercial de la commune d'Akbou

Email : Chasseurs.akbou@email.com

APPEL

Nous lançons un appel à nos Amis chasseurs et Amis de la nature de la commune d'Akbou et Chellata à une mobilisation pour nettoyer les sources d'eau, situées aux villages de : Felden – Ighil Oumced – M'Liha - Ath Mekedem – Ath Anane et Ath Heyani



PROGRAMME

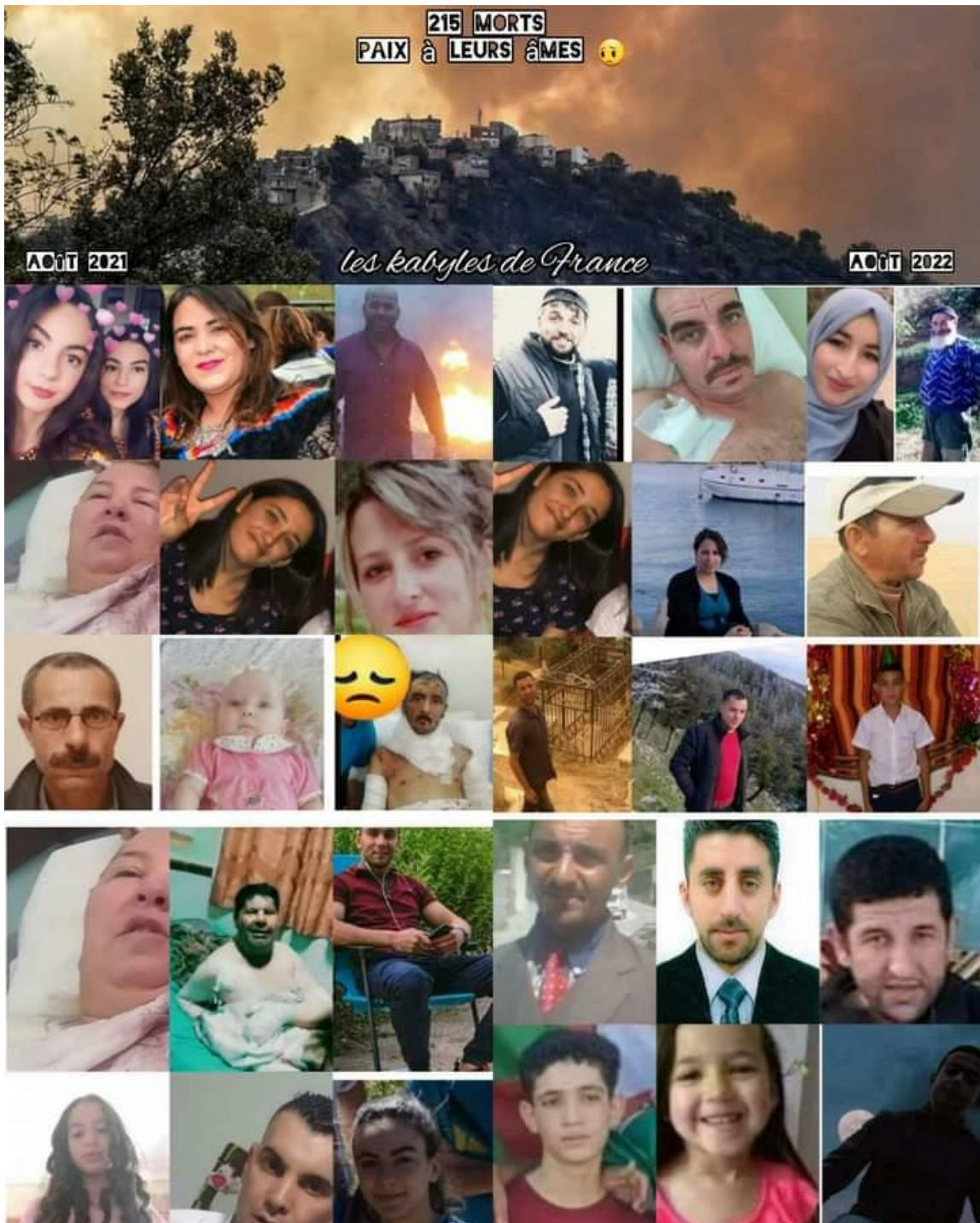
Vendredi 10 et 17 juin 2022

Départ à 7h du matin

Lieu : Place Colonel Amirouche Akbou

Toutes les bonnes volontés seront les bienvenues





حملة تحسيسية ضد حرائق الغابات تجاه مستعملي الطريق باقبو بجاية



شهد الطريق الوطني رقم 26 الرابط بجاية بالجزائر العاصمة على مستوى متنزق الطريق بنحراش و أزغار باقبو وكذا الطريق الوطني رقم 26 بشلالة الرابط اقبو بولاية تيزي وزو ، يوم اول امس ، حملة تحسيسية وتوعوية ضد حرائق الغابات من قبل جمعية الصيادين تالة لاقبو وذلك بمشاركة المصالح الامنية من الشرطة، الدرك الوطني وكذا مصالح الغابات لقاطمة اقبو والحماية المدنية ، تحت شعار "الوقاية من حرائق الغابة هي قضية الجميع" .

الحملة التي استهدفت مستعملي هذه المحاور التي تصرف حركة كثيفة تزامنا مع العطلة الصيفية ، تهدف الى توعية المواطنين حول الوقاية من حرائق الغابات من خلال تقديم نصائح وتوزيع نهوي ثلاثة الاف مطوية تحتوي على شروحات ونصائح للوقاية من اندلاع النيران على غرار عدم رمي السجائر والأخطار التي تنجم عن ذلك السلوك الخطير ، تنظيف البساتين، احترام و الامتثال للمحظورات والتبليغ عن اي اندلاع للحريق بهدف حماية الغطاء النباتي، كما تم بالتناسبة وضع مملسات بعدد من الاماكن بالمتعلقة تتحدث عن حماية الغابات . كما سبقت هذه الحملة التحسيسية والتوعوية،

خلالها مساعدة الثروة الحيوانية البرية المختلفة على الحصول عن الماء وخاصة الحيوانات الهديشة النشأة وهي المبادرة التي تقيت استحسان مستعملي الطريق والمواطنين لاهمية المحافظة على الغابات وكذا الثروة النباتية والحيوانية .

حملة بيئية تمثلت في تنظيف المتابع المائية الطبيعية الواقعة بالمساحات الغابية والجبلية باقليم بلدية اقبو ، شلالة، انزر امقران، اضرام ، لفائدة الثروة الحيوانية البرية من قبل الصيادين منخرطي الجمعية وذلك مساهمة منها في حماية الحياة البرية تزامنا مع الصيف ومن

جمال . طباح

9





ASSOCIATION DES CHASSEURS
TALA D'AKBOU

لكي لا نصل إلى هذه الحالة في هذا الصيف، دعونا نكون يقظين !
IWAKEN URNETTAWED ARA YER LHALLA-AGI,
AD NELIT D HEDRIYYEN !

**POUR NE PAS EN ARRIVER LÀ
CET ÉTÉ, SOYONS VIGILANTS !**

- ▶ DÉBROUSSAILLONS
- ▶ RESPECTONS LES INTERDICTIONS
- ▶ SIGNALONS TOUS DÉPARTS DE FEU

الوقاية من حرائق الغابات، هي قضية الجميع
ASEHBIBER YEF TIMEST N TEZGI, TAMSALT N IMDANEN AKK !
LA PREVENTION CONTRE LES INCENDIES, C'EST L'AFFAIRE DE TOUS

Association humanitaire













371	SABRI	Zahira.	OK
372	Rabhi	Hakima.	OK
373	Zenati	Linda. 2800	OK
374	Guenfis	Ehaabane.	OK
375	Noussouvi	Fatima.	OK
376	Rabhi	Tassait.	OK
377	Belarouci	Nadia.	OK
378	Alou	Farida.	OK
379	Belarouci	Nawel	OK
380	Alou	Linda.	OK
381	Bouzi	Chafia.	OK
382	MESSALI	Fatima.	OK
383	Oukaci	Ahcene.	OK
384	OUAAR	Rouchdine.	OK
385	Ali Cherif	Salima.	OK
386	Benarout	Nassima.	OK
387	Benarout	Taous	OK
388	M ^o Cherif	Razika.	OK
389	M ^o Cherif	Bounia.	OK
390	TEBARKI	Hamid.	OK
391	TABIA	Nassir.	OK
392	TEBBACHE	Zakia.	OK
393	IMR	Aissa. (Association Omedig Action)	OK
393	Bowidene	Nourdine.	OK
394	HATOUR	Farid.	OK
395	Adnam	Noufad	OK
396	bendjelli	li ^o Khoukha.	OK
397	Achouri	Akli	OK
398	Sbaou	Nadia.	OK

02/09/2021

29)	BHIT	Mangla	OK	1 sac	+ 1 FARDO.
30)	RANDANI	Meriem	OK	--	--
31)	Madi	Zinou	OK	--	--
32)	Zaidi	A/Rizak	OK	"	"
33)	MANERI	Hadjira	OK	"	"
34)	Slaim	Salma	OK	"	"
35)	Bouallaoui	Nacer	OK	"	"
36)	Chaallal	Razika	OK	"	"
37)	Boucherlou	Rahma	OK	"	"
40)	SALTI	ANIS	OK	"	-le 18/08/2021 + Couches.
41)	MEBARKI	Aoumar	OK	"	"
42)	AIT Ouakhi	Jamia	OK	"	"
43)	SERTIS	FARINA	OK	"	"
44)	SERTIS	ISLEM	OK	"	" + Couches
45)	Bouchir	Malika	OK	"	"
46)	ABOU	Karim	OK	"	"
47)	Walid	SAHEB	OK	"	"
48)	Kamli	Smid	OK	"	" + Couches + lait
49)	BERKATS	Nadia	OK	"	"
50)	Azaoum	Soufiane	OK	"	"
51)	Kadri	Nzima	OK	"	"
52)	Guenfis	Hacene	OK	"	"
53)	"	Chaabane	OK	"	"
54)	Bouatou	Nadia	OK	"	"
56)	Ghaul	Jamia	OK	"	"
57)	Hammi	Smida	OK	"	"

29)	BHIT	Mangela	OK	1 sac	+ 1 FARDO.
30)	RANDAWI	Meriem	OK	--	--
31)	Madi	Zinou	OK	--	--
32)	Faïdi	A/Rizak	OK	"	"
33)	MANERI	Hadjira	OK	"	"
34)	Slaim	Salma	OK	"	"
35)	Benalloua	Nocera	OK	"	"
36)	Chaallah	Razika	OK	"	"
37)	Boucherbou	Rahma	OK	"	"
40)	SALMI	ANIS	OK	"	le 18/08/2021 + Couches.
41)	MEBARKI	Asmar	OK	"	"
42)	AIT Ouakhi	Jamia	OK	"	"
43)	SERTIS	Fakira	OK	"	"
44)	SERTIS	ISLEM	OK	"	" + Couches
45)	Braoui?	Halika	OK	"	"
46)	Aboua	Karim	OK	"	"
47)	Walid	SAHEB	OK	"	"
48)	Kamli	Smid	OK	"	" + Couches + lait
49)	BERKATIS	Nadia	OK	"	"
50)	Azaoum	Soufya	OK	"	"
51)	Kadri	Nzima	OK	"	"
52)	Guenfis	Hacene	OK	"	"
53)	"	Chaabrane	OK	"	"
54)	Benatou	Nadia	OK	"	"
56)	Ghaul	Jamia	OK	"	"
57)	Hanni	Smida	OK	"	"



COMITE DE WILAYA

ETAT DES AIDES (FEUX DE FORETS 2021) W.BEJAIA

Désignation des Articles	Unités	Quantités	Total
Eaux	Palettes	04	120
Sucre	Fardeaux	66	1980
Huile	Bidons 05l	100	3000
Farine	25kg	02	60
Isis liquide	Cartons	01	30
Isis poudre	Cartons	01	30
Couches bébé	Fardeaux	01	30
Javel	Cartons	01	30
Sacs poubelle	Cartons	01	30
Crésyl	Fardeaux	01	30
Soda 2l	Fardeaux	16	480
Bénéficiaires			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fondation pour la culture tizi n berber 2. CRA CL AMIZOUR 3. Association socio culturel Idjahninen Boukhelifa 4. Association socio culturel thidekla Boukhelifa 5. Association socio-culturel village el Ainkeur Boukhelifa 6. Association Sociale Ifoughalene Boukhelifa 7. Association socio-culturel timssedekth Boukhelifa 8. CRA CL MELBOU 9. Association sociale ThadarthiwBarbacha 10. Association socio-culturel TafsutBouhatemToudja 11. Association socio-culturel TiduklaOuanoughaAdekar 12. CRA CL TICHY 13. CRA CL ADEKAR 14. Association sociale el Ainkeur village el ainkeur Boukhelifa 15. Association Sociale tizi Ouchen Amizour 16. CRA CL AOKAS 17. Association religieuse mosquée sidi aissa tadarth tamokrante Amizour 18. CRA CL EL KSEUR 19. Association socio-culturelle El Amel village lahyoute Boukhelifa 20. Association national service communautaire Tichy 21. Académie algérienne pour le droit humanitaire Bureau amizour 22. CRA CL SEDDOUK 23. Association socio-culturelle thathraraToudja 24. Association Assirem village IthemacheneBoukhelifa 25. Association sociale taddartheinou village ikhetabeneAdekar 26. Association socio-culturelle assiremndoukliIboulaouadenBoukhelifa 27. Association Sociale Cité dallas Béjaia 28. Direction des affaires religieuses Conseil Subul El khayarateBéjaia 29. Mosquée Ali Ben AbiTalibSubul El KhayarateIheddadeneBéjaia 30. Association socio-culturelle IzouraneKendira »n°67 			

LES COMMISSIONS :

Le comité de Wilaya du Croissant rouge algérien dispose de 28 comités locaux répartis sur différentes communes de la wilaya de Bejaïa plus le bureau de wilaya et compte en son sein des commissions chargées de différents rôles et missions :

- Commission Sociale
- Commission de Santé
- Commission de Secours et Secourisme
- Commission de Gestion des Catastrophes
- Commission de discipline

RESSOURCES

Les ressources du Croissant-Rouge Algérien proviennent des :

- Cotisations de ses membres ;
- Dons et legs ;
- Biens mobiliers et immobiliers ;
- Produits des quêtes, galas, ventes de vignettes ou de toute autre activité légale et réglementée en accord avec la morale et l'éthique du Mouvement ;
- Subventions allouées par les pouvoirs publics et collectivités locales
- Services fournis pour l'exécution de projets locaux ou programmes nationaux et internationaux ;
- Sponsoring et partenariat.

Le Croissant-Rouge algérien n'accepte aucun don directement issu d'activités contraires aux principes fondamentaux.



**CROISSANT ROUGE ALGERIEN
COMITE DE WILAYA DE BEJAIA**



ETAT DES DESTRICTIONS A CES REGIONS :

- C^{ne} AMIZOUR :
 - 300 Bidons d'huile de 05 litres.
 - 198 fardeaux de sucre (1Kg X 10)
 - 17 Palettes d'eaux.

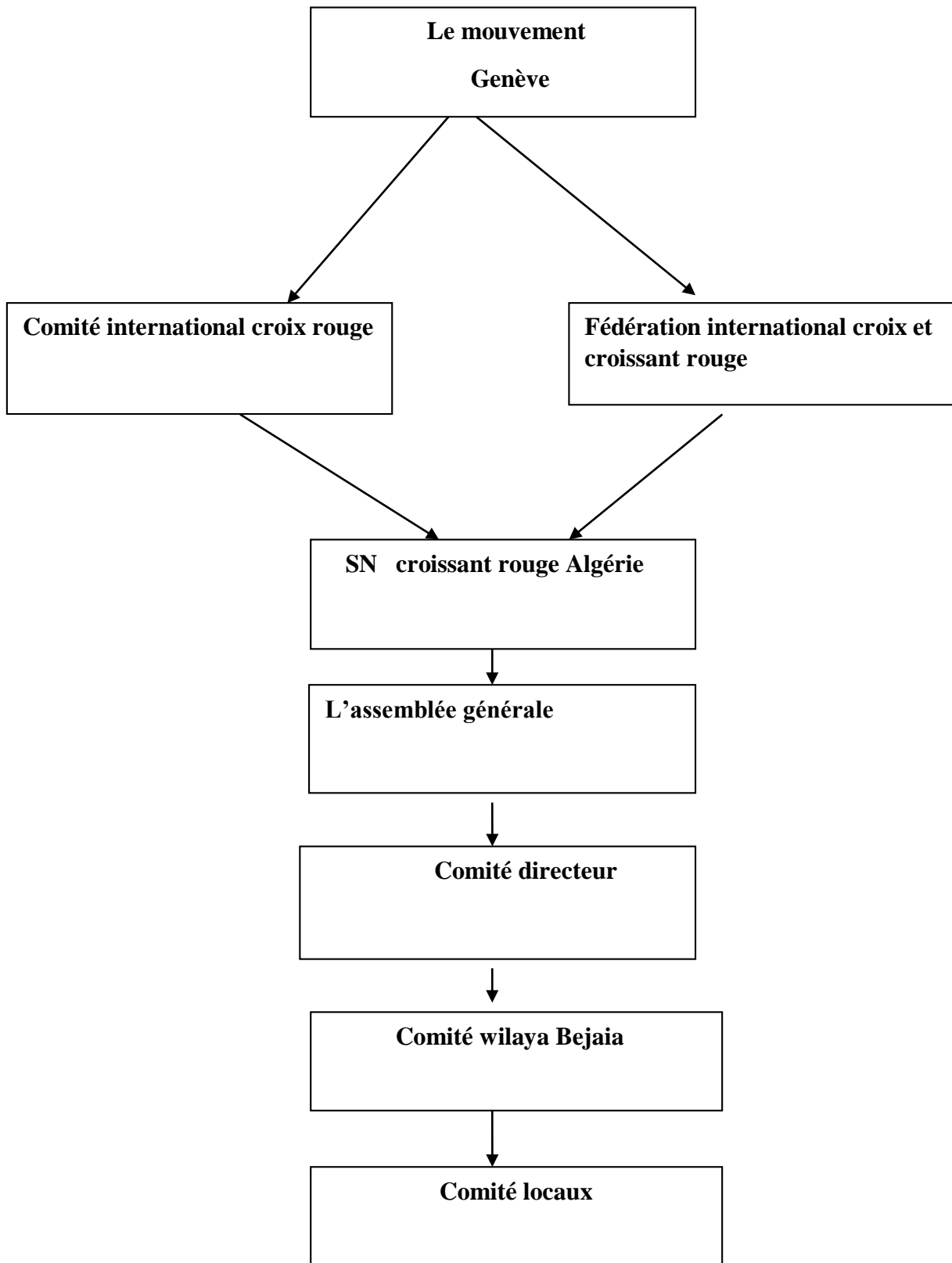
- C^{ne} de TOUDJA :
 - 200 Bidons d'huile de 05 litres
 - 132 Fardeaux de Sucre (01KG X 10)
 - 08 Palettes d'eaux.
 - 20 Fardeaux d'eaux.

- C^{ne} de BARBACHA :
 - 200 Fardeaux de sucre (01kg X 10)
 - 100 Bidons d'huile de 05 Litres
 - 50 Fardeaux boissons (02LitresX06)
 - 09 Palettes d'eaux.

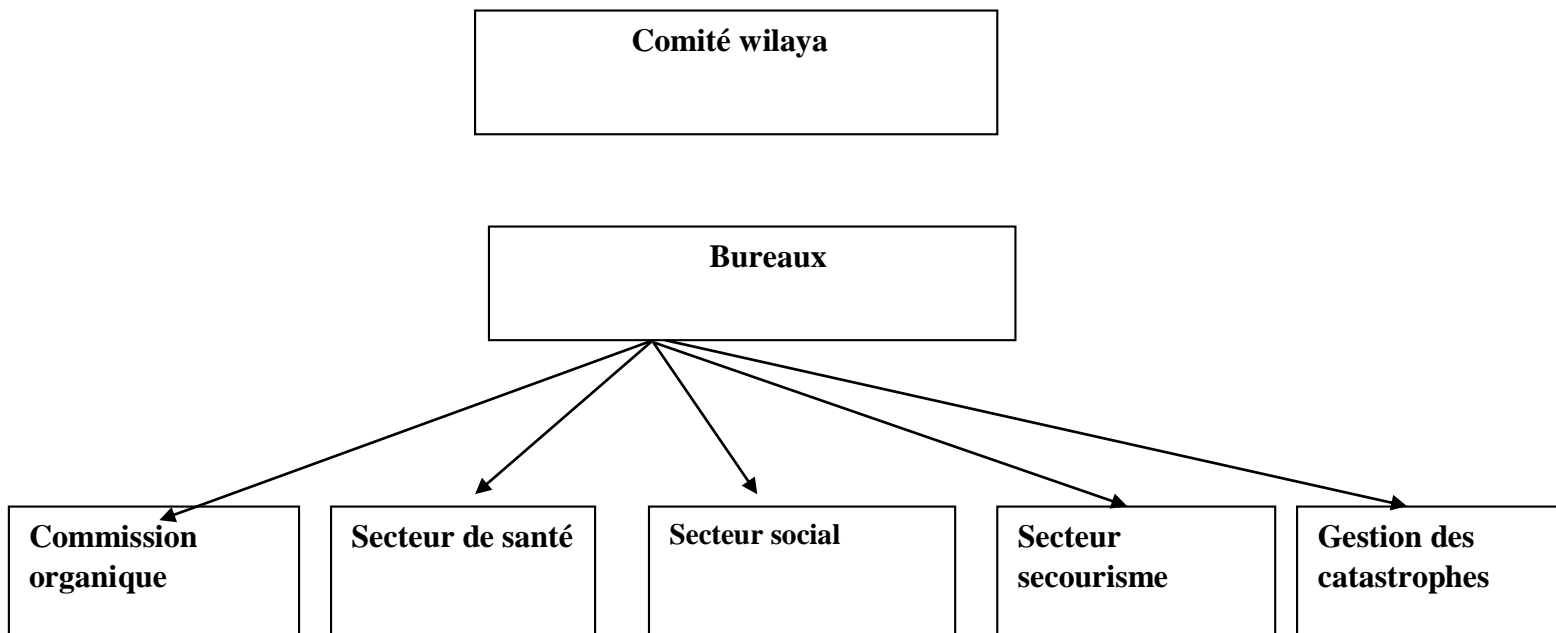
- C^{ne} de FERAOUNE :
 - 14 Palettes d'eaux.
 - 132 fardeaux de sucre (01kgX 10)
 - 300 Bidons d'huile de 05 Litres.

- C^{ne} de KENDIRA :
 - 168 Bidons d'huile 05 litres.
 - 762 KG de Sucre.
 - 07 Palettes d'eaux.
 - 68 Kits Alimentaires.

Organigramme du croissant rouge algérien



Organigramme du croissant rouge comité de Bejaia



Résumé

Français :

Aujourd'hui et plus que jamais la communication est essentiel dans la vie humaine, cette place est plus palpable avec les évolutions technologiques et sociétales, ces derniers ont favorisé la naissance de nouvelles formes communicationnel, dont la communication sociale associative qui ouvre pour le partage et la valorisation de la valeur de solidarité. Les incendies d'août 2021 dans la région de Kabylie viennent témoigner de cet élan de solidarité mis œuvre par le mouvement associatif algérien, dont ce dernier s'est toujours distinguée comme acteur engagé et actif sur le terrain en temps de catastrophes à travers la coopération et collaboration des associations avec la société en s'appuyant sur deux Leviers : la communication orale et les médias sociaux. Les échanges et l'interaction massive à travers la sphère numérique entre les associations et la société civile et leurs coopération et collaboration en interne et externe se sont révélés parmi les factures les plus palpable, elles sont contribuées l'un des axes majeurs de cette communication ayant contribué favorablement à créer et instaurer un élan de solidarité citoyens.

Anglais :

Today and more than ever communication is essential in human life, this place is more palpable with the technological and societal developments, the latter have favored the birth of new forms of communication, including the associative social communication that opens for sharing and valuing the value of solidarity. The fires of August 2021 in the region of Kabylia come to testify of this impulse of solidarity implemented by the Algerian associative movement, which the latter has always distinguished itself as a committed and active actor on the ground in times of disasters through the cooperation and collaboration of associations with the society by relying on two levers: the oral communication and social media The exchanges and the massive interaction through the digital sphere between the associations and the civil society and their cooperation and collaboration internally and externally have proved to be among the most palpable invoices, they are contributed one of the major axes of this communication having contributed favorably to create and establish a momentum of citizen solidarity

Arabe :

اليوم وأكثر من أي وقت مضى، يعد الاتصال في حياة الإنسان، وهذا المكان أكثر وضوحاً مع التطورات التكنولوجية والمجتمعية، التي عززت ولادة أشكال جديدة من الاتصال، بما في ذلك التواصل الاجتماعي الجماعي الذي يفتح الباب أمام تقاسم قيمة التضامن وتقديرها. حرائق أغسطس 2021 في منطقة القبائل دليل على هذه الزيادة في التضامن التي نفذتها الحركة الجزائرية الارتباطية، ولطالما ميزت هذه الأخيرة نفسها كطرف فاعل ملتزم ونشط على أرض الواقع في أوقات الكوارث من خلال تعاون الجمعيات مع المجتمع معتمدتا على رافعتين: الاتصال الشفوي ووسائل التواصل الاجتماعي. وقد أثبتت عمليات التبادل والتفاعل الواسع النطاق عبر المجال الرقمي بين الجمعيات والمجتمع المدني وتعاونها داخلياً وخارجياً أنها من بين أكثر الفواتير وضوحاً. لقد ساهموا في أحد المحاور الرئيسية لهذا الاتصال بعد أن ساهموا بشكل إيجابي في خلق وتأسيس زخم لتضامن المواطنين.