

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Mémoire de fin de cycle

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences de l'information
et de la communication option : Communication et relations publiques**

**La sociabilité numérique dans une communauté en
ligne d'utilisateurs de réseaux sociaux :
Cas de la page Facebook du Parc National de
Gouraya**

Réalisé par :

❖ **SERGEANT-TARRO TCHIBINDA Dave**

❖ **SLAMANI Lotfi**

Encadré par :

PR. MERAH Aissa

Année universitaire 2022-2023

Remerciements

Au terme de notre mémoire, nous adressons nos vifs remerciements à DIEU pour nous avoir donné la force et la détermination pour qu'on puisse réaliser ce travail.

*Nous tenons à sincèrement remercier Monsieur **MERAH Aissa** qui nous a fait l'honneur d'accepter notre demande d'encadrement et par la suite nous prodiguer des précieux conseils tout au long de notre travail afin que celui-ci puisse être réussi. Nous exprimons notre profonde reconnaissance et respect.*

Nous remercions l'ensemble du personnel de l'administration du Parc National de Gouraya qui nous ont bien accueilli et donner toutes les informations nécessaires pour la réalisation de notre étude.

Enfin nous disons merci à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'aboutissement de notre travail.

Dédicaces

Avec mes sentiments les plus profonds j'adresse ma reconnaissance et gratitude aux personnes qui ont toujours été là pour moi ainsi que celles qui ne l'ont pas été car cela a été un tout pour la réussite de mon travail.

Je dédie cette modeste réalisation à :

La mémoire de mon père Tchibinda Théodore qui nous a quitté trop tôt en espérant que de là où il puisse être, il me regarde et en est fier.

La mémoire de mes deux grands-mères Bouanga Marie et Tchibanga Monique.

La mémoire de Mes deux amis, mes frères Djom Timba Farhel et Pere Francki en espérant qu'ils puissent être fiers et que leur présence continue à m'accompagner afin de réaliser le rêve qu'on s'était donné, celui de réussir nos vies.

Ma famille au Gabon du côté du Pk12 principalement à ma mère Bouanga Sophie, à mon père-mon oncle Zassi Mikala J.R, à mes tantes Odile, Solange, Blandine, Germaine et à ma tante-ma mère celle de mon ami du côté du Pk 8 Ngo Ndjom Jacqueline épouse timba timba, ainsi qu'à tous mes frères et sœurs de sang, de famille ou de connaissance, je les remercie du soutien qu'ils m'ont apporté durant ces années.

Mon encadreur PR Merah Aissa pour les précieux conseils qu'il a eu à me donner afin de m'aider à réaliser mon travail.

Enfin à mon binôme SLAMANI Lotfi pour le travail et le temps qu'on a eu à passer ensemble.

Dédicaces

Je dédie ce mémoire spécialement à ma mère, HAYETTE BENSLIMANE, pour son amour, son soutien inconditionnel et sa confiance en moi tout au long de mes études.

Je dédie également ce modeste travail avec gratitude et reconnaissance à :

La mémoire de mon père Hocine et mon grand-père AHCEN dieux les accueille dans son vaste paradis.

Ma très chère famille pour son soutien et son encouragement. Je remercie mes frères ADEL, YANIS, pour leur soutien matériel et financier.

Mon oncle Yazid qui est toujours présent à mes côtés dans les pires et bons moments.

Mon binôme SERGENT-TARRO TCHIBINDA Dave avec son esprit collaboratif, sa persévérance et le temps que nous avons passé ensemble à la réalisation de ce modeste travail.

L'ensemble du personnel de la bibliothèque SHS, plus précisément à ma tante HAYETTE TABTI pour son soutien inconditionnel en matière d'information et de référencement tout au long de mon parcours universitaire.

Liste des tableaux

Numéros	Noms des tableaux	Pages
01	Les conditions favorisant l'engagement sur les réseaux sociaux	57
02	Répartition de l'échantillon selon le sexe	68
03	Répartition de l'échantillon selon l'âge	69
04	Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction	70
05	Répartition de l'échantillon selon le lieu de résidence	70
06	Répartition de l'échantillon selon le statut	71
07	Répartition de l'échantillon selon l'intérêt pour la nature	72
08	Les raisons des commentaires vis-à-vis de la publication	73
09	Les émoticons utilisés pour réagir sur les publications	73
10	Les raisons du partage des publications	74
11	les raisons d'abonnement des usagers à la page Facebook	75
12	Le contenu des publications émis sur la page	76
13	La fréquence de consultation de la page	77
14	Ancienneté d'adhésion à la page depuis sa création	78

Liste des figures

Numéros	Noms des figures	Pages
01	Le paradigme des quatre fonctions de Talcott Parsons	21
02	Une version remodelée de la typologie des déviations de Merton	22
03	Chiffres d'utilisation de Facebook en Algérie pour certaines villes	35
04	L'interface de Gmail	36
05	Etapas de création d'un site web	39
06	Les types de liens sociaux	44
07	Le cadre de 3S	54
08	Evolution du concept de citoyenneté numérique	55
09	Situation géographique du PNG	64
10	Organigramme du PNG	64
11	Biodiversité du PNG	65

Liste des abréviations

Les abréviations	Signification
MSN	Médias sociaux numériques
RSN	Réseaux sociaux numériques
PNG	Parc National de Gouraya
FB	Facebook

Sommaire

Liste des tableaux.

Liste des figures.

Liste des abreviations.

Introduction.

CADRE METHODOLOGIQUE

CHAPITRE I

1	Problématique :	16
2	Hypothèse de recherche :.....	18
3	Approche fonctionnaliste :.....	19
4	Variables, dimension, indicateurs et indices du thème.....	23
5	Définition des concepts :	23
6	Etudes antérieures :	25

CADRE THEORIQUE

CHAPITRE II : WEB 2.0 RESEAUX SOCIAUX ET COMMUNAUTE EN LIGNE

1	Section 01 : Réseaux sociaux numériques :.....	30
1.1	Définition :	30
1.2	Evolution :.....	31
1.3	Différence entre réseaux sociaux et médias sociaux :.....	32

1.4	Présentation des réseaux sociaux numériques : Facebook, Gmail et Site internet.....	32
1.4.1	Facebook :.....	33
1.4.2	Gmail :	35
1.4.3	Site internet :.....	37
1.5	Caractéristique des médias sociaux :	39
1	Section 02. La communauté en ligne :.....	41
1.1	Définition :	41
1.2	Evolution :.....	42
1.3	La critique sur la création d'une communauté en ligne par rapport à la modernité:	42
1.4	Lien social et lien social numérique :.....	43
1.4.1	Lien social :.....	43
1.4.2	La raison de la variété des liens sociaux.....	43
1.4.3	Typologies des liens sociaux :	44
1.4.4	Lien social numérique :.....	44
1.5	La relation entre le lien social numérique et le lien social :.....	45

CHAPITRE III: L'INTERACTIVITE SUR LES RESEEAUX SOCIAUX NUMERIQUES

1	Section01 : Les modalités d'interactivité et coopération	48
1.1	L'interactivité.....	48
1.1.1	Définition :.....	48

1.1.2	Evolution :.....	48
1.1.3	Les caractéristiques d’interactivité :.....	49
1.2	La coopération sur les réseaux sociaux numérique :.....	50
1	Section 02 : La Participation sur les réseaux sociaux	52
1.1	La gouvernance participative :.....	52
1.2	La Citoyenneté numérique :.....	53
1.3	L’impact des réseaux sociaux numériques sur les débats de société :55	
1.3.1	L’engagement numérique en termes d’influence et persuasion :	56
1.3.2	L’engagement numérique chez l’utilisateur :	56

CADRE PRATIQUE

CHAPITRE IV:

1	Section 01 : Mise en pratique des éléments méthodologique	59
1.1	Les éléments méthodologiques de la recherche	59
1.1.1	La méthode quantitative.....	59
1.1.2	La pré-enquête :	60
1.1.3	Le questionnaire :.....	61
1.1.4	La population de l’étude et l’échantillon :.....	63
1.2	Le déroulement de l’enquête :.....	63
1	Section 02 analyse et interprétation des données	68
1.1	Présentation des données	68
1.1.1	Axe N°01 : informations personnelles	68
1.1.2	Axe N°02 : les modalités d’intervention des utilisateurs sur le contenu publié	72

1.1.3.Axe N°03 : la satisfaction des usagers du PNG par rapport au management des administrateurs.....	75
1.2 Discussion des résultats :.....	79
1.2.1 Première hypothèse.....	79
1.2.2 Deuxième hypothèse :.....	80
Conclusion.....	84
Bibliographie	
Annexes	

INTRODUCTION

Introduction

Le web 2.0 communément appelé web social ou réseaux sociaux numérique fait de nos jours partie intégrante de notre quotidien. Devenus indispensables pour l'être humain ces plateformes numériques reliées à la société grâce à la connexion internet fournissent à l'individu différents type d'usage du divertissement, en passant par l'information jusqu'à la création des relations.

Les profils usagers pouvant être créés sont multiples, professionnel, particulier ou encore organisation chacun y trouve son compte. La facilité d'utilisation est un atout faisant ainsi augmenter par jour le nombre d'utilisateur mais la fiabilité de ces réseaux reste parfois à désirer car en effet, le phénomène de piratage, ou encore d'arnaque est souvent présent. Utilisés par certaines catégories dans la société principalement par les jeunes, ces derniers y trouvent refuge, créant ainsi des profils propres à eux adaptés à chaque média afin de tisser ou de renforcer des liens que ce soit d'amitié professionnel ou d'appropriation avec des communautés connectées faisant partie de leur entourage ou situées à des espaces géographiques différentes des leurs par le partage de contenu (image, textes, audio ...). C'est donc une révolution en termes de communication touchant toutes les couches sociales et secteur d'activité public ou privé. Dans la perspective de se rapprocher des publics, nous voyant des administrations publiques ouvrir des pages professionnelles incitant ainsi les citoyens connectés à participer à l'activité qu'elles exercent. La première étape consiste tout d'abord à trouver des abonnés des taches qui ne sont toujours pas facile car il faudra alors par la communication sur le web créer des contenus qui attirent la curiosité des usagers, ensuite rester courtois dans les commentaires et enfin inciter le partage de contenus publiés non seulement par les abonnés internes à l'organisation mais aussi par les abonnés externes.

En Algérie afin que les citoyens puissent découvrir protéger mais aussi se familiariser avec les lieux regorgeant le patrimoine phonique et végétal du pays, les administrations chargées de la gestion de ces endroits dit Parcs Nationaux ont toute ouvert une page sur le web social à l'exemple de Facebook. A Bejaia le Parc National de Gouraya (PNG) possède lui également sa plateforme numérique Facebook, cette dernière est destinée à la communication aux abonnés de toutes les activités nécessaires effectués par les agents du parc, les publications peuvent être sous forme de photos, vidéo ou de flyers, attirant ainsi la réaction des usagers de différentes façons selon le contenu publié.

Au vu de ce qui précède nous avons orienté notre travail sur les réseaux sociaux numérique spécialement sur le réseau Facebook. Et avons choisi de le réaliser au sein du Parc National de Gouraya. Il consiste à étudier le processus de création d'une communauté en ligne par la sociabilité sur Facebook des abonnés du Parc National de Gouraya. On ne choisit pas d'étudier un sujet juste par le plaisir mais il faut une motivation qui vous pousse à le faire, cela peut être l'envie de ramener quelque chose de nouveau à la science ou encore de montrer certaines failles contenues dans une étude consultée. Dans le but de participer au développement de la société. Cela revient à descendre et clairement identifier le type de résultats que nous voulons recueillir. Ces objectifs proviennent de la problématique et sont liés à son importance dans le but de vérifier les suppositions ou hypothèses émises. Ils doivent alors avoir les qualités suivantes : conformes à la problématique analysée, spécifique pour avoir une réponse unique, explicite pour être accessible, compatibles afin que l'atteinte de l'un n'entrave pas à la réalisation d'un autre, réalistes les buts visés et les ressources disponibles doivent concorder, réalisables afin que le délai émis soit suffisant pour les atteindre, et enfin la hiérarchie pour que les informations les plus importantes passent en priorité.

Notre étude étant de nature quantitative, nous visons les objectifs suivant :

- ❖ Découvrir la nature de la satisfaction des usagers via les publications émises par le parc national de Gouraya.
- ❖ Connaître les modalités d'intervention de ces utilisateurs sur le contenu publié.

Nous souhaitons réunir tous les éléments possibles afin de confirmer nos hypothèses. Pour cela nous avons donc divisé notre travail en plusieurs parties.

Dans la première partie nous verrons le cadre méthodologique de notre recherche, comportant différents éléments tels que la problématique, les raisons du choix, les hypothèses et études antérieures et essayerons de donner les définitions de quelques concepts.

La seconde partie sera divisée en deux chapitres, nous verrons d'une part les réseaux sociaux, leurs caractéristiques ainsi que la communauté en ligne, d'autre part nous parlerons du phénomène d'interaction, de coopération et de participation sur les réseaux sociaux numériques.

Dans la troisième et dernière partie nous allons rester sur le cadre pratique de notre étude en présentant l'organisation, la population à étudier les hypothèses mais aussi les différents résultats obtenus et finirons par une conclusion.

***CHAPITRE I : CADRE
METHODOLOGIQUE***

1 La Problématique :

La notion de réseaux sociaux serait aussi vieille que l'humanité elle-même : dès le moment où il y a des interactions entre les hommes et entre « *entités sociales* » (Mercklé, 2013) il y'a des réseaux sociaux. Plusieurs sources documentaires traitant de l'introduction à la recherche sur les réseaux sociaux le démontrent. Ils désignent « *un ensemble particulier d'interrelations entre un ensemble limité de personnes, avec la propriété supplémentaire que les caractéristiques de ces interrelations, considérées comme une totalité, peuvent être utilisées pour interpréter le comportement social des personnes impliquées* » selon (Ferand, 1997). La participation de chaque partie dans le développement de de leurs relations est la clé d'une satisfaction mutuelle.

A l'ère du numérique, nous voyons émerger le concept de réseaux sociaux numériques, qui sont des outils web permettant aux usagers de construire un profil public ou semi-public au sein d'un système, d'avoir la gestion d'une liste d'utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien, et de voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système qu'ils utilisent. L'arrivée de ces outils d'interrelation perçus comme sauveur dans une société en perpétuelle évolution en venant bouleverser les relations entre les individus de telle sorte qu'il est maintenant possible d'interagir avec des commutés situées à des espaces géographiques différentes les unes des autres par l'utilisation des médias sociaux numériques en créant des profils adaptés à chaque plateforme telle que Facebook, tweeter ou encore Instagram etc. De même que les organisations du secteur public et privé ont également adoptées cette démarche en ouvrant des pages d'informations, de divertissement ou encore de participation pour amplifier auprès de leur public la proximité des activités dont elles ont la charge. Ces derniers se transforment donc en utilisateurs, en abonnés une fois connectés à l'espace créé par l'organisation émettrice.

Un parc national est quant à lui considéré comme une réserve territoriale dans laquelle la flore, la faune et le milieu naturel sont protégés des activités humaines. D'après « *la gouvernance détermine comment le pouvoir et les responsabilités sont exercés, comment les décisions sont prises, et comment les citoyens ou d'autres acteurs sont impliqués* » (Ndong Ndong,, Kombila Mouloungi, & Ondo Ze, 2019), selon l'union international pour la conservation de la nature . L'Algérie en compte actuellement 11, protégés par le décret numéro 72-168 du 26 juillet 1972. Dans la province de Bejaia est situé le Parc National de Gouraya contenant également plusieurs espèces animales dont la plus endémique est le

singe magot. Il est géré par l'administration du PNG. Qui montre un grand intérêt à faire découvrir ses activités au public et pour cela, elle a ouvert plusieurs canaux de communication à l'instar de sa page Facebook afin d'être omniprésente dans le quotidien des usagers et de faire en sorte que différents liens tels que celui d'appropriation et d'identification du lieu PNG au niveau local, national aussi bien qu'international. Dans le cadre de l'accroissement de son audience, La création des communautés connectées étant un facteur favorable pour l'aboutissement de ce projet mais ceci faisant à priori partie des obstacles les plus difficiles que rencontre l'administration dans un contexte où les usagers sont plus intéressés par des informations faisant partie des rumeurs que celles liées à l'environnement et du fait qu'elle possède une nouvelle page Facebook l'ancienne ayant été piratée.

Cela pousse à la plus grande prudence possible vis-à-vis de la communauté existante sur sa nouvelle page Facebook car étant restreinte sélectionnée de façon rigoureuse la qualité d'information avec laquelle elle interagit. Cette dernière est parfois poussée par l'envie de donner son avis en défendant une idée dans les commentaires suite à une publication, mais aussi celle de vouloir contredire l'idée d'un autre usager. Dans l'optique de leurs tâches régaliennes, les administrateurs publient du contenu de différents genres informatifs, ce qui attire la présence curieuse des abonnés, mais aussi des prospects. Ces derniers n'hésitent pas parfois à féliciter par différentes réactions le travail effectué par les animateurs de la page, mais également à dénoncer les incohérences contenues dans certains contenus.

Afin d'étudier notre sujet nous sommes arrivés à énoncer notre question principale comme suite : Comment la sociabilité numérique des usagers de la page Facebook du Parc National de Gouraya permet-elle la création d'une communauté en ligne ? Pour mieux cerner notre thème de recherche et pouvoir répondre à notre question générale, nous l'avons scindée en trois questions secondaires : Comment se présente la sociabilité numérique des membres de la communauté en ligne de la page Facebook du Parc national de Gouraya ? Quelles sont les modalités d'intervention des membres de la communauté en ligne de la page Facebook du Parc national de Gouraya ? Les membres de la page Facebook du Parc national de Gouraya sont-ils satisfaits du management de leur communauté en ligne ?

« Vouloir entreprendre une recherche en science humaine c'est vouloir approfondir un sujet choisi en fonction de son intérêt, le choix de sujet d'évaluation de la faisabilité d'une

recherche, représente le premier moment de la formulation du problème de recherche » (LAOUADI & ZAABAR, 2018). Vouloir entreprendre une recherche consiste donc à bien choisir son sujet afin de ne rencontrer aucun obstacle pour sa réalisation. Le chercheur peut s'inspirer du vécu, de l'imagination, de l'inspiration ou vouloir continuer les recherches d'un autre chercheur, prenant le point final des études menées par ce dernier comme son point de commencement. Il conviendra surtout de ne pas se lancer dans les spéculations, d'avoir plusieurs ressources attestant du au fondement de la recherche qu'on suite commencer afin de rester pragmatique tout au long du processus.

Pour le choix de notre sujet nous mentionnons les raisons suivantes :

- ❖ La combinaison de Facebook et du Parc national de Gouraya dans un sujet d'études est intéressant car c'est aussi un moyen de valoriser ce lieu à travers notre travail si par exemple un étudiant d'un autre pays venait à le lire.
- ❖ C'est un sujet qui expose l'utilisation des médias numérique au sein du PNG c'est donc une incitation à la population afin d'avoir un compte en ligne pour suivre l'actualité de leur patrimoine.
- ❖ Parler des médias numériques dans une recherche donne facilement accès à plusieurs sources documentaires ainsi il est facile pour nous d'avoir plusieurs informations.
- ❖ Facebook fait partie des médias numérique les plus utilisés alors traiter un sujet contenant la variable Facebook, cela revient à transformer notre sujet en sujet d'actualité.

Notre sujet consiste à étudier le processus de création de liens d'appropriation via la page Facebook du PNG. Nous examinerons les réalités d'usage de ce media numérique comme stratégie de socialisation entre le public et le parc. Notre Analyse portera donc sur la création des liens sociaux via le partage de contenu et l'interrelation émanant de la page Facebook de l'administration Parc National de Gouraya.

2 Hypothèse de recherche :

L'hypothèse Peut être perçue comme une réponse provisoire à une question de recherche de départ, cette dernière sera ainsi affirmée ou infirmée par le résultat que nous donnera le travail pratique sur le terrain. Nous pouvons d'une part citer l'hypothèse explicative,

consiste à identifier les notions essentielles, facilite la représentation des phénomènes et prétendent rendre compte en donnant raison d'être. Et d'autre part l'hypothèse descriptive afin de décrire d'une manière rigoureuse les phénomènes auxquels est confrontée une population. L'hypothèse au rôle de diriger et préparer de façon expérimental les découvertes de la recherche scientifique. C'est le point essentiel et de départ de tout raisonnement menant à l'expérimentation. Dans certains cas lors que l'hypothèse est fautive elle conduit à une autre hypothèse afin de se rapprocher plus près du phénomène observé.

« Une hypothèse est une supposition, une affirmation ou une prédiction qui décrit la relation possible ou attendue entre les variables de la recherche. On peut donc dire qu'une hypothèse scientifique est une explication possible d'une question de recherche qui peut être testée statistiquement » (Pour les organisations de la société civile, 2016).

Les hypothèses :

- ❖ Les membres de la communauté en ligne de la page Facebook du Parc National de Gouraya interviennent avec le contenu publié pour montrer leur intérêt pour la nature
- ❖ Les membres de la page Facebook du Parc national de Gourara sont satisfaits du management de leur communauté

3 Approche fonctionnaliste :

L'approche fonctionnaliste consiste à montrer la difficulté rencontrée par certains sociologues de trouver le rapport entre les phénomènes à étudier qui les a conduits dans une interprétation de leur fonction. La construction de la fonction se fait par rapport au phénomène social et aux éléments acteurs. Pour notre mémoire nous considérons la page Facebook comme un système dans lequel d'une part nous avons les administrateurs qui remplissent la fonction de publication et de l'autre côté nous avons les différents abonnés qui remplissent la fonction d'intervenants sur le contenu publié. C'est une approche qui s'inspire principalement des travaux du « *management scientifique* » et de l'école « *des relations humaines* » (Baouche & Azzoug, 2018).

Définition :

Le fonctionnalisme est l'un des grands courants en sociologie de par la variété des courants de pensée qu'il comprend, des domaines de l'anthropologie, de psychologie voire de la politique, mais aussi les évolutions qui en ont été effectuées au fil du temps. Cependant, il est difficile de définir un grand courant de pensée comme celui-ci, mais il nous est apparu évident d'en dégager quelques-unes afin d'appréhender notre sujet.

En effet, en anthropologie, le courant de pensée fonctionnaliste appréhende la société comme une entité organique dont chaque élément est lié et expliqué par la fonction qu'il remplit par rapport aux autres. Selon le dictionnaire en ligne Larousse, la pensée fonctionnaliste « *privilégie l'étude des mécanismes d'adaptation et d'intégration* » (rousseau, 2023).

En sociologie, le fonctionnalisme soutient que l'équilibre de la société dépend de l'adaptation mutuelle et l'intégration réciproque de ces éléments dont chaque élément contribue au fonctionnement d'autre élément. La société est appréhendée par le biais des institutions (la famille, l'école, la police, etc.), qui veillent à sa stabilité ainsi qu'au façonnement des attitudes et comportements des individus aux moyens des rôles et statuts bien définis.

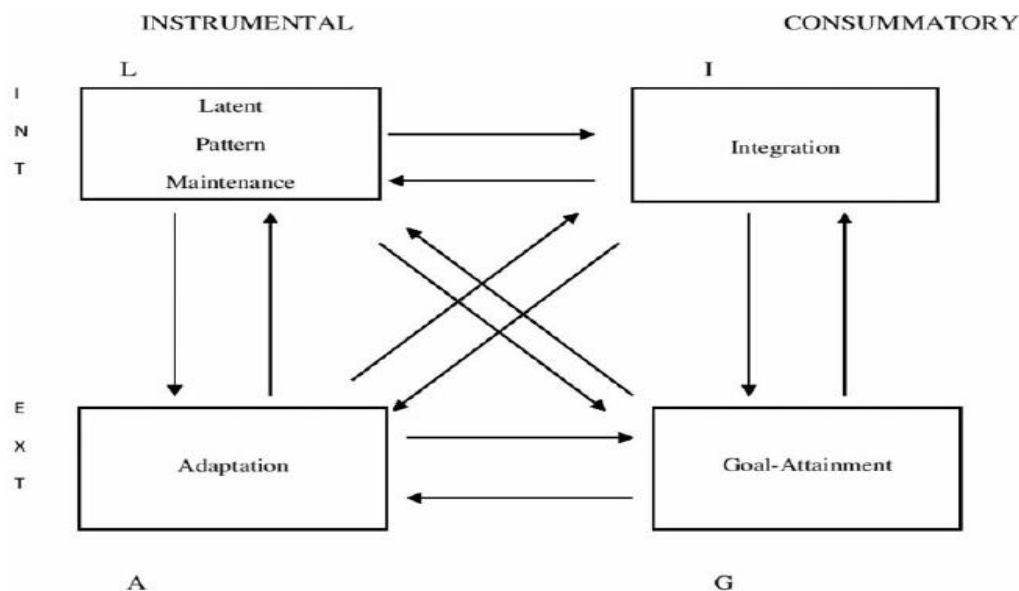
En sciences humaines, le fonctionnalisme désigne d'une manière générale, selon le dictionnaire en ligne le Robert, c'est une « *théorie qui accorde une place prépondérante à la fonction des éléments d'un système et au fonctionnement du système* » (Robert, 2023). En somme, l'approche fonctionnaliste s'intéresse à l'étude de la société et une totalité là où il y a la fonction sociale.

La pensée fonctionnaliste selon les auteurs**Talcott Parsons**

Selon Talcott Parsons, (La société est conçue comme un système). Il est le fondateur de la théorie générale de l'action destinée à toutes les sciences sociales, connu également sous le nom de structuro fonctionnaliste. Cette théorie met généralement l'accent sur cinq fonctions fondamentales à savoir : Adaptation/la fonction d'adaptation, Goal/ la fonction de réalisation des fins, Intégration/la fonction d'intégration interne, Latency/la fonction de

maintien des modèles de contrôle. Cette dernière constitue la méthode AGIL qui peut servir d'analyse pour toutes les sciences sociales.

Figure n° 01 : le paradigme des quatre fonctions de Talcott Parsons



Source : (ResearchGate, 2023)

Merton, pour une théorie fonctionnaliste à moyenne portée

Les apports de Merton à l'analyse fonctionnelle sont le résultat d'une théorie fonctionnaliste relativisée constitué en parties en réaction au fonctionnalisme de Durkheim et Malinowski jugé de trop absolu. Il a développé une approche modérée, assoupli qui s'intéresse plus aux résultats observables des éléments culturels qu'à leur contribution. Il a mis aux point quatre concepts clés afin de fortifier le caractère opérationnel de la pensée fonctionnaliste à savoir :

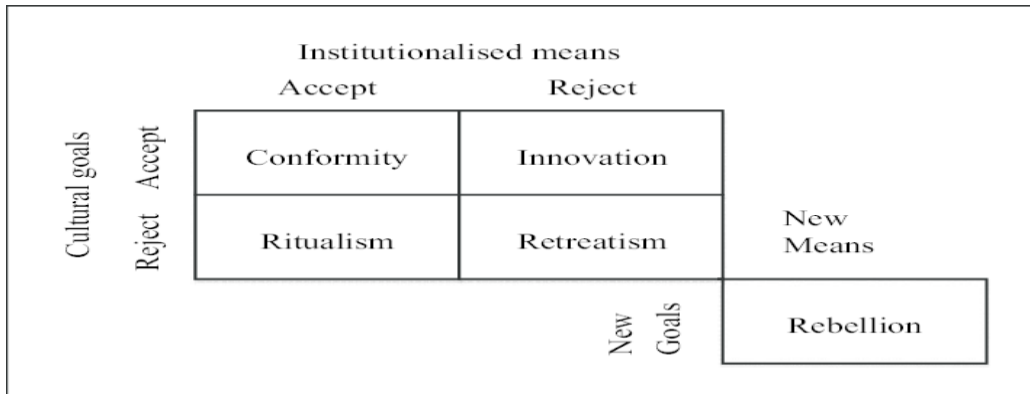
Premièrement, l'équivalent fonctionnel : c'est-à-dire, de même qu'un élément peut avoir plusieurs fonctions, une fonction peut également occuper plusieurs éléments.

Deuxièmement, la notion de dysfonction : c'est-à-dire, ce qui apparait fonctionnel pour un certain groupe social, peut s'avérer dysfonctionnel pour d'autres.

Troisièmement, les fonctions manifestes et les fonctions latents : les fonctions manifestes sont celles qui sont comprises est voulues par les participants de l'action sociale concernés.

Tandis que les fonctions latentes ne sont, quant à elles, ni comprises ni voulues et échappe à la volonté intentionnelle des participants.

Figure n° 02 : Une version remodelée de la typologie des déviations de Merton



Source : (ResearchGate, 2023)

Le néo-fonctionnalisme contemporain de Niklas Luhmann

Raisonne ici comme une antithèse aux apports théoriques de Talcott Parsons en considérant que son approche est une théorie abstraite empiriquement irréalisable étant donné qu'elle s'intéresse uniquement à la société américaine d'une part, au dysfonctionnement émanant des groupes sociaux précisément, ceux connus par des conflits et la non prise en compte du processus d'intégration dans le changement social précisément, à la société postindustrielle d'autre part.

La question principale du new-fonctionnaliste Niklas Luhmann était de savoir comment un système peut-il inciter ses membres à contribuer à son bon fonctionnement. Pour lui, un système ne peut être conçu indépendamment de son environnement. Danny Boisvert justifie ce propos dans son ouvrage intitulé « Niklas Luhmann : la théorie des systèmes sociaux », « *Les systèmes sociaux de Luhmann sont autoréférentiels, tout en se référant à l'environnement social dont ils dépendent et avec lequel ils entrent en contact par le biais de leurs frontières* » (Boisvert, 2023)

La théorie du sociologue allemand repose entre la distinction de trois types de systèmes, chacun ayant une autonomie basée sur des principes différents :

- ❖ Les systèmes vivants : ils gèrent leurs autonomies par l’auto-organisation en travaillant avec l’environnement a l’appui du principe d’entrée-sortie (input-output).
- ❖ Les systèmes psychiques : ils gèrent à leur tour l’autonomie à l’appui de la conscience humaine en collaboration avec d’autres systèmes selon le principe du feedback.
- ❖ Les systèmes sociaux : l’autonomie et l’évolution des systèmes sociaux sont gérés par le biais de la communication, en échangeant des interactions avec l’environnement

4 Variables, dimension, indicateurs et indices du thème

Variables du thème	Dimension	Indicateurs	Indices
1.La sociabilité numérique	Sociétale	-Interactivité	-Nombre d’abonnés
2.La communauté en ligne de la page Facebook du PNG		-Coopération	-Ancienneté
3.Page FB du PNG		-Participation	-Degré de consultation
		-Intégration	

5 Définition des concepts :

Sociabilité

Définition opératoire :

La sociabilité peut être définie comme étant l’aptitude à vivre en société. C’est un ensemble des relations partagé entre les individus. C’est aussi l’existence entre membres d’une société de relations sociales réelles, relations choisies et réciproques que ces derniers entretenir entre eux. Ce sont des relations qui ne sont pas sans histoires propres et singulière, qu’elle soit formelle (entre collègue au travail par exemple) ou informelle (entre amis donc hors du cadre institutionnel), elle est basée sur la création de lien.

Définition opérationnelle :

La sociabilité est le fait d'entretenir des relations entre membres d'un même groupe ou de différents groupes sociaux afin de mener à une entente commune dans le but de la participation active autour d'un sujet ou d'un phénomène qui intéresse les individus. Dans notre étude cette dernière désigne l'intérêt commun que porte les membres de la page Facebook du parc Gational de Gouraya autour des activités réalisés et publiées par l'administration.

Communauté en ligne

Définition opératoire :

Une communauté en ligne peut faire référence à ensemble de personnes partageant des intérêts communs, étant en interrelation autour d'une activité, d'un projet ou d'une initiative par le moyen de la connexion internet via les médias sociaux numérique. Elle peut être composée d'un nombre variable d'individus avec des mêmes profils sociologiques ou des profils homogènes relié soit par une histoire, une langue ou une religion c'est cela qui fait la distinction entre elles et constitue une des caractéristiques premières de leur existence, « *La première proposition portant sur le rapport entre la communauté en ligne et les publics fait constat d'une collectivité d'individus interconnectés et reliés par des intérêts communs* » (Kelber, 2020)

Définition opérationnelle :

La communauté en ligne peut être considéré comme un groupe d'individus chacun ayant ouvert un compte sur un réseau social numérique dans le but de tisser des relations avec d'autres personnes pour arriver à débattre sur des sujets intéressant mais aussi de matérialiser leur idée afin que chacun d'entre eux puissent se comprendre sur le plan social.

Usager :

Définition opératoire :

C'est « *une personne qui utilise (un service public, le domaine public)* » (Paul, 2016). A l'exemple d'une personne qui empreinte un transport ou encore ou encore travaillant dans le secteur public.

Définition opérationnelle :

Un usager de réseaux sociaux est celui qui utilise habituellement cette plateforme pour naviguer, se connecter, s'informer et se tenir au courant des supports numériques.

6 Les études antérieures :**Etude N0 1.**

BAOUCHE Abdenour, AZZOUG Chahrazade : 2018

Nous nous sommes référés à ce mémoire réalisé par des étudiants de master 2 intitulée « Le rôle de la communication environnementale au sein des organisations Cas du PNG (parc national du GOURAYA) Bejaia », l'objectif principal de ce travail est de découvrir la place accordée à la communication environnementale dans l'organisation (PNG) PARC NATIONAL DE GOURAYA. La cible était principalement le personnel et les dirigeants de cette organisation. Ils ont posé la question suivante :

Dans quelle mesure la communication environnementale contribue à la préservation et à la protection de l'environnement ?

Une étude au sein du PNG a été réalisé pour ce mémoire.

Méthode et échantillon :

La technique utilisée par les étudiants qui appartiennent le travail qui nous a servi de base est l'entretien direct de Maurice Angers contenu dans la méthode qualitative qui est une technique qui sert à collecter l'information chez l'enquêté on lui posant des questions.

Ils ont fait un guide d'entretien composé de deux axes, dont le premier est stratégie de communication de l'organisation et le 2^e l'importance et le rôle de la communication environnementale pour un totale de de 17 questions dont 5 au 1^{er} axe et 12 au 2^e. Ce guide comprend des questions en rapport avec le sujet qui est le rôle de la communication environnementale au sein des organisations : cas du parc national de Gouraya.

Dans le premier axe par la première question « la place de la communication au sein de l'organisation PNG : la réponse de tous les répondants était la communication est

primordiale, elle nous aide à sensibiliser ainsi de transmettre nos messages, ceux de protéger et de préserver le patrimoine culturel. Pour nous cette question a été mal posé car si ces derniers avait pris la question comme posée ils devaient simplement s'arrêter à la place de primordiale qu'à la communication au sein du PNG, mais dans leur tête ils ont transformé la question en quoi sert la communication et quel est sa place au sein du PNG ce qui aurait donc dû être la question à poser.

Dans l'axe 2, la question numéro 1 nous voyons très bien qu'ils se sont rattrapé ont donc posé la bonne question et ont obtenu la bonne réponse. Question : Les objectifs de l'organisation à travers cette communication, réponse : faire connaître, le parc, ses missions etc. Cet entretien a été bien réalisé mais néanmoins il faut faire attention dans la formulation des questions si on cherche de bonne réponse.

Conclusion :

Nous disons que les étudiants devraient faire attention dans le choix des techniques et méthodes de leur mémoire car un outil de recherche mal choisi ou mal utilisé c'est tout le sujet de recherche qui risque d'être mal orienté.

Etude N02.

Lucile Merra : 2013

Nous nous sommes référés à cette thèse réalisée par une étudiante de doctorat, intitulée « Pour une sociologie des médias sociaux. Internet et la révolution médiatique : nouveaux médias et interactions », l'objectif de ce travail est de découvrir les médias sociaux en tant qu'ensemble d'espaces médiatiques sociaux en ligne d'un genre nouveau, permettant aux usagers d'interagir et de produire de l'information. Elle a posé les trois questions d'abord une en rapport avec Médias et médias sociaux, ensuite Profils d'utilisateurs des médias sociaux et enfin Médias sociaux et engagement : un lien.

Méthode et échantillon :

Le terrain de cette étude était les réseaux sociaux à savoir sites web, blogs et forums. La technique utilisée par cette étudiante est l'observation participante qui selon « *John D. Brewer (2000) caractérise comme l'utilisation d'un rôle existant pour engager une*

recherche dans un environnement familial apparaît particulièrement adaptée, puisque nous disposons en effet, de modalités d'entrée » (Merra, 2013).

Elle a opté pour une méthodologie combinatoire d'une part pour la méthode qualitative. La population de l'étude était composée essentiellement des professionnels utilisant les médias sociaux dans leurs activités et l'échantillon était composé d'une trentaine d'individus parmi les professionnels présentant des critères communs tels que Reconnaissance de leur qualité d'experts et autorité, Visibilité et réputation sur les réseaux, Univers de référence et spécialisation. Ils ont enfin réalisé un guide d'entretien contenant les trois axes de la division de leur travail.

Résultats :

Du fait de leur participation de l'étude, les enquêtés ce sont donc senti gênés par les questions posées et d'autres demandaient qu'elles puissent être reformulées ou répété pour une meilleure compréhension. Ils ont donc une comme résultat d'études un certains nombres d'items commun par rapport à leur objet de recherche mais aussi de verbatim venant ainsi enrichir son travail.

Méthode et échantillon :

Et d'autre part pour la méthode quantitative la population étudiée était celle des utilisateurs français des médias sociaux en France selon les critères d'internaute français et membre d'un réseau social en ligne. Ils sont donc établie un questionnaire en ligne avec des questions fermées réalisé par SurveyMonkey contenant les critères obligatoires de nationalité française. Il était constitué de 35 questions principales dont 33 étaient obligatoire avec plusieurs réponses et contenant 108 variables, contenant des parties intitulées votre présence sur les réseaux sociaux, usages des médias et informations mais aussi participation, ...

Résultats :

Elle a réussi à toucher un échantillon de 3269 qui se sont connectés au lieu du questionnaire, seulement 52 pourcent ont complété le questionnaire.

Nous pensons que cette étude a été bien réalisée néanmoins, faire une étude combinatoire, revient à rendre complexe le travail. Elle aurait simplement pu opter pour la méthode soit quantitative soit qualitative et aurait eu les informations dont elle avait besoin.

Dans la méthode qualitative réalisée par cette étudiante, elle aurait pu par exemple opter pour l'observation non participante ce qui aurait peut-être poussé les enquêtés à moins de retenu dans leurs réponses

Dans la méthode quantitative nous trouvons que faire un échantillon en prenant un nombre presque illimité de personnes et en se basant sur le simple fait que ce sont les français de nationalité qui devraient juste y répondre donne des résultats approximatifs alors que si elle avait ciblé selon la fonction des usagers elle aurait pu avoir des résultats plus conséquents.

Conclusion :

Nous disons qu'un travail de doctorat se doit d'être objectif mais remarquons de la subjectivité à l'intérieur bien qu'il n'a pas grand impact sur le résultat vu que le chercheur maîtrisait son sujet et a utilisé de certaines connaissances afin de dissimuler les points d'ombre devant le jury.

CADRE THEORIQUE

Préambule

Aujourd'hui avec le développement du Web 2.0, il est difficile pour une organisation publique ou privée d'exister sans se conformer à la communication via les réseaux sociaux numériques. De même le phénomène de sociabilité numérique émanant par l'interaction sur ces plateformes fait apparaître un nouveau type de groupe dit communauté en ligne. Les membres de ce dernier étant en relation grâce aux sujets d'intérêts communs qui les relient.

Dans ce chapitre nous allons illustrer certains points essentiels en rapport avec les réseaux sociaux numériques et la création de communauté en ligne. De la définition, à l'évolution en passant par les caractéristiques jusqu'à la création des liens en ligne.

1 CHAPITRE II : WEB 2.0 : RESEAUX SOCIAUX ET COMMUNAUTE EN LIGNE :

1 Section 01 : Réseaux sociaux numériques :

1.1 Définition :

Il est complexe d'avoir une définition exacte du web 2.0. En effet, il est perçu comme un « *réseau mais uniquement au sens technique du terme* » (Tran, et al., 2013). Nous pouvons néanmoins dire que c'est une technologie reprenant les techniques utilisées dans le langage informatique. C'est un outil qui permet de créer du lien social entre usagers par la participation sous plusieurs formes.

Les réseaux sociaux numériques ou médias sociaux sont des plateformes informatiques utilisant la technologie web 2.0 permettant aux individus d'échanger à distance de façon amicales ou professionnelles du contenu pouvant être des photos des audio ou encore des vidéos par l'objet du profil qu'ils ont créé. Le plus utilisé est Facebook comptant par lui seul « *2,8 milliards d'utilisateurs à son actif en 2020* » (Jimenez, 2021).

1.2 Evolution :

D'une part le concept Web 2.0 a pour la première fois fait son apparition lors d'une conférence de brainstorming en 2004 entre la société O'Reilly Média Live international pendant laquelle l'un de ses membres exprima que depuis l'explosion de la bulle internet en 2001, le web 2.0 n'avait jamais connu d'avancée aussi significative. Les nouvelles applications et sites commençaient à avoir quelque chose en commun par l'utilisation des améliorations fournies par internet. Une technologie innovatrice faisant référence à la fourniture de plusieurs services de façon simultanée autour de laquelle on pouvait connecter un site à une application et pouvoir naviguer en renouvelant à chaque fois les informations devenant ainsi plus collaboratifs, mettant l'utilisateur au centre des échanges. Le Web 2.0 est le passage du web statique (1.0) vers le web interactif, c'est l'émergence de l'interaction entre liens, sites applications et usagers. Ce concept fait émerger le langage de programmation venant ainsi faciliter la navigation et améliorer l'ergonomie des sites de telle sorte qu'il est possible pour un usager de site de produire du contenu sans réelles compétences et de le publier. Aujourd'hui avec la révolution technologique on est passé par la simple consommation de l'information par les usagers du web 1.0 vers la participation donc l'interaction fournie, le recyclage d'informations, des nouvelles fonctions disponibles pour les internautes de la technologie 2.0.

D'autre part, le concept réseaux sociaux a été adopté par l'anthropologue anglais John A Barnes pendant qu'il effectuait une étude sur un village en Norvège. Il découvre que les habitants de ce village constituaient un réseau de liens sociaux se formant généralement entre des individus ayant des caractères sociaux proches. Ils se sont considérablement implantés dans le quotidien de l'être humain avec l'avènement de du web 2.0 qui a favorisé leur transposition sur internet, créant donc des plateformes d'échanges en ligne entre individus se partageant des informations autour d'intérêt commun, ces derniers constituent alors des communautés connectées de manières organisées. « *Bien que le web social ait révolutionné le rapport entre les internautes à travers la facilité de prise de contact et d'interaction, l'intérêt porté aux communautés traditionnelles s'inscrit néanmoins dans une approche complémentaire enrichie par les réseaux sociaux numériques* » (Riad & Alliouche-Laradi, 2017). Ceci, dit le web 2.0 est venue amplifier la relation entre les hommes et non pas l'éradiquer.

1.3 Différence entre réseaux sociaux et médias sociaux :

Les termes sont nombreux pour décrire ces nouvelles formes de technologies internet nous pouvons alors citer Web 2.0 médias sociaux, médias participatifs, réseaux sociaux etc. Nous proposons alors de donner la différence entre les concepts média sociaux et réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux sont l'ensemble des relations de lien entretenus entre les individus faisant partie d'un même groupe social ou qui établissent des lois sociales entre individus ou groupes d'individus différents. Ils sont employés pour désigner les concepts de lien social et de capital social. « *Le capital social se traduit dans une conception instrumentale, par l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations ...* » (Rodriguez, 2010)

Les médias sociaux sont des plateformes numériques utilisant les technologies du web 2.0. Ils donnent aux usagers la possibilité d'interagir les uns avec les autres (collaborer, créer des liens, des réseaux et communautés) et de partager divers contenus qui peuvent être des textes des images, des audios etc. en atteignant un large public ciblé. La fonction d'interactivité du web 2.0 donne aux média sociaux la facilité à la création de contenus par les usagers et amplifie la création rapide des réseaux connectés. Ils sont également utilisés par certaines administrations ou entreprise afin de tisser des liens ou de développer certains produits. De même que les gouvernements ne peuvent en effet pas s'en passer de la surveillance de l'activité des citoyens sur les médias numériques.

1.4 Présentation des réseaux sociaux numériques : Facebook, Gmail et Site internet

Les médias sociaux peuvent être distingués selon leur utilisation et les usages qu'ils offrent aux utilisateurs. Généralement répartie en trois grandes catégories : réseaux sociaux blogs et forums. Les wikis quant à eux sont la plupart du temps comparés aux blogs car leurs développements se sont effectués en parallèle. Si on remonte à l'historique d'internet nous remarquons que l'existence des forums est le point de départ qui a permis les réseaux sociaux d'exister. Les technologies du web interactif ont favorisé le développement des blogs et ont poussé aux utilisateurs l'envie de créer des sites web personnel grâce aux

nombreuses options qu'ils offrent mais aussi à la non limitation d'utilisateurs avec lesquels l'interaction est possible. Nous voulons spécialement présenter les réseaux utilisés par notre entreprise d'accueil.

1.4.1 Facebook :

C'est un réseau social numérique connecté à internet, il donne la possibilité à toute personne ayant un compte de créer son profil et d'y publier des informations dont elle peut suivre la visibilité par d'autres utilisateurs. Son usage peut être le partage d'information de façon privée (textes, images, vidéos, audios), ou la constitution des pages et de groupe dans le but de tisser des relations (amoureuses amicales ou professionnel), ou encore de donner la visibilité à un événement, une institution, un service ou un produit. Ce n'est pas qu'un service qui permet aux utilisateurs d'avoir un compte, afin de créer des profils pour rester en interrelations, c'est aussi une entreprise à but lucratif qui gagne des milliards de dollars grâce à la publicité qu'elle émet sur les pages.

Avec près de trois milliard d'utilisateurs actifs mensuels en 2023 et près de deux milliards d'utilisateurs actifs journaliers en 2022, Facebook est le réseau social dominant. Ayant été fondé par Mark Zuckerberg en 2004 cette plateforme bat tous les records. Il était au préalable conçu pour être un réseau fermé pour l'université d'Harvard jusqu'en 2006 et accessible seulement sur invitation réservées aux étudiants d'universités américaines réputées. Depuis l'ouverture d'accès au grand public, sa population n'a cessé de croître. Facebook réunit des individus ayant des profils inscrits, tissant des relations avec leur entourage et leur propose d'élargir leurs liens avec d'autres communautés enlignes connectées situées sur des espaces géographiques différentes. L'apparition dès 2006 de la fonction centrale et breveté du réseau newsfeeds a fait que Facebook s'articule rend public et archive les activités de l'ensemble des membres dans un fil d'actualité pouvant être défilé du haut vers le bas par les utilisateurs. Le succès de Facebook est le résultat de sa simplicité d'utilisation ainsi que la disposition des outils de communication permettant de communiquer entre utilisateurs connectés mais aussi entre ceux qui ne sont pas connectés par l'objet d'invitation de message ou de demande de connexion profil à profil. Comme dans toute autre pays du globe, l'Algérie compte également des utilisateurs Facebook avec près de quinze millions d'abonnés soit à peu près 37.8 pourcent de sa population.

Les conditions d'utilisation de Facebook :

Avant la finition de l'installation d'un logiciel sur votre ordinateur, smartphone, iPhone ou ipod, lisez attentivement les conditions d'utilisation avant de valider l'installation. Très peu d'utilisateurs se donnent la tache de lire tous ces textes qui constituent une partie importante entre l'application et l'utilisateur. Il est évident que vous ayez accepté les conditions d'utilisations de Facebook si vous possédez un compte. Nous vous invitons néanmoins à les lire dans toutes leur intégralité.

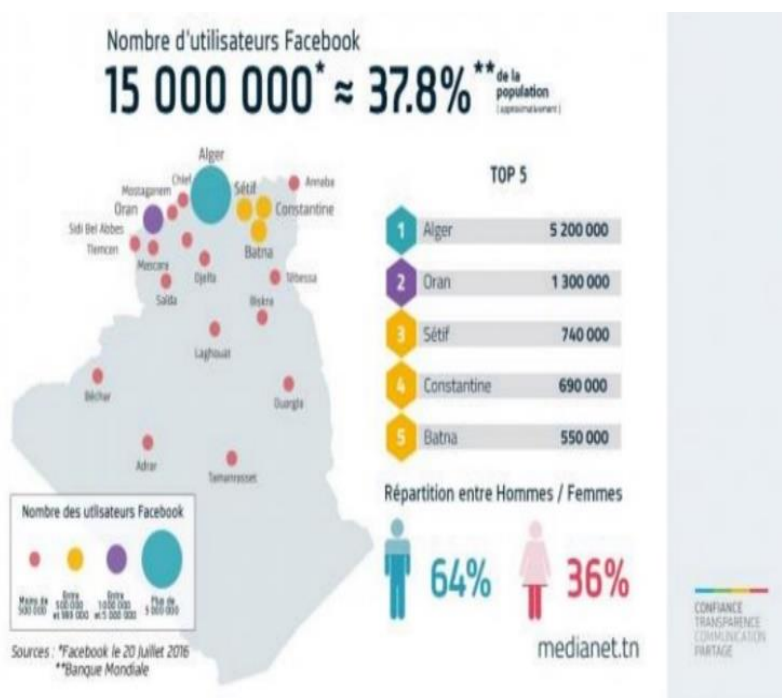
Facebook comme un espace public :

Il est primordial de savoir que même si vous avez une page personnelle sur Facebook elle représente un espace public. Votre compte vous permet de publier du contenu informatif, d'émettre des options ou encore de commenter les publications des autres utilisateurs. Une fois que vous partagez des informations, du contenu, des publications ces derniers ne font plus partie de votre vie privée. Selon vos paramètres de sécurité vos publications peuvent être vu, commenter et partager par vos amis, leurs amis ainsi que des personnes ne faisant pas partie de votre liste ni celle de vos amis. Le fait de créer un compte sur Facebook c'est comme un moyen de renoncer à sa vie privée. Tout contenu qui sera publier sur votre compte Facebook pourrait être repris par un autre utilisateur. Il est conseillé de ne pas publier du contenu diffamatoire pouvant entravé vos droits ou encore des informations personnelles pouvant mettre votre vie en péril.

Les droits d'auteur sur Facebook :

Lorsqu'est publié par vous du potentiel contenu protégeable par des droits d'auteur (texte, musique, vidéo ...), vous cédez vos droits d'auteur à Facebook. C'est une façon par vous d'accorder une licence non exhaustive à ce réseau social. C'est également une façon d'affirmer que ce que vous publié ne vous appartient plus. De ce fait, il ne faut pas publier ce qui ne nous appartient pas car c'est céder les droits de cette publication à Facebook alors qu'on ne doit céder que ce qui est à nous.

Figure n° 03 : Chiffres d'utilisation de FB en Algérie pour certaines villes



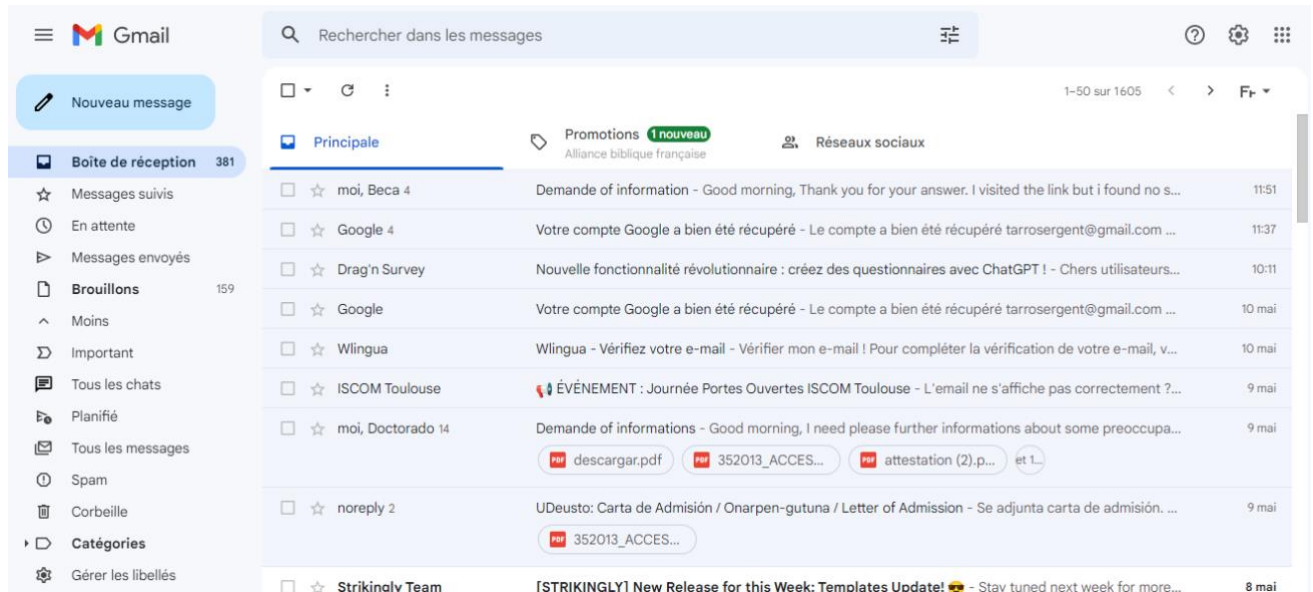
Source : (Media net, 2023)

1.4.2 Gmail :

Gmail est sans doute l'un des derniers réseaux sociaux, il a été lancé en avril 2004, Tout comme Facebook son accès été lui aussi dès le début réservé sur invitation pendant deux avant la création de la version beta qui elle est venue s'ouvrir au public. A l'époque la capacité était d'un giga et augmentait régulièrement jusqu'en mai 2013, date à laquelle l'entreprise Google décide d'unifier les espaces de ses différents services. Elle dépasse Yahoo et Hotmail en nombre de compte en mai 2012 et en octobre 2018, elle revendique un milliard cinq-cents utilisateurs actifs dans le monde. Contrairement à Facebook, la sélection relationnelle est un facteur de choix sur Gmail, et offre une meilleure maîtrise des membres de notre réseau qui sont pour la plupart le plus souvent des professionnels. L'enregistrement des contacts est ciblé selon l'appartenance à une organisation ou l'individualité de l'utilisateur.

Définition : C'est l'un des plus puissants des Webmail et des plus populaire de chez Google. Pour l'utilisateur novice ce réseau peut-être un peu brouillon car ce dernier ne sachant pas comment exactement s'attaquer à Gmail lorsqu'il se créer un compte.

Figure n° 04 : L'interface de Gmail



Source : (Gmail, 2023)

***Note :** Gmail présente une interface assez classique donnant priorité à la visibilité des mails, ces derniers s'affichent sur la plus grosse partie de la page.

Boîte de réception des messages : Tous les messages reçus sont visibles dans cette section, si vous utilisez un ordinateur, une fois que vous passez la souris dessus une flèche apparaît, afin de pouvoir afficher la messagerie selon votre envie soit pour montrer les plus important de vos messages, les non lus, les lus. C'est un trille effectué par Gmail afin vous aider à gérer l'organisation de vos mails.

La corbeille et les messages instantanés : Dans l'ordre de réduire le taux de messages reçu ou envoyez à affichez sur l'endroit principale de votre espace Gmail, il est pour vous possible de les envoyer vers la corbeille pour une durée déterminée, ces derniers seront automatiquement supprimés les 30 jours suivants, de même que la messagerie instantanée

vous permet de voir qui de vos contacts est en ligne, les noms de tous les contacts avec qui vous avez l'habitude de communiquer.

1.4.3 Site internet :

C'est une page dédiée à une utilisation en ligne sous forme de vitrine ou de forum, et Internet est un réseau d'ordinateur qui connecte l'ensemble d'ordinateur de la planète. Ce dernier relié donc des réseaux régionaux, gouvernementaux et commerciaux, c'est ce qui fait de lui le plus grand réseau informatique de la planète. Tous ces réseaux utilisent un même type de communication afin de discuter entre eux, ces communications sont appelées les TPC/IP (Transmission control Protocol/ Internet Protocol).

Le rôle des adresse IP :

Dans le but de distinguer de millions ordinateurs connectés en permanence, chacun d'eux relié à internet dispose d'une adresse appelée IP. Elle joue le même rôle qu'une adresse postale. L'adresse IP est donc associée à une carte de réseau.

La page Web est une page mise en forme avec un lien hypertexte. Sa mise en forme est basée sur le HTML : hyper Text Markup Language.

Les trois catégories de sites internet

Les sites vitres : Ce sont des sites qui sont comme des cartes mémoires servant à stocker vos données. Ce genre de site privilégie l'aspect graphique au contenu, c'est un site géré par une seule personne et la fréquence de mise à jour n'est pas requérante. Ici la spécificité est la présence de l'utilisateur appartenant la page web afin de l'animer au quotidien ainsi attirer du monde que ce soit sur la vente d'un produit ou d'un service.

Les sites marchands : Ce sont des sites réservés à la vente en ligne, ils sont généralement tenus par des grosses entreprises à l'exemple du site Amazon. Ils sont gérés par un ou plusieurs webmasters. La sécurité de ces sites repose sur l'emploi de base de données et de système comme par exemple le système de paiement sécurisé, la gestion des comptes courant etc. Ici c'est le graphisme qui est assez simple mais le contenu commercialisé emporte la plus grande part d'attention par les admirateurs aussi bien qu'aux usagers.

Les sites Webzines : Ici on parle des sites réservés aux rédactions importantes (presse électroniques, site communautaires). Les administrateurs de ces sites sont différents et possèdent des qualifications différentes. Ils peuvent être comparés à une application en

ligne chargé de générer de façon automatique les pages du site sans avoir même une base sur la création de site internet.

Avant de prendre la décision de créer un site il faut faire une prospection sur internet pour voir ce qui se fait sur internet par les autres usagers du même domaine que vous.

Il convient donc de se poser les questions suivantes :

Quel sera le type de contenu à introduire dans mon site ? C'est en fonction de son contenu qu'on construit un site internet, ce dernier peut être varié en image, en vidéo en texte ou en audio.

Quelle forme prendra mes données ? C'est le rapport de l'estimation entre le temps que prendra la numération des données. Soit sous forme de disquette, de photo, de papier ou de CD.

Quels sont les techniques pour classer mes données afin d'y avoir accès plus facilement la première fois ? Il sera plus judicieux de définir des rubriques dans lesquelles sera reparti le contenu en fonction du type de sujet. C'est l'arborescent du site. Le contenu devra alors être organisé de manière logique afin que les internautes puissent y avoir accès.

Qui s'adresse mon site et mon contenu ? C'est une partie est crucial, il faut savoir à qui vous vous adressez pour arriver à définir un certain nombre d'éléments liés à l'aspect graphique au style rédactionnel qu'il convient d'employer. Vous pouvez mettre un graphisme dynamique avec des couleurs vives si par exemple votre site c'est un site de musique destinées à des jeunes internautes.

Après combien de temps je devrais faire les mises à jours, dans quelle partie, qui en sera responsable ? vous devez au préalable avoir défini des rubriques dans votre site destiné à être modifiées, améliorées La rubrique informations sera elle par exemple en constante mise à jour alors que celle liée à la présentation du site ne sera pas très souvent. Vous pouvez par exemple fixé une mise à jour tous les 30 jours, cela vient du sérieux de votre travail ainsi les internautes sauront quand il y'a de la nouveau sur notre site.

Figure n° 05 : Etapes de création d'un site web

Source : (WEB Extend, 2023)

1.5 Caractéristique des médias sociaux :

Les médias sociaux numériques sont distincts des médias traditionnels par leur caractère variable, il est possible de reproduire de nombreuses versions par le biais de la mise à jour et cela se fait par un système contenu dans un ordinateur. Le code numérique et leur conception modulaire permet de les manipuler de façon automatique de telle sorte qu'il est possible de quitter d'une page à une autre. Parmi leurs nombreuses caractéristiques nous avons donc retenues les suivantes :

La vitesse de communication à distance :

Il est possible de communiquer avec des communautés éloignées et de recevoir la réponse de façon instantanée. Ceci s'explique par la relation entre le web 2.0 et internet. Dès réception des informations émises par l'application web, internet les transforme en servant

d'interlocuteur entre les applications utilisées par les usagers afin que les données puissent parvenir d'un point à un autre de façon rapide selon le débit de connexion.

L'interactivité :

Les réseaux sociaux numérique offrent aux internautes la possibilité de participer sur une publication en utilisant des commentaires, des réactions ou encore des audio. Ils interagissent sur le contenu publié pour différentes raisons (relation, avis, information). Et ils obtiennent ainsi des réponses émises par le propriétaire ou l'utilisateur ayant mis en ligne le contenu source de trafic. Cette caractéristique est absente sur les médias traditionnels, ces derniers ne donnent pas la possibilité d'interagir.

L'absence de limite et de temps :

Les limites géographiques et le temps de réponses sont des éléments insistants au sein des réseaux sociaux numérique, il est possible d'interagir avec un usager étant dans un lieu différents que le nôtre et cela sans avoir besoin de se déplacer, les applications et le réseau gèrent de façon automatique les mouvements que peuvent faire une communication d'un émetteur afin d'atteindre un récepteur. De même que la limite de temps, nous pouvons réagir à un contenu en tout temps, il n'y a pas d'heure limite, il suffit de se connecter pour commencer à naviguer sur le réseau.

L'exactitude des informations transmises :

Les réseaux sociaux ou « *Web 2.0, Web social* » (Coutant & Stenger, 2012) nous offrent la possibilité de modifier, de cibler donc de concevoir le contenu sur lequel des usagers vont interagir de telles sortes que les informations émises puissent toucher les bonnes personnes et puissent également contenir le contenu souhaité. Nous avons l'option de suppression en cas d'erreur ou de modification ainsi, la publication émise sera consultée par les personnes souhaitées et cela sans encombre. C'est aussi un moyen de faciliter la communication et la compréhension entre les individus, car en effet on a toujours besoin d'ajuster certaines informations et les réseaux sociaux numériques nous donnent cette possibilité.

La participation :

Sur les réseaux sociaux numériques offrent aux internautes la possibilité de participer avec les pages sur lesquels ils sont abonnés. On le remarque très souvent chez les entreprises lorsqu'elles émettent un contenu, elles demandent l'avis de leurs abonnés soit dans le but

de l'améliorer ou de totalement le changer. C'est également une façon pour elle de soigner leur image au sein de la société en général et de ses abonnés en particulier.

La sélectivité des messages :

Les internautes du « *web 2.0* » (Coutant & Stenger, 2012) étant des utilisateurs actifs contrairement au public du web 1.0, ces derniers sélectionnent le contenu avec lequel ils souhaitent réagir. Les publications faisant partie du fil d'actualité de chaque utilisateur dépendent des caractéristiques sélectionnées dans les paramètres de son compte. Si un contenu indésirable arrive sur son fil, il a la possibilité de le supprimer ou de simplement l'ignorer par des cliques instantanées de même sortent que les messages des abonnés de forums sur des applications il existe l'option mise en sourdine afin de ne pas recevoir certains contenus et de prioriser d'autres.

1 Section 02. La communauté en ligne :

Afin de comprendre cette section il est nécessaire de connaître ce que c'est qu'une communauté en ligne, son mode de fonctionnement son développement ainsi que sa relation avec la modernité. Nous donnons donc les détails en rapport avec ce sujet.

1.1 Définition :

Une communauté en ligne peut faire référence à ensemble de personnes partageant des intérêts communs, étant en interrelation autour d'une activité, d'un projet ou d'une initiative par le moyen de la connexion internet via les médias sociaux numérique. Elle peut être composée d'un nombre variable d'individus avec des mêmes profils sociologiques ou des profils homogènes relié soit par une histoire, une langue ou une religion c'est cela qui fait la distinction entre elles et constitue une des caractéristiques premières de leur existence. Les interfaces graphiques (images, textes, schémas ...) présentées par le dispositif numérique au sein des communautés en ligne permettent l'interaction non seulement entre hommes machines mais aussi entre les individus connectés. « *La première proposition portant sur le rapport entre la communauté en ligne et les publics fait constat d'une collectivité d'individus interconnectés et reliés par des intérêts communs* » (Kelber, 2020).

1.2 Evolution :

C'est au début des années 1970 pendant le lancement du réseau « *Arpanet* » (Kelber, 2020) que Community memory qui est l'un des premiers systèmes de bulletin en ligne voit le jour à Berkeley en Californie. L'informaticienne jude Milhon qui était la co-fondatrice par alors d'un nouveau média faisant référence à une nouvelle famille communautaire. Certains auteurs ayant étudié ce journal ne parlent en effet pas de communauté en ligne mais des groupes d'interactions via des ordinateurs utilisés par des individus connectés avec une efficacité dans le téléchargement de données. A partir de 1980 nous voyant émerger une plus grande démocratie donc une accessibilité du système de bulletin en ligne du type « *bulletin board syste* » (Kelber, 2020), C'est un panneau d'affichage permettant aux individus d'y inscrire un message et de le diffuser auprès du public. C'est en 1985 lors de l'arrivée de la plateforme le Well avec des nouvelles fonctionnalités de communication offertes. Ainsi que l'expérience d'utilisation que nous voyant la révolution du mot communauté en ligne, car le célèbre ouvrage *The virtual community* qui est publié en 1993 aux États-Unis parle de communauté virtuelle (c'est la formation de petits groupes sociaux d'individus lors que nous avons une participation importante d'un groupe d'usager, entamant des conversations pendant une longue période y mettant chacun son dévouement afin que des relations humaines puissent se tisser au sein d'une plateforme numérique) plutôt que communauté en ligne.

1.3 La critique sur la création d'une communauté en ligne par rapport à la modernité

Même si que le sentiment d'individualisme a été apporté par la modernité, ce n'est pas pour autant que nous allons dire que les communautés en ligne ont disparu. Dans la société en réseau nous pouvons voire collaborer et émerger l'harmonie des relations entre publics en ligne et des relations dans l'espace local. La relation numérique est le plus souvent un complément à celle que nous entretenons de façon quotidienne physique avec notre entourage ou nos relations sur les médias. « *Le processus de l'industrialisation et la bureaucratisation ont engendré des débats portant sur la fin des communautés et l'émergence d'individus isolés et aliénés* » (Kelber, 2020). C'est dans ce sens que nous voyons émerger un débat sur internet, d'une part des personnes qui estime que le web

social sert à rapprocher les publics géographiquement éloignés, de tisser des relations à distance et contribue à l'épanouissement de la société, d'autre part d'autres considèrent internet comme un frein dans la société, un moyen d'éradiquer les relations face à face entre les hommes et donc de nuire aux valeurs sociales et aux relations personnelles et interpersonnelles. Ceci dit le phénomène des communautés en ligne possède ses avantages et ses inconvénients car il n'est pas perçu de la même façon entre les groupes sociaux de même que sa relation avec la modernité.

1.4 Lien social et lien social numérique :

1.4.1 Lien social :

Le lien social est un ensemble des normes des valeurs et des relations reliant ensemble les membres d'un groupe social ou d'une société. Il est en effet nécessaire pour identifier et exploiter la pluralité des dimensions de principes en rapports aux liens sociaux en comprenant d'abord la nature du lien et son contexte. De ce fait, Durkheim est un auteur, par ses ouvrages interrogatifs sur le sujet, pouvons-nous servir de pilier dans afin de comprendre le fonctionnement des liens sociaux.

1.4.2 La raison de la variété des liens sociaux

Par l'analyse de Durkheim nous pouvons de plusieurs façons répondre à cette problématique.

Pour des fins de spécialisation, la division des activités sociales conduit à leur multiplication. Nous pouvons expliquer cette idée dans le cas du domaine de l'économie. De ce fait, les liens matériels en rapport avec la consommation, l'organisation, la commercialisation la consommation et les échanges deviennent plus important. La division du travail contribue donc à l'augmentation de la productivité, à l'extension des marchés et à l'amélioration du niveau de vie, expliqué au 18^e siècle par Adam Smith. Cette vision n'étant pas contesté par Durkheim mais le reproche de ne pas avoir ajouté la vision fondamentale de la division du travail qui est la vision morale. C'est d'ailleurs cette spécialisation qui traîne avec elle l'évolution vers une forme de solidarité qui n'est plus basée sur des similitudes par des complémentarités, repose donc sur l'interdépendance entre individus.

1.4.3 Typologies des liens sociaux :

Pour Serge Paugam nous pouvons former une typologie des liens sociaux à travers deux dimensions : d'une part la protection que nous procure différents liens et d'autre part le sentiment de reconnaissance que procure ces liens en vers les individus. Dans le premier cas nous pouvons dire qu'ils déterminent sur qui compter donc les individus chez que nous pouvons trouver des ressources pour avoir une orientation dans notre vie quotidienne, et dans le second cas pour qui les individus comptent. Soit de façon affective, amicale, Professionnelle ou sur des aspects matériels. Porte également sur les caractéristiques de la personne et son statut social.

Figure n° 06 : Les types de liens sociaux

<i>Types de lien</i>	<i>Formes de protection</i>	<i>Formes de reconnaissance</i>
<i>Lien de filiation</i> (entre parents et enfants)	Compter sur la solidarité inter-générationnelle Protection rapprochée	Compter pour ses parents et ses enfants Reconnaissance affective
<i>Lien de participation élective</i> (entre conjoints, amis, proches choisis...)	Compter sur la solidarité de l'entre-soi électif Protection rapprochée	Compter pour l'entre-soi électif Reconnaissance affective ou par similitude
<i>Lien de participation organique</i> (entre acteurs de la vie professionnelle)	Emploi stable Protection contractualisée	Reconnaissance par le travail et l'estime sociale qui en découle
<i>Lien de citoyenneté</i> (entre membres d'une même communauté politique)	Protection juridique (droits civils, politiques et sociaux) au titre du principe d'égalité	Reconnaissance de l'individu souverain

Source : (Paugam, 2009)

1.4.4 Lien social numérique :

Le lien social numérique peut être considéré comme la relation tissée en ligne sur les réseaux sociaux numérique entre des individus ou des groupes. Ces collectifs en ligne ne reposent pas forcément sur des liens familiaux ou d'amitié mais sur des centres d'intérêts commun. Pour faire la différence entre un lien classique et un lien numérique il est nécessaire de voir les caractéristiques auquel se rapporte chaque lien à l'exemple du lieu des échanges, des méthodes utilisées mais aussi du langage parlé. La formation du lien en ligne par les communautés connectées débute dès lors que l'interaction dure pendant une certaine période entre les individus ou encore entre organisation / individu. C'est un

processus qui passe le plus souvent par le partage de contenu via les message, l'interaction dans les commentaires ou encore le partage de publication. Dans notre étude le lien numérique est créé spécialement par le partage de contenu émis sur Facebook par l'administration du PNG et de l'interaction des usagers, ceci soit pour des causes environnementales pour l'organisation de certains évènements ayant rapport avec la localité.

1.5 La relation entre le lien social numérique et le lien social :

Loin de confronter la technique au social ou la matérialité à l'humain, Les liens numériques montrent à quel point l'avancé des techniques d'information et de communication (TIC) sont impliqués de façon considérable dans le quotidien des faits sociaux à étudier, il serait donc vain d'essayer de distinguer une dimension en rapport avec les technologies de l'information et de la communication et une autre sans elle d'un fait social. Alors, choisir d'utiliser l'expression (lien social numérique), est une manière de dire que les liens sociaux peuvent être incorpores des dimensions prenant la forme dans le dispositif numérique. C'est une façon de dire que le quotidien de l'individu ne peut plus faire abstraction sur les technologies web 2.0 dans les relations entretenues.

Processus de création du lien social numérique :

La liberté de circulation ou de navigation qu'offre l'espace virtuel a pour corollaire le fait de trouver des usagers qui partagent les mêmes goûts et intérêts que soit. C'est donc tout un travail de sélectivité entamé par les abonnés des réseaux sociaux numériques en général et de Facebook en particulier. Ainsi les forums de discussion en ligne constituent un avancement pour le fonctionnement des groupes sociaux. Pour la première fois, des individus distants partageant un même centre d'intérêt pouvaient échanger des informations sous forme de vidéo, audio image etc, s'organisent et s'entraident à distance. Pour les passionnés des sujets plus séduisant, c'est le rattachement d'un collectif connecté pour échanger sur leurs pratiques qui leur pousse à vouloir eux aussi entretenir des relations. Le plus intéressant dans cette création de groupe via internet c'est la dimension paradoxale du processus d'individualisation. D'où le fait que l'individu ne se reconnaisse personnellement dans ces échanges que pour une pratique une passion ou une recherche d'information. C'est donc pour se sentir conforté dans quelque chose qui relève de son sentiment personnel que l'individu a recours à ces dispositifs. Mais on ne reconnaît et

reconnaîtra pas les vis-à-vis car cette reconnaissance est souvent anonyme. L'utilisation d'un pseudo peut suffire pour tisser des relations basées sur un intérêt commun.

La création d'un compte utilisateur sur un réseau social numérique :

Souvent caractérisé par une même procédure d'abord l'inscription sur la plateforme dont l'individu souhaite devenir utilisateur, que ce soit, Facebook, Gmail, Instagram. On vous demandera d'abord un nom ensuite un prénom dans certains cas un email ou un numéro de téléphone. Ensuite un code de confirmation vous sera envoyé afin d'activer votre compte, le plus souvent vous le recevez une fois après avoir cliqué sur valider la création du compte, si ce dernier tarde à y arriver, il se pourrait que la connexion soit mauvaise ou alors les informations émises lors de l'entrée des données ont été mal saisies et là il faudra par la suite tout recommencer depuis le début.

L'utilisation d'un réseau social numérique avec ou sans compte utilisateur

D'un côté nous avons les réseaux sociaux de type plateforme, ce n'ont pas besoin que l'utilisateur puisse avoir un compte afin de naviguer librement mais en revanche, si l'utilisateur veut poster ses propres contenus (photos, vidéos, textes) il faudra obligatoirement créer un compte afin d'avoir un profil. Pas forcément avec son vrai nom même avec un pseudonyme cela est suffisant. Ce contenu que l'on souhaite partager sur notre profil peut être dans le but de divertir une communauté, de vendre des produits ou encore d'informer. Donc il faudra faire la recherche des abonnés en demandant par exemple à vos amis de partager le contenu que vous publiez afin de promouvoir votre profil et d'attirer de l'audience. Une autre option s'offre à nous celle de booster notre profil afin de le rendre plus visible, cela passe par un achat de pack au près des administrateurs de la plateforme concernée. Vous pouvez prendre un abonnement de 3 jours jusqu'à des mois selon vos aspirations.

De l'autre côté nous avons des réseaux sociaux personnels. A l'exemple de Facebook, Twitter ou Instagram. Ce sont des réseaux qui priorisent l'aspect de partage de contenu, d'interactivité et de création de lien (amitié, amour, famille). Ces réseaux sont plus basés sur la confiance, car en effet les individus qui l'utilisent peuvent se connaître ou pas. Il est souvent nécessaire de donner ses véritables informations lors de la création du profil utilisateur et de mettre une véritable photo de vous en profil afin de réduire la méfiance des autres utilisateurs. Même dans les commentaires ou lors que vous faites une demande de

connexion, les autres abonnés ont toujours tendance à faire des clics sur votre profil afin de vérifier si ce dernier est un fake. Cela va de votre avantage afin d'être plus crédible mais le risque flagrant d'être piratage n'est pas exclu. C'est pourquoi la méfiance doit également être dans l'esprit de l'utilisateur et les informations de connexion doivent rester personnelles et confidentiel.

Enfin nous avons les réseaux sociaux professionnels à l'exemple de tweeter ou encore de LinkedIn. Ici la création d'un profil utilisateur est primordiale. Il peut être sollicité dans la recherche d'emploi, de stage ou encore la gestion de son activité, mais comme tout réseau, c'est la visibilité, la communauté les abonnés et l'interactivité qui fait que ce dernier existe. Il faut surtout renseigner ses différentes formations, diplômes et expériences professionnels en introduise à chaque fois un lien de vérification pour plus de crédibilité. Ils sont la plupart utilisé par des nouveaux diplômés ou encore des entrepreneurs.

Préambule : Dans ce chapitre nous allons donner tous les éléments ayant rapport avec les usagers des médias sociaux ainsi que leur motivation à interagir sur les publications. Il sera donc question de faire ressortir l'aspect de participation et de coopération via le web social numérique par les communautés en ligne.

CHAPITRE III : L'INTERACTIVITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES :

1 Section01 : Les modalités d'interactivité et coopération

1.1 L'interactivité

1.1.1 Définition :

L'interactivité désigne l'entrée de données par un utilisateur dans un système informatique ainsi que la réponse émanant de ce système. La **profondeur de l'interaction sur le net 2.0** concerne le **degré de pénétration de l'utilisateur dans le contenu**. Cette mesure implique qu'une **hiérarchie** soit donnée à chaque composant. Il est donc nécessaire de prendre le soin d'analyser chacun des fragments d'information et de déterminer avec exactitude à quel type de demande celui-ci répond.

1.1.2 Evolution :

Depuis plus de dix ans, les usagers et développeurs sont en quête d'interface dites intuitives ou encore conviviales. Ces qualificatifs bien qu'ils sont valorisants dans un aspect social mais recouvrent des acceptions différentes selon la compréhension de chacun d'entre nous.

Michela Denis, chercheur en design d'objet, a expliqué en 2001 de son côté que l'évolution du design d'objets en général allait dans le sens d'une « *gratification de l'utilisateur [...] grâce à l'aspect apparemment intuitif de l'objet* » (PIGNIER, 2012). Selon Nicole, c'est sur l'intuitif que repose la convivialité. Aujourd'hui, dans un effet de mode construit par Apple et certains médias, le ton est emphatique par rapport à l'interface tactile, pourtant certains avis personnels placent le plaisir de l'interaction dans d'autres types d'interfaces.

1.1.3 Les caractéristiques d'interactivité :

Le besoin d'être informé et d'informer : Les individus sont présents sur internet dans la plupart du temps, afin de chercher à se divertir pour certains mais pour d'autres, ils considèrent le web 2.0 comme une interface dans laquelle il peut recueillir des informations afin d'enrichir son quotidien. Ces informations peuvent prendre la forme de différents formats, pour une seule information nous pouvons l'avoir sous plusieurs formats. Les usagers faisant partie des communautés en ligne communiquent avec leurs groupes en grande partie dans le besoin de s'informer grâce à la rapidité de connexion offerte par internet il est possible pour eux d'obtenir une information en étant donc récepteur et de créer à leur tour une information en devenant émetteur. Le principe fondateur de cette démarche reste le partage d'un point vers un autre accompagner de la réponse d'envoi ou de réception.

La réciprocité : La notion de réciprocité est simple, si je procure un bénéfice à autrui, dans le cas d'une action différente d'un don ou d'un simple achat, je peux attendre à mon tour un retour positif. Mais selon le contexte dans lequel elle est employée, elle peut prendre des formes variées. Entre usagers internet sur Facebook, la réciprocité peut venir dans le fait de vouloir répondre à un commentaire en suivant la démarche émise par nos interlocuteurs. Cette motivation de réponse est dû au fait que nous portons du crédit à la publication, à la personne échangeant avec nous ou simplement pour passer pour nous occuper durant notre temps libre. Les groupes enlignes partageants les mêmes centres d'intérêt dans les forums par exemple, la réciprocité est souvent pour ne pas laisser un vu afin de pérenniser la conversation.

La contribution : C'est un moyen d'apport sur internet, sa part dans soit les commentaires, dans les messages ou par le partage afin d'augmenter la visibilité d'une publication pour la faire parvenir à un grand nombre d'abonnés. Mais dans certains cas, l'utilisateur internet réécrit complètement toute la publication en montrant son intérêt pour le travail que les autres ont effectués en corrigeant certaines erreurs améliorant certaines phrases et en utilisant le caractère hashtag pour donner un corps plus attirer au vu de la publication émise.

La satisfaction : C'est une autre caractéristique liée à l'interactivité sur le web 2.0 de par les nombreuses options existantes sur cette plateformes, l'utilisateur est capable par une seule clique de montrer son appréciation sur une publication ou un message en utilisant l'option réaction et en choisissant par exemple adorer, ce dernier n'a pas besoin de formuler toute une phrase afin que l'administrateur ayant publié ce contenu puissent savoir qu'il est apprécié. C'est également une forme de rapidité de réponse. Nous notons également que la satisfaction peut se présenter sous plusieurs forme (émoticônes, messages, réactions, partages, etc..).

L'intégration : Au sein des groupes de communauté en ligne, lorsqu'un nouveau membre intégré un forum, il y a une charte expliquant la conduite à tenir ainsi que les règles à ne pas enfreindre. Afin de connaître ou de savoir plus sur le fonctionnement du forum qu'il vient d'intégrer le nouvel utilisateur émet parfois une publication en se présentant et en posant certaines questions, c'est par l'objet de cette démarche que certains membres présents dans le groupe arrivent à l'expliquer ce qu'il doit connaître de plus de ce qu'il sait déjà. L'expérience n'est pas toujours positive sachant très bien que les groupes varient, les connaissent mais également les sujets, c'est pourquoi nous pouvons trouver des réactions désagréables au vu de ce genre de publication émise par un nouvel arrivant au sein d'une communauté en ligne.

1.2 La coopération sur les réseaux sociaux numérique :

Définition :

La coopération sur les réseaux sociaux peut être définie comme étant l'ensemble des relations entretenues entre les acteurs et leurs publics sur une plateforme, elle émane d'une action collective dont l'objectif est de concrétiser, communément, une activité. En effet, (tran, et al., 2013)». Cet ensemble particulier de bidirectionnalité en matière d'interrelations propose une implication des parties dans l'évolution des rencontres. La particularité de cette caractéristique relève d'un certain développement des réseaux sociaux numériques, qui constitue de puissants outils de communication et des espaces de dialogue appartiennent au web dit social qui, à partir de 2004, « ont mis à disposition des fonctionnalités incitant les utilisateurs à collaborer entre eux » (Morgand, 2016) ,visant la

création et le partage de contenus via des outils intermédiaires comme les blogues, wikis et les plateformes socio numériques tels que Facebook et LinkedIn qui permettent le partage de contenus multimédias (images, vidéos, etc).

Les étapes de coopération entre la communauté en ligne du PNG et l'administration :

Au sein du PNG, les modalités d'intervention de l'administration au titre de la coopération via sa page Facebook consiste à travailler en commun en échangeant et en partageant des informations pour donner forme à un projet commun. En effet, Le processus coopératif ne peut s'établir sans la présence de trois composantes essentielles l'acteur, l'action et l'action collective.

Le fonctionnement de ce processus dépend de la mise en place de différentes étapes clés a savoir :

Identification du projet commun : L'administration doit initialement définir un projet sur lequel elle souhaite coopérer avec les citoyens sur le réseau social prédéterminé. Ce projet devrait être clairement défini avec des objectifs précis et réalisables.

Diffusion du projet : L'administration va par la suit diffuser le projet sur sa page Facebook d'une manière plus détaillée en expliquant les objectifs et les avantages pour les citoyens. Mais aussi, elle peut utiliser des sondages pour obtenir des commentaires et collecter les avis des citoyens pour prendre conscience de la traçabilité du projet.

Établissement des groupes de travail : Sur la page Facebook, l'administration peut construire des groupes de travail privés ou public selon les préférences de l'administration en mettant en discussion le projet avec les citoyens intéressés.

Stimuler la participation des citoyens : Par définition, « *La participation citoyenne désigne de manière générale tout engagement d'un citoyen en tant que membre d'une collectivité pour le bien-être de la société, renforçant ainsi la cohésion entre lres d'une communauté, et ce, quelle que soit la forme de cet engagement : adhérer à une association, participer à une manifestation, signer et faire circuler une pétition, etc* ». (Mountasser, Ouzid, & Ouzid, 2020). L'administration peut stimuler la participation des citoyens a se collaborer en partageant des mises à jour régulières sur le projet, en répondant aux questions et en organisant des événements pour discuter du projet en personne.

Échanger des informations : Le développement des réseaux sociaux encourage la discussion des citoyens et favorisent les éléments qui constituent leur quotidien. Les échanges « *principalement basés sur l'interaction et la libération des subjectivités, favorisent la mise en place d'une communication basée sur l'image perçue* » (ESSE, 2000). Il convient de noter que la présence des organisations sur les réseaux sociaux et plus précisément sur Facebook, constitue un lien d'appropriation, raison pour laquelle il est question de mettre en évidence l'interaction induite par les plateformes socio numériques dans le but d'atteindre la proximité et l'attractivité recherchée. L'administration et les citoyens peuvent échanger des informations sur le projet via la page Facebook. Cela peut contribuer à l'émergence d'une intelligence collective dans le but d'améliorer le projet et peut inclure des mises à jour du progrès et donner forme à ce dernier en utilisant les informations échangées.

1 Section 02 : La Participation sur les réseaux sociaux

Définition :

La participation est un concept en plein essor sur les médias sociaux, la place du citoyen est de plus en plus demandée par les acteurs sociaux dans les activités qu'ils effectuent. Près de 5 milliards d'habitants sur la terre ne sont pas internautes. D'après les études qui ont été faites sur les sites de journalisme citoyen, ce sont toujours les mêmes catégories sociales ayant déjà accès aux différentes formes d'expression publique (enseignants, chercheurs, intellectuels, journalistes, communicants), qui s'expriment sur les médias numériques. Les réseaux sociaux numériques font naître un nouveau paradigme de communication et de partage de ce fait, de permettent au tour de la gouvernance participative et de la citoyenneté digitale. Ils permettent différents usages aux utilisateurs que ce soit des usagers personnalisés ou différentes de l'interaction avec d'autres usagers jusqu'à la mobilisation pour des causes communes et variées.

1.1 La gouvernance participative :

Le concept de gouvernance est large dans son origine grecque il désigne le pilotage de navire, Platon l'a utilisé pour ainsi désigner le fait de gouverner les hommes. Il a ensuite été défini dans l'ancienne langue en tant que gouvernement donc la manière de gouverner.

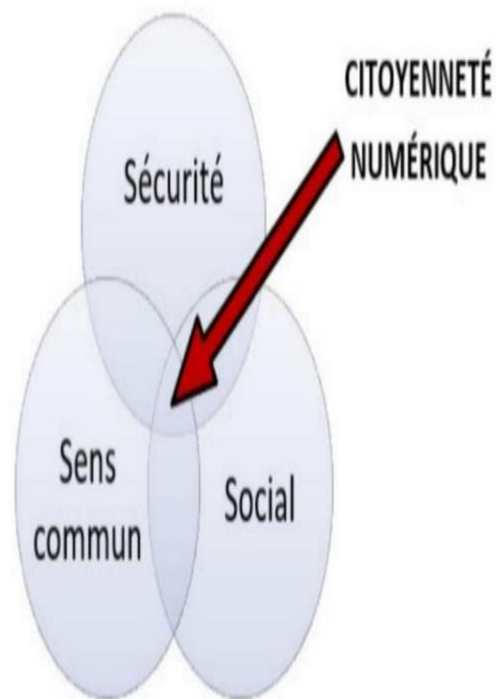
L'usage de gouvernance publique ou celle au sein des entreprises date du 20^e siècle. Il s'agit ici du comportement des dirigeants et des membres de l'administration. D'une vue générale, la gouvernance est la manière d'accorder du pouvoir aux différents acteurs sociaux impliqués, elle a la particularité de s'appliquer à un système organisationnel quel qu'il soit et sollicitée pour gérer les irrégularités ou déficit constatés sous multiples formes en administration publique, privée système d'un pays, d'une région. Dans le cadre de cette étude, c'est de la gouvernance au sein d'un territoire dont il est question. Etant donné que nous analysons les actions menés par les administrateurs de la page Facebook du Parc National de Gouraya qui rassemble un ensemble d'abonnés dont l'objectif commun est la pérennisation du patrimoine et sa valorisation au près des publics par les décisions prises mais aussi la participations des abonnés formant ainsi des relations durables et profitables aussi bien sur le plan environnementale mais également sur le plan socioéducatif.

1.2 La Citoyenneté numérique :

L'International Society for Technology in Education en 2020 a défini la citoyenneté numérique par la permanence de l'identité numérique, l'importance d'avoir des comportements et attitudes responsables en ligne, la propriété intellectuelle dans le partage de l'information en indiquant la source de l'objet numérique, la vie privée le fait d'avoir la bonne gestion des données partagées en rapport avec notre personne. « *La participation citoyenne désigne de manière générale tout engagement d'un citoyen en tant que membre d'une collectivité pour le bien-être de la société* » (Mountasser, Ouzid, & Ouzid, 2020), dans le but de renforcer les liens entre les membres d'une communauté peu importe la forme de cet engagement en faisant circuler l'information ou faire signer des pétitions, en adhérant à une association ou en participant à une manifestation. La citoyenneté numérique peut aussi être considérée comme le fait de participer à une société en ligne, autrement dit, nous pouvons participer à la vie sociale et politique via les médias sociaux numériques. Pour mieux comprendre la citoyenneté numérique il convient d'étudier les 9 éléments suivants : accès numérique, santé et bien-être numériques, commerce numérique, sécurité numérique et protection de la vie privée, Communication et collaboration numériques, aisance avec le numérique, loi numérique, étiquette numérique, droits et responsabilités numériques. Ils peuvent être divisés en 3 grandes catégories afin d'encadrer la citoyenneté numérique : la sécurité des données en rapport avec la protection de soi et

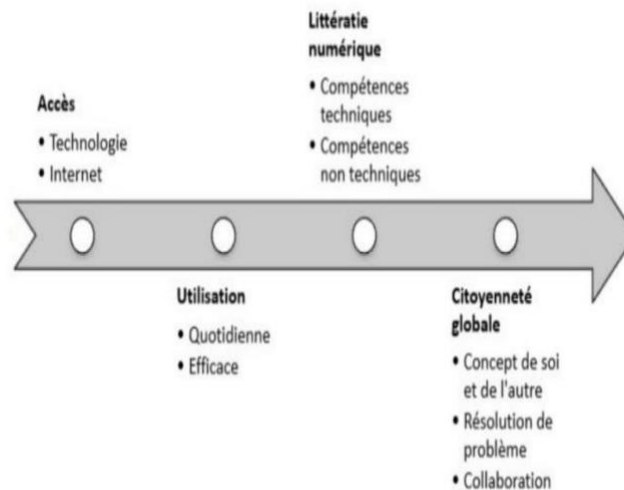
des autres, le sens commun comptant pour la compréhension du monde numérique dans le but de faire des choix responsables et l'aspect social faisant référence au respect de soi et de l'autre. Ce cadre peut aussi être nommé les 3S, « favorise la mise en place des neuf éléments clés présentés ci-dessus. C'est à la jonction de ces trois principes directeurs qu'on retrouve la citoyenneté numérique » (LeBlanc, Léger, & Freiman, 2021).

Figure n° 07: Cadre 3S



Source : (LeBlanc, Léger, & Freiman, 2021)

Figure n° 08 : Evolution du concept de citoyenneté numérique



Source : (LeBlanc, Léger, & Freiman, 2021)

1.3 L'impact des réseaux sociaux numériques sur les débats de société :

Les RSN ont un impact considérable sur les débats politiques ou ceux de sociétés. Dans l'actuelle tendance, le web social nous donne la possibilité d'échanger et de pouvoir ouvrir les débats sur l'aspect environnemental, politique mais aussi bien social. Plusieurs partis politique, associations ou administrations s'y mettent en lançant des débats dans leurs pages officielles. Les internautes du web 2.0 ont changé les comportements sociaux et sociétaux plus que tout le monde est touché, de la population jusqu'aux gouvernants et acteurs, ainsi que les institutions représentatives. Les médias sociaux constituent des endroits interconnectés donnant ainsi le citoyens la chance d'exprimer son mécontentement et ses attentes. Le développement du web 2.0 propose aux citoyens un rôle privilégié en devenant un acteur en participant aux débats politiques et sociales. « *Le web social permet à quiconque d'exprimer son opinion, de diffuser rapidement et largement des idées, de*

photographier, de filmer, de publier, de commenter, d'informer ou de démentir une nouvelle » (Mountasser, Ouzid, & Ouzid, 2020). L'impact des médias numérique fait qu'ils ont une couverture large aux actions individuelles en leur concédant des relations collectives.

1.3.1 L'engagement numérique en termes d'influence et persuasion :

Si nous prenons le concept d'engagement en le définissant dans le même sens que certains psychologues, nous dirons qu'il pourrait être comme vidé de sa substance et ne servirait plus qu'à mesurer les intérêts aussi bien qu'équilibrer même étant mutuels entre plateformes et usagers quitte à encourager l'utilisation des médias numériques à des fins malveillantes. Bien qu'ayant consciences de certains comportement non adéquats qui peuvent apparaître sur les réseaux numériques si l'engagement n'est pas maîtrisé. Dans notre mémoire, nous choisissons de nous intéresser aux bénéfiques qu'ils peuvent représenter en faveur de l'engagement citoyen autour du Parc National de Gouraya. La communication numérique engageante doit prendre en compte les facteurs influant l'efficacité de la persuasion, elle dépend en effet des caractéristiques de l'émetteur la conception et construction du message et de son contexte de délivrance. Le message persuasion sur le web social peut prendre la forme d'une vidéo, d'un texte effectué par une organisation.

1.3.2 L'engagement numérique chez l'utilisateur :

Le web social favorise particulièrement la visibilité de l'acte, car ils représentent des espaces où les utilisateurs démontrent leur participation et engagement sur des sujets variés. Nous pouvons intensifier le caractère public de l'acte sur le web social sur le fait d'affirmer son identité en utilisant un compte utilisateur contenant les informations réelles sur nos personnes plutôt que de commenter sous la couverture d'un compte anonyme.

Afin de montrer notre dévouement sur une activité, le partage de cette dernière dans notre story ou fil d'actualité contribue également d'une manière ou d'une autre à montrer notre engagement. Le résultat de ces actions peut se sentir lorsqu'après le partage d'une

publication nous voyant défiler sur notre fil d'actualité des commentaires d'autres internautes, hormis le partage ainsi que le fait de surfer avec ses propres informations, le fait de rédiger une publication concernant un sujet qui nous intéresse est une preuve plus tangible que lorsqu'on effectue des cliques sans fournir assez d'efforts.

Tableau n° 01 : Les conditions favorisant l'engagement sur les réseaux sociaux

Facteur	Descriptif	Exemple sur l'internet
Sentiment de liberté	<ul style="list-style-type: none"> énoncé d'une phrase du type " vous êtes parfaitement libre de ... " NB : la récompense ou la sanction proposée pour l'accomplissement de l'acte limitent ce sentiment de liberté 	<ul style="list-style-type: none"> mention : " vous êtes parfaitement libre de ... " sentiment induit " naturellement " par le média interactif
Répétition de l'acte	<ul style="list-style-type: none"> le même acte ou un acte différent mais ayant la même " signification " 	<ul style="list-style-type: none"> e-mail de demande de confirmation de commande, etc.
Coût de l'acte	<ul style="list-style-type: none"> en temps, en énergie ou en argent 	<ul style="list-style-type: none"> nombre de clics nécessaires pour arriver au comportement final coût de la connexion (variable selon le type d'abonnement internet. Coût sans doute peu perçu dans le cas d'une connexion ADSL par exemple)
Caractère irrévocable de l'acte	<ul style="list-style-type: none"> acte définitif, non re-négociable 	<ul style="list-style-type: none"> pas de retour en arrière possible après validation de la page
Réalisation de l'acte en public	<ul style="list-style-type: none"> acte soumis au regard d'autrui 	<ul style="list-style-type: none"> engagement par le biais de la communauté avis sur un produit, un fait, etc. dans un forum de discussion, si possible sans pseudonyme déclinaison de son identité

Source : (Chambon, 2022)

***CHAPITRE IV: CADRE
PRATIQUE***

1 Section 1 : Mise en pratique des éléments méthodologique

1.1 Les éléments méthodologiques de la recherche

La méthode utilisée :

Pour notre recherche, il est nécessaire de s'appuyer sur la méthode quantitative afin de déterminer la satisfaction des usagers via les publications émises par le Parc national de Gouraya ainsi que les modalités d'intervention de ces utilisateurs sur le contenu publié. Elle peut être définie comme un procédé permettant d'obtenir des résultats quantifiables, mesurables avec des chiffres. Elle sera pour nous un moyen efficace afin de vérifier les hypothèses qu'on a préalablement émises.

1.1.1 La méthode quantitative

Définition

La méthode quantitative peut être définie comme une stratégie de recherche qui met principalement l'accent sur la quantification dans la collecte et l'analyse des données mesurables qui, se présentent sous forme d'unités homogènes pour pouvoir les additionner et les traiter ensemble d'une part, et sous forme d'unités nombreuses afin de les calculer à l'aide de la statistique d'autre part. Elle incorpore généralement le modèle scientifique des sciences de la nature et du positivisme en particulier. Elle adopte une démarche déductive et tente de répondre à une réalité observable.

En somme, la méthode quantitative est une méthode de recherche qui met l'accent sur la quantification, autrement dit, à des dénombrements et à des mesures. Gilles Ouellet et al, parlent à ce propos : « *les méthodes de recherche ayant recours à la classification, à la généralisation, au dénombrement et à la mesure, c'est-à-dire les méthodes de recherches faisant appel à la quantification, sont quant à elles des méthodes quantitatives* » (Ouellet, Roy, Huot, & Franco, 2009).

Les études quantitatives se caractérisent, tout d'abord, par un objet d'étude. C'est-à-dire les études qui se réfèrent à des opinions, à des faits sociaux et à tout phénomène social pouvant être quantifiable. Elle adopte le plus souvent une démarche déductive en prenant

un phénomène dans son ensemble qui, nécessite un grand travail de conception et de réflexion à l'appuis des hypothèses bien déterminées pour arriver à un résultat particulier. Les études quantitatives sont une tendance portant sur la généralisation des résultats d'un échantillon représentatif sur toute la population d'étude.

La méthode quantitative fait référence à plusieurs techniques de collecte données, nous allons recourir à l'une de ces techniques destinés à rentrer du cadre de notre étude au sein de l'administration du PNG, à savoir : les enquêtes par questionnaire ou sondages.

Les techniques utilisées :

1.1.2 La pré-enquête :

Durant cette étape nous avons recueillis différentes informations à savoir le processus de création de communauté en ligne sur FB par la sociabilité numérique des usagers du PNG.

La préenquête a pour but tout d'abord « de vérifier sur le terrain si l'instrument élaboré est d'une part suffisant, d'autre part correct pour recueillir les Données dont on a besoin, on verra dans si les questions sont comprises dans le sens où elles sont élaborées »

Pour valider notre question de départ afin de formuler notre question de recherche, nous avons fait des entretiens : C'est une technique de recherche d'investigation. Par son biais l'enquêteur cherche à obtenir des informations sur les comportements, les attitudes, les représentations etc. C'est également une situation de communication à l'oral opposant un enquêteur à un enquêté. « *Pour recueillir des informations c'est l'un des moyens les plus commodes consiste à simplement interroger quelqu'un qui sait ce que vous avez envie de savoir* » (Russel A, 1999). Composé de plusieurs types : l'entretien non directif c'est une situation où le choix des réponses est donné à l'enquêté, ce dernier répond aux questions sans aucune restriction émise par l'enquêteur.

L'entretien directif il est similaire à un questionnaire car l'enquêteur a déjà choisi le chemin de réponse et ne laisse aucune possibilité à l'enquêté de donner une réponse à laquelle il ne s'attend pas. Nous nous sommes entretenus avec certains membres de l'administration du PNG tels que le chef de la cellule de communication ainsi que le Directeur de l'administration qui nous ont fourni les informations nécessaires.

Cela nous a permis de connaître la population d'étude en général mais aussi l'échantillon que nous souhaitons atteindre. Nous avons également facilité le choix de la méthode et de la technique de collecte de données.

1.1.3 Le questionnaire :

Par définition, le questionnaire est un outil de recherche comportant un ensemble de questions dont l'ordre doit former un instrument de mesure valable. Il se présente comme un document dans lequel sont inscrits les questions, les réponses ou la réaction d'un sujet déterminé. Les questions posées doivent donner lieu à l'aboutissement de l'objet de recherche et susciter au près des échantillons des réponses claires et sincères. Elles peuvent être des questions fermées, multiples ou des questions ouvertes.

La différence entre questionnaire et sondage :

La différence qui existe entre un questionnaire et un sondage concerne, tout d'abord, le sujet des questions. Le questionnaire peut toucher plusieurs types de sujets impersonnels et personnels. Tandis que le sondage vise à questionner les individus sur une intention d'agir précise ou une évaluation donnée. La différence porte en suite, sur la population visée. C'est-à-dire que le sondage vise à mener une enquête à grande échelle sur l'ensemble du pays et relié ensuite à une technique statistique permettant de se renseigner sur une large population, tandis que le questionnaire ne peut pas atteindre une grande population. Cette distinction porte enfin sur le nombre de question dont le questionnaire contient des dizaines de questions portant sur plusieurs aspects, tandis que le sondage s'avère très court. La principale préoccupation tend à rejoindre le grand nombre.

Nous avons choisi de réaliser un questionnaire car notre recherche porte sur une population présentant des caractéristiques variées et notre pré-enquête nous a permis de connaître chacune des caractéristiques afin de ce questionnaire en trois grands axes et 1 questions ouvertes et fermées ainsi qu'à choix multiples.

Le premier axe est spécialement réservé aux informations personnelles des abonnés de la page Facebook de l'administration.

Le deuxième axe porte sur la satisfaction des usagers via les publications émises par le Parc National de Gouraya.

Le troisième axe porte sur les modalités d'intervention des utilisateurs de FB sur le contenu publié.

La population :

La population mère représente l'ensemble de tous les éléments concernés par l'objet de l'étude. Il est impossible d'interroger l'ensemble des individus constituant la population de référence. Ces éléments peuvent être une personne interrogée sur ses envies, désirs motivations, comportement ou une entreprise interrogée sur ses pratiques, ses projets etc. « *La population est définie par les caractéristiques des individus qui les rendent Aptes à participer à l'enquête* » (Bethier, 2010). Notre population mère est l'ensemble des abonnés présent sur la page Facebook du "PNG

L'échantillonnage :

Le choix de l'échantillonnage est effectué en fonction de la population d'études, l'objectif ainsi qu'aux variables contenues dans nos hypothèses. Il existe deux technique de procéder à l'échantillonnage :

D'une part, es techniques probabilistes, elle est caractérisée par le fait que chaque unité choisie dans la population mère à la même chance qu'une autre. Le choix des unités de la population mère est donc déterminé par le hasard. Par cette technique, le chercheur peut déterminer la marge d'erreur de son échantillon. Cette dernière est souvent transmise lors de la diffusion des résultats du sondage ayant été constitué par des techniques d'échantillonnage probabiliste. Nous pouvons donc citer l'échantillonnage de hasard, ou aléatoire simple, de hasard stratifié, de grappes, systématique probabiliste et l'échantillonnage à plusieurs degrés.

D'autre part les techniques non probabilistes, l'indique leur non, les techniques non probabilistes *ne se fondent pas sur la théorie des probabilités* » (Dépelteau , 2000). Elles sont le plus souvent utilisées en sciences humaines dans la recherche dites qualitatives. Nous pouvons citer l'échantillon accidentel, par quotas, typique, boule de neige, de volontaire.

Dans nos études la méthode choisie est l'échantillonnage probabiliste simple, consistant à

Donnés les mêmes chances à tous les abonnés afin d'y répondre. Nous voulons orienter notre recherche spécialement sur les modalités d'interventions des usagers FB du PNG ainsi que sur leur satisfaction vis-à-vis du contenu émis par l'administration.

1.1.4 La population de l'étude et l'échantillon :

La population cible peut être définie comme un ensemble de personnes qui intéressent les chercheurs dans une étude statistique et qui correspond à une réalité palpable. « *Elle est en relation avec cette portion de la population qui est délimitée objectivement comme objet d'intérêt pour la recherche* » (M. Touré, 2007) . Cette délimitation doit être prise en toute rigueur, car les conclusions d'une étude ne puissent s'appliquer qu'à la population visée permettant ainsi de sélectionner l'échantillon. Notre étude vise une population de 352 abonnés et notre échantillon 99 répondant.

1.2 Le déroulement de l'enquête :

Présentation du PNG

Création :

C'est par le décret numéro 84/327 du 03/11/1984 que le Parc national de Gouraya a été créé et régit par un statut fixé par le décret 83/458/07 modifié et complété par le décret numéro 98/216 du 24/07 1998 fixant le statut de type des parcs nationaux.

Il est situé dans la commune de Bejaia et essentiellement composé de 3 écosystème :

- Terrestre ayant 2080Ha pour superficie.
- Marin ayant 11.5km de cote pour superficie.
- Lacustre ayant 3Ha de superficie.

C'est en 2004 que ce dernier a été classé réserve de biosphère par le conseil international de coordination du programme de l'homme.

Statut :

Le PNG est un établissement public administratif, sus tutelle du ministre de l’agriculture et du développement rural.

Figure n° 09 : Situation géographique du PNG

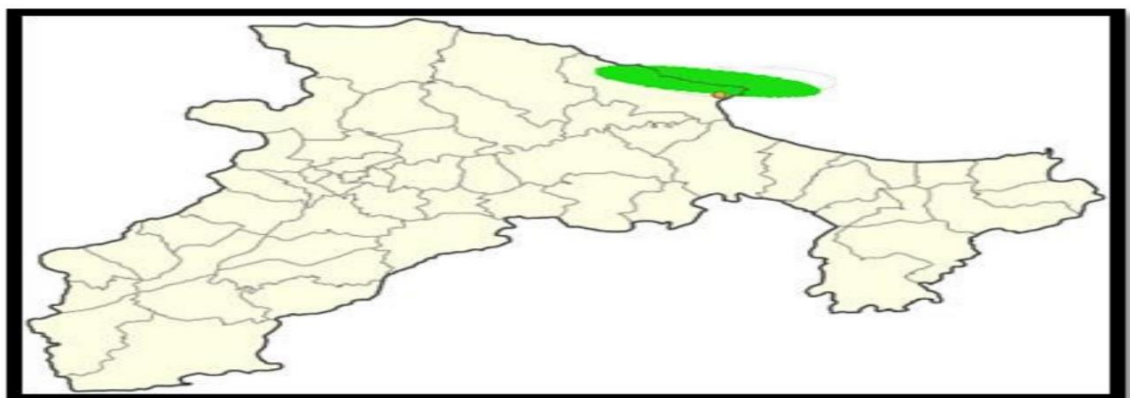
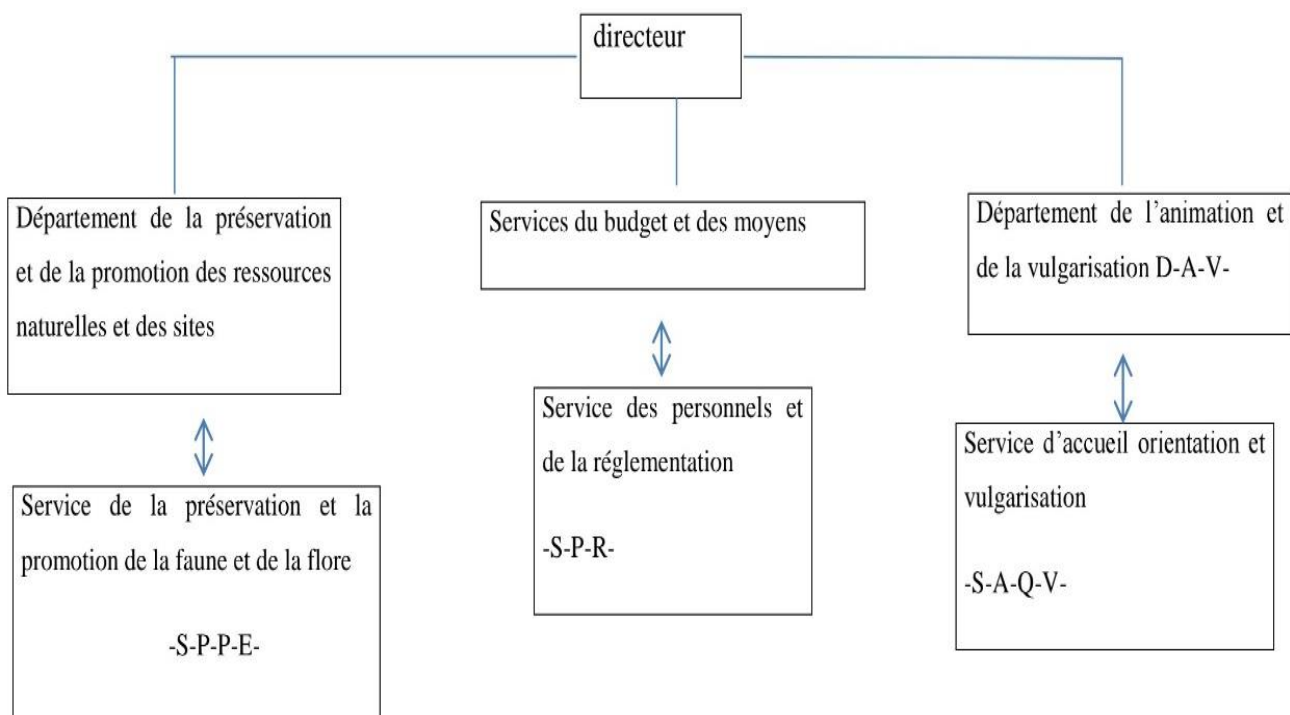


Figure n° 10 : Organigramme PNG



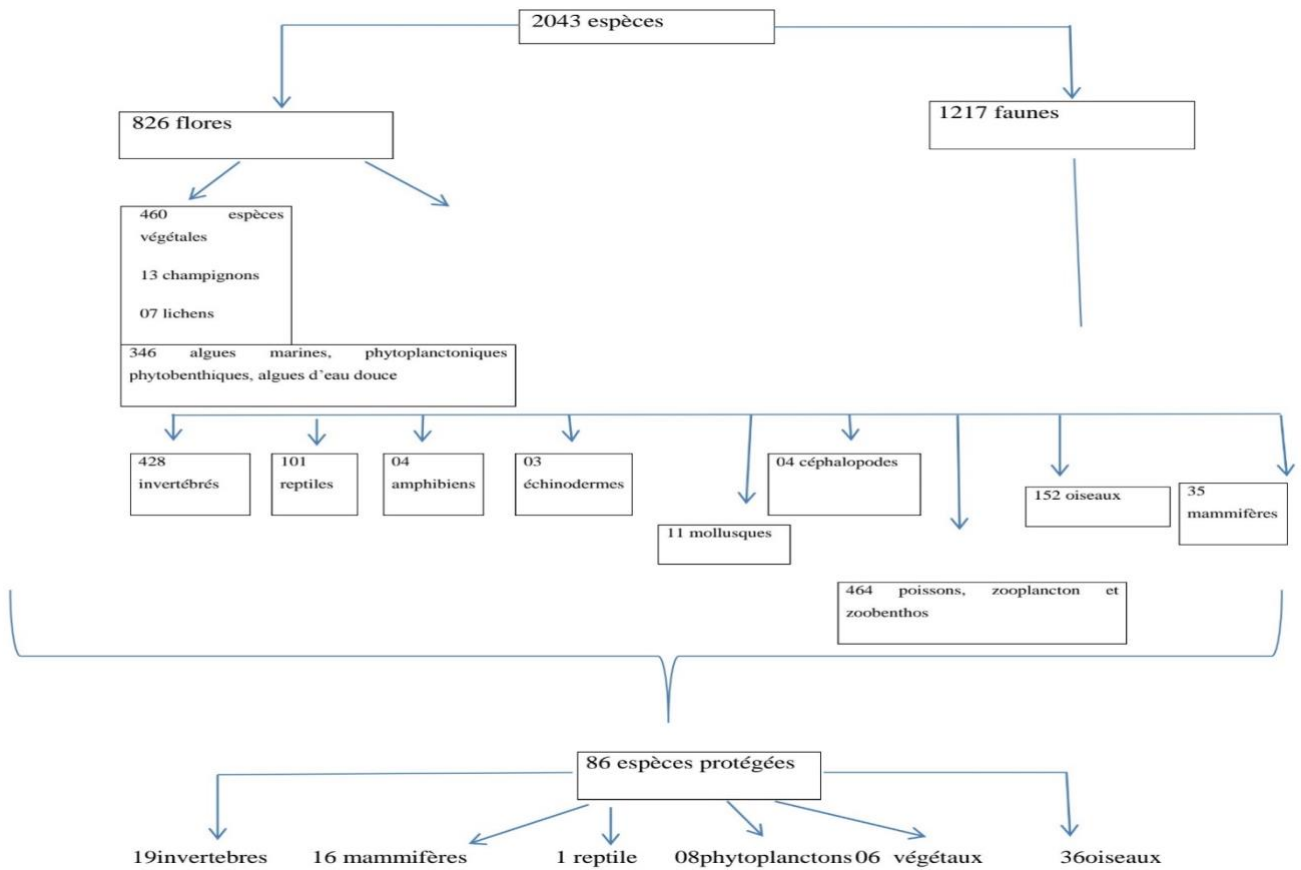
Le potentiel du Parc National de Gouraya :

A-Sites pittoresques et historiques

Composé de 9 sites pittoresques et 15 sites historiques

- Fort de Gouraya
- La baie des aiguades – la corniche du cap carbon
- Marabout de sidi Aissa
- Muraille Hammadites
- Marabout de sidi Touati
- Ile des pisans
- Cap carbon- cap bouak – pic des singes

Figure n° 11 : Biodiversité du PNG



L'influence touristique

Le PNG est une réserve qui a une grande valeur. Il est situé sur une place stratégique dans la province de Bejaia et considéré par les habitants de la ville comme un lieu villégiature.

En pleine progression est l'activité touristique dans ce lieu, car il est l'un des endroits les plus visités de la wilaya de Bejaia. Afin d'accueillir les visiteurs la direction du parc a construit trois lieux chacun spécifique selon la nature d'espèce ou de terre qu'il renferme.

Le Musée du savoir-faire local

Le Musée de lac Mézaia

Le Musée des microsystemes biologiques de synthèses du parc situé au siège de la direction

Les Objectifs du Parc National de Gouraya :

Sensibilisation et vulgarisation

Education par rapport à l'environnement :

- ❖ Protection des sites historiques et pittoresques.
- ❖ Repeuplement : suivi de la pépinière existante au siège de la direction
- ❖ Protection de la faune et de la flore
- ❖ Suivi des travaux de mise en valeur de l'aire protégée

Travail et intégration des populations riveraines :

- ❖ Assainissement forestier sur 120ha
- ❖ Plantation fourragère sur 20km
- ❖ Plantation rustique (olivier et figuier sur 50ha)

Communication et information

- ❖ Réalisation d'un support audiovisuel de vulgarisation
- ❖ Réalisation de dépliants, autocollants, brochures et divers articles de sensibilisation en version française et arabe.

Protection des sites

- ❖ Protection des sites historiques et pittoresques.
- ❖ Repeuplement : suivi de la pépinière existante au siège de la direction
- ❖ Protection de la faune et de la flore o Suivi des travaux de mise en valeur de l'aire protégée.

La durée de l'enquête :

Nous l'avons passé du 15/01/2023 au 15/03/2023

Les difficultés rencontrées :

Premièrement la distance entre nos lieux de résidence et l'administration ainsi que le manque de transport.

La difficulté à choisir la technique à utiliser car nous avons commencé par un entretien, ensuite un questionnaire nous avons décidé de finir avec un entretien mais à cause du temps nous sommes restés sur des données quantitatives issues de notre questionnaire.

Le choix du logiciel afin de réaliser les questions de notre entretien car nous avons rencontré des problèmes de manipulation de l'application.

1 Section 02 analyse et interprétation des données**1.1 Présentation des données****1.1.1 Axe N01 : informations personnelles**

Tableau n° 02 : Répartition de l'échantillon selon le sexe

Sexe	Fréquence	Pourcentage
Homme	78	78.79%
Femme	21	21.21%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

D'après le tableau ci-dessus, les usagers de sexes masculin représentent la population dominante abonnées sur la page FB du PNG avec un taux de présence de 78.79%, cela à rapport d'une part avec l'intérêt que porte plus les hommes sur les sujets ayant rapport

avec la nature et d'autre part sur l'utilisation des réseaux sociaux dont les hommes sont en partie majoritaire tandis que les femmes représentent à peine 21.21% du nombre d'abonné, car en effet nous pouvons constater qu'elles sont moins attirées par les sujet traités par le PNG.

Tableau n° 03 : Répartition de l'échantillon selon l'âge

Age	Fréquence	Pourcentage%
19 -35	36	36.36%
36-50	45	45.45%
Plus de 51	18	18.18%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Pour la question liée à la tranche d'âge nous remarquons que les usagers de la communauté en ligne du PNG sont en majorité âgé de 35 à 45ans au nombre de 45 cela est dû au fait que ces personnes sont plus intéressées par l'information émanant de ce type d'administration ainsi que à la facilité d'utilisation des réseaux sociaux par cette génération. Ensuite vient ceux ayant de 19 à 35 ans au nombre de 36, comparé au précédant ce nombre est réduit à cause bien sûr de la nature de l'information, les plus jeunes ont souvent tendance de s'intéresser à des sujets de divertissement que environnementaux. Enfin avec la plus petite présence nous retrouvons les usagers de plus de 51ans au nombres de 18, cette tranche représente le taux de présence le moins élevé non pas à cause des sujets traités mais certainement à cause de l'usage, les personnes âgées ne

connaissent pas très souvent bien utiliser les rsn c'est pourquoi il est difficile pour eux d'avoir accès à certaines informations même celles dont elles pourraient être intéressées.

Tableau n° 04 : Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage%
Universitaire	86+1 université	87.88%
Secondaire	8+1 collège	8.08%
Moyen	1+1	1.02%
Primaire	1	1.01 %
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Les enquêtes ayant été interrogés sur l'axe comptant pour les informations personnelles à la questions liées aux niveaux d'instruction, nous remarquons que d'après le tableau ci-dessus, les personnes ayant un niveau universitaire représentent la population dominante avec un taux de 87.88% à l'intérieur nous pouvons trouver des docteurs en sciences et des personnes ayant des niveaux universitaires plus bas, viennent ensuite celle ayant un niveau secondaire composées des personnes ayant un niveau lycéen et celles ayant un niveau collégien pour un taux de 8.08% . Le reste des enquêtés sont de niveaux moyen soit 2.02% et de niveau primaire avec un taux de 1.01%.

Tableau n° 05 : Répartition de l'échantillon selon le lieu de résidence

Résidence	Fréquence	Pourcentage%
Willaya de Bejaïa	38	38.38%
Ville de Bejaia	28	28.28%
Hors de la ville de Bejaia	25	25.25%
Etranger	8	8.08%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Les données obtenues lors de notre enquête portant sur la question de résidence, nous ont montré que, plus les 38.38% des abonnés de la page Facebook du PNG étaient originaires

de la willaya de Bejaia cela est dû au fait du rattachement de ce taux d'abonnés aux administrations à proximité de leur lieu d'habitation, 28.28% étaient de la ville de Bejaia ce taux montre l'intérêt porté au PNG par les habitants de différentes communes de Bejaia, les 25% qui habitent hors de la ville et de la province montre également leur intérêt par rapport au PNG car c'est un territoire de leur pays, tandis que ceux étant à l'étranger représentaient le taux le plus faible des abonnés avec un pourcentage égal à 8.08% sont pour la plupart des expatriés Algériens.

Tableau n °06 : Répartition de l'échantillon selon le statut

Statut	Fréquence	Pourcentage%
Acteur associatif	35	35.12%
Acteur institutionnel	17	17.17%
Acteur élu	3	3.3%
Acteur scientifique	26	26.26%
Acteur journalistique	4	4,04%
Etudiant	2	2.01%
Retraité	2	2.01%
Citoyen	10	10.10%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Le tableau ci-dessus montre les données obtenues auprès des abonnés pour la question en rapport avec le statut. Nous pouvons remarquer que près de la moitié des usagers représente la population dominante avec un taux de 35.12%, ce sont des acteurs associatifs qui travaillent conjointement avec le PNG de le cadre des activités liées à la protection de la nature, celle-ci est suivie par les acteurs scientifiques qui présentent 26.26% ayant intérêt avec les sujet traités par le PNG car ils font partie intégrante de leurs recherches, ces derniers sont suivis par les acteurs institutionnels représentant les 17.17%, ces derniers s'intéressent à la page du PNG car ils jouent le rôle de législateur dans le cadre de la protection de l'environnement. Tandis que le reste des abonnés ayant simplement répondu par (acteur élu, acteur journalistique, Etudiant, retraité, citoyen) représentent respectivement les 3, 4, 2, et 10% du tableau et s'intéressent aux publications du PNG car cela contribuent au renforcement des connaissances dans leur domaine d'activité.

1.1.2 Axe N02 : les modalités d'intervention des utilisateurs sur le contenu publié

Tableau n° 07 : Répartition de l'échantillon selon l'intérêt pour la nature

Intérêt pour la nature	Fréquence	Pourcentage%
L'éducation des enfants	44	43.43%
Intérêt par rapport au statut-fonction	9	9.09%
Partager les publications	6	6.06%
Commenter - s'exprimer sur les questions liées à la nature	9	9.09%
Sensibilisation citoyenne	28	28.28%
L'éducation et la sensibilisation à l'environnement	3	3.03%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Selon le tableau ci-dessus Les modalités d'interventions diffèrent les unes des autres pour chaque usager. Pour la question concernant l'intérêt pour la nature nous remarquons la domination des personnes intervenant sur le contenu dans le but d'éduquer les enfants avec un taux de 43.43%, cela peut avoir rapport au fait que les parents se préoccupent de plus en plus à la culture de leurs enfants afin qu'ils puissent assurer la pérennité des espèces du Parc, suivies de celles qui donnent priorité à la sensibilisation citoyenne ayant un taux de 28.28%, cela est dû au fait que ces usagers jugent nécessaire de faire adopter un comportement responsable vis-à-vis de la nature. Ceux qui interviennent pour partager les publications et pour commenter et s'exprimer représentent entre 6 et 9%, ces derniers font entendre leurs voix afin de pouvoir eux aussi parler sur les sujets environnementaux, alors que celles qui interviennent l'éducation et la sensibilisation de l'environnement représentent à peine 3% des personnes intéressées par l'activité du parc national de Gouraya, ces dernières sont pour la plupart intéressées à faire un travail complémentaire à celles faisant la sensibilisation citoyenne.

Tableau n° 08 : Les raisons des commentaires vis-à-vis de la publication

Les raisons	Fréquence	Pourcentage%
Donner son avis	75	75.75%
Défendre une idée	22	22.22%
Poser des questions	2	2.02%
Autres	0	0%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Le tableau ci-dessus concernant les modalités d'intervention pour la question liée aux raisons des commentaires laissés par les internautes sur le contenu publié, nous remarquons que les usagers, commentant pour autres que les raisons que nous avons eues à définir représentent 0%, ces derniers ont un intérêt autres que celui cherché dans notre étude mais sont quand même intéressé par l'activité de la page FB du PNG. Ceux qui interviennent afin de poser des questions représentent à peine 2% cela est dû au fait que l'information sur la page Facebook du PNG est donnée avec clarté, alors que ceux qui donnent leur avis ainsi que ceux qui commentent dans le but de défendre une idée dominant largement le tableau ayant respectivement 75 et 22%, c'est exactement une façon pour eux de monter leur détermination à défendre les actions menées et publiée sur la page du PNG ainsi que défendre l'avis qu'ils ont sur certains sujet mis en ligne .

Tableau n° 09 : les émoticons utilisés pour réagir sur les publications

Emoticons utilisés	Fréquence	Pourcentage%
J'aime	81	81,81%
Adorer	15	15.15%
Rire	1	1.01%
Triste	2	2.02%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Selon les données recueillies auprès des enquêtes lors de notre enquête, nous remarquons que les utilisateurs présents sur la page FB du PNG, utilisent en grand nombre des émoticônes telles que le j'aime avec un pourcentage de 81.81%. Lors de notre pré-enquête, le directeur du PNG nous avait déjà affirmé qu'à chaque fois qu'ils publiaient du contenu les abonnés réagissaient le plus avec cet émoticône, ensuite celui en rapport avec adorer ces deux catégories d'utilisateurs sont réactif et considèrent que le PNG fait un travail remarquable. Alors que 15% utilise parfois mais très peu l'émoticône signifiant triste ou encore rire avec respectivement 2 à 1%, ce qui témoignent d'une part le sentiment de tristesse éprouvé par certains utilisateurs suites aux dommages que subissent l'environnement ou encore la joie de ces derniers lorsqu'on met la main sur les personnes faisant du mal à la nature et on publie qu'elles ont été arrêtées.

Tableau numéro n° 10 : les raisons du partage des publications

Partager les publications	Fréquence	Pourcentage%
Pour informer	82	82.82%
Pour attirer les abonnés	6	6.06%
Valoriser le travail du Parc	11	11.11%
Total	99	100%

Source : Les enquêtes

Les internautes ayant répondu à l'axe portant sur les modalités d'interventions et à la questions liées aux raisons du partage ont tous massivement répondu qu'ils partageaient les publications dans le but d'informer, le taux de ces derniers représente la case dominante du tableau avec 82%, ces réponses témoignent du fait de l'intérêt que portent ces utilisateurs sur le contenu publié et veulent le partager avec les autres. Suivis des internautes commentant dans le but de valoriser le travail du parc avec 11.11%, c'est une peuvent que les personnes voulant informer les autres sont plus motivées que ceux voulant valoriser le parc en faisant des commentaires. Et le taux le plus faible c'est celui représentant ceux qui partagent pour attirer les abonnés avec 6%, ces réponses témoignent le fait que les utilisateurs interviennent pour attirer les abonnés en faisant des partages sont moins présents que ceux donnant des commentaires et voulant informer d'autres publics.

1.1.3 Axe N°03 : la satisfaction des usagers du PNG par rapport au management des administrateurs

Tableau n°11 : les raisons d'abonnement des usagers à la page Facebook

Abonnement à la page	Fréquence	Pourcentage%
Suivre l'actualité du parc	80	80.81%
Participer aux activités	13	13.13%
Montrer son attachement au parc	6	6.06%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Les données du tableau n°11 démontrent les raisons d'adhésion des abonnés à la page de l'administration du PNG. Nous constatons que la majorité des répondants (80/99) se sont motivés à suivre l'actualité du Parc avec un taux de réponse majoritaire de 80.81%. Cela signifie que l'intérêt principale d'adhésion des citoyens a la page facebook du parc serait d'une part, s'informer des nouvelles liées aux missions de l'administration dans le cadre de la sensibilisation citoyenne, préservation des sites touristiques et la protection de la faune et la flore, etc. d'autres parts, la capacité des membres de l'administration à répondre aux préoccupations et attentes des citoyens en leur fournissant de l'information pertinente en la matière. Suivie par 13 répondants qui s'engagent à participer aux activités de l'administration avec un taux réduit de 13.13%. Ce, peut inclure des acteurs associatifs, académiques, scientifiques voire des acteurs journalistiques qui collaborent à la Co-création de valeur. Tandis que seulement, 5 répondants dévoilent vouloir montrer son attachement au Parc avec un taux très réduit de 5.05%. Cela s'explique qu'il existe un lien fort au sein de la communauté en ligne de la page FB du parc, mais n'empêche du fait que le taux d'attachement est réduit que ce dernier s'exclut. Car l'abonnement en vigueur des citoyens dans le but de s'informer de l'actualité du parc et l'adhésion des acteurs sociaux à cette communauté, pouvaient d'ors et déjà être perçue comme un attachement au parc.

Analytiquement, les résultats de ce tableau précisent clairement que le plus grand nombre des abonnés de la page Facebook du PNG ont pour intérêt principale de suivre l'actualité de l'administration du Parc avec un taux estimé à 80.81%.

Tableau n°12 : le contenu des publications émis sur la page

Nature de contenu publié	Fréquence	Pourcentage%
Informations	83	83.83%
Rapports d'activités	15	15.15%
Annonces	1	1.01%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

En ce qui concerne la nature du contenu des publications projetées sur la page FB de l'administration, les résultats du tableau n°12 nous ont permis de constater une large différence entre les variables, en l'occurrence : 83 sur 99 des répondants indiquent que la majorité du contenu des publications émis sur la page Facebook du PNG s'avère de type informationnel avec un taux estimé à 83.83%. Force est de constater que le contenu diffusé par l'administration via sa page a pour vocation d'informer a priori afin de maintenir le lien avec les citoyens abonnés et élargir sa communauté. Tandis que 15 répondants font allusion à un contenu de type « rapports d'activités » avec un taux réduit de 15.15%. Nous pouvons comprendre que le PNG se veut une administration transparente quant aux partage de rapports d'activités à savoir, par définition, les stratégies menées et résultats obtenus à une période précise. L'objectif étant de se rapprocher de ses abonnés et créer un climat de confiance au sein de sa communauté. Seulement, 1 sur 99 des répondants enregistrés s'arrête sur un contenu de type « annonces » avec un taux très réduit de 1.01%. Ce qui signifie clairement qu'elle privilégie la publication du contenu destiné à satisfaire les attentes des citoyens qui adhèrent a sa page facebook pour suivre l'actualité du parc, que de s'intéresser à la publication des annonces et contenu promotionnel qui vont à l'encontre des objectifs de l'administration.

Nous pouvons conclure par les résultats de ce tableau que le contenu publié sur la page Facebook de l'administration du PNG soit majoritairement de nature informatif avec un taux élevé de 83.83%.

Tableau n°13 : la fréquence de consultation de la page

Fréquence de consultation	Fréquence	Pourcentage%
Quotidienne	32	32.32%
Hebdomadaire	32	32.32%
Occasionnelle	35	35.35%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Le tableau n°13 indique la fréquence de consultation des abonnés de la page FB du PNG. Nous constatons par les résultats qui en découlent, des réponses convergentes partagées entre les variables à savoir : 32 sur 99 des répondants enregistrés s'engagent quotidiennement à consulter la page Facebook du Parc avec un taux de réponse estimé à 32.32%. 32 autres répondants partagent parallèlement la même opinion pour une fréquence de consultation hebdomadaire avec un taux de réponse égale à 32.32%. Seulement, 35 sur 99 répondants s'en démarquent légèrement en agissant sur une fréquence de consultation occasionnelle avec un taux de réponse considérable de 35.35%. Par conséquent, nous pouvons déduire que les abonnés de la page Facebook du PNG témoignent d'un attachement considérable et partagent un lien de parenté observable, du fait qu'ils consultent activement sa page.

Nous pouvons conclure ainsi, que la somme des répondants enregistrés se sont répartis de façon équitable entre ceux qui consultent quotidiennement, hebdomadaire et occasionnellement la page de l'administration du parc avec un taux de 35.35% légèrement

élevé à propos de la fréquence occasionnelle que nous pouvons les considérer comme un autre indicateur de satisfaction.

Tableau n°14 : ancienneté d'adhésion à la page depuis sa création

Ancienneté d'adhésion	Fréquence	Pourcentage%
De un à trois mois	32	32.32%
De trois à six mois	11	11.11%
De six mois à un an	8	8.08%
Plus d'un an	48	48.48%
Total	99	100%

Source : Les enquêtés

Le tableau n°14 représente l'ancienneté d'adhésion des abonnés de la page FB de l'administration du PNG depuis sa création. Les résultats de l'enquête révèlent que 48 sur 99 des enquêtés suivent la page FB du parc depuis plus d'un an, avec un taux de réponse majoritaire de 48.48%. Ce qui montre clairement que la plus part des abonnés suivent la page depuis sa création. Cet attachement et cette longévité de demeurer membres de la page pourrait s'expliquer dans un premier temps, par l'envi des abonnés de s'approprier au par cet d'exercer leur citoyenneté. Dans un deuxième temps, cette pluralité dénote à quel point les abonnés sont satisfaits de la gestion et le travail effectué par l'administration. Suivi d'une fréquence de 32 répondants qui indiquent avoir suivi la page depuis un à trois mois avec un taux de réponse considérable de 32.32%. Ce taux élevé des adhérents ayant moins de trois mois pourrait être expliqué par la nouveauté de création de la page Facebook de l'administration. Seulement, 11 sur 99 des répondants indiquent avoir suivi la page depuis trois à six mois de sa création avec un taux réduit de 11.11%. on peut également remarqué une fréquence de 8 répondants ayant abonné à la page depuis six mois à un an de la mise en avant de la page FB par l'administration du PNG avec un taux très réduit de 8.08%. Force est de constater que la page FB du PNG acquiert une forte attractivité du fait que le nombre des abonnés ne cesse de se croître.

Ainsi, nous pouvons conclure qu'à l'appui de l'analyse des résultats de ce tableau, la majorité des enquêtés démontrent avoir adhéré à la page FB du parc depuis plus d'un an de sa création avec un taux culminant à 48.48%. Cela s'explique que la plupart des abonnés de la page sont des anciens adhérents.

1.2 Discussion des résultats :

Nous allons procéder à la vérification des hypothèses après avoir eu à procéder à l'analyse et à l'interprétation des résultats de notre enquête.

1.2.1 Première hypothèse

Les données obtenus à travers la vérification de la première hypothèse :« les membres de la communauté en ligne de la page FB du Parc National de Gouraya interviennent sur le contenu publié pour montrer leur intérêt pour la nature », la confirment si nous nous référons au tableau numéro 07 « répartition de l'échantillon selon l'intérêt pour la nature » nous remarquons la domination des personnes intervenant sur le contenu dans le but d'éduquer les enfants avec un taux de 43.43%, cela peut avoir rapport au fait que les parents se préoccupent de plus en plus à la culture de leurs enfants afin qu'ils puissent assurer la pérennité des espèces du Parc.

Afin de montrer la motivation de cet intérêt sur le contenu publié ayant rapport avec la nature, les usagers de la page FB réagissent souvent en utilisant le plus l'émoticône j'aime qui a un taux de 81,81%, selon le tableau numéro 09. Lors de notre pré-enquête, le directeur du PNG nous avait déjà affirmé qu'à chaque fois qu'ils publiaient du contenu les abonnés réagissaient le plus avec cet émoticône, ce qui nous a donc permis de mettre plus d'accent sur cette question afin de nous aider à vérifier cette hypothèse.

En effet, afin de pouvoir surfer sur la page d'une organisation ainsi comprendre le contenu qui s'y trouve mais aussi avoir un intérêt vis-à-vis de ce dernier, le critère d'âge est souvent important de même que le niveau d'instruction ou encore le statut professionnel. Il est par exemple plus aisé qu'un jeune utilise un réseau social numérique par rapport à une personne âgée. Mais tout de même l'utilisation des réseaux sociaux numériques dépend de la motivation de chaque usager.

Si nous nous référons aux données du tableau numéro 10 nous remarquons que, les internautes ayant répondu à l'axe portant sur les modalités d'interventions et à la questions liées aux raisons du partage, ont tous massivement répondu qu'ils partageaient les publications dans le but d'informer, le taux de ces derniers représente la case dominante du tableau avec 82%, ces réponses témoignent du fait de l'intérêt que portent ces utilisateurs sur le contenu publié et veulent le partager avec les autres, leur donnés connaissance des espèces végétales et animales qui y résident afin qu'ils puissent participer à leur protection.

L'analyse de tous ces données nous a donc permis d'arriver au résultat final, qui est celui de la confirmation de notre hypothèse, nous n'avons pas tiré nos affirmations du néant mais d'une étude préalable, cette étude nous a conduit à poser notre hypothèse et à descendre sur le terrain afin de confirmer que les usagers du PNG interagissent avec le contenu mis en ligne car ils sont intéressés par la nature.

1.2.2 Deuxième hypothèse :

En se basant sur les données recueillies, il est confirmé que notre deuxième hypothèse émise au préalable, qui stipule : les membres de la page FB du parc national de Gouraya sont satisfaits du management de leur communauté, est valide.

Ainsi, au cours des réponses qui nous sont parvenues des différentes questions et les données collectées auprès de nos enquêtés, le tableau n°11 nous a permis d'observer que 80.81% des raisons d'abonnement des citoyens à la page FB de l'administration du PNG ont pour principale objectif de suivre l'actualité du parc. L'engagement en masse des abonnés à suivre l'actualité du parc peut se traduire par l'intérêt que portent ces membres à la question environnemental et éco touristique. De ce fait, il s'est avéré que différents types de liens sociaux sont à l'origine de cet engagement, en l'occurrence :

- ❖ Lien d'engagement écologique : les abonnés suiveurs de l'actualité de l'administration sont susceptibles d'avoir un grand engagement écologique. Ils sont attentionnés par tous ce qui a rapport avec leur environnement notamment, la conservation de la nature, la protection et le développement durable des écosystèmes. Ils cherchent ardemment à

prendre conscience des initiatives et travail effectué par l'administration en relation avec la question environnementale et participent vivement à sa préservation.

- ❖ Un lien de sensibilisation : s'informer sur les nouvelles questions environnementales et les solutions envisagées à ce propos. Aux enjeux liés notamment à la variabilité biologique par exemple afin de sensibiliser son entourage.
- ❖ Un lien de découverte et d'inspiration : les abonnés qui suivent principalement l'actualité du parc peuvent être motivés par l'intérêt que porte l'administration à la découverte d'autres environnements et airs naturels préservés. Ainsi, les abonnés peuvent s'inspirer de toutes ces actualités et se trouver des idées d'endroits à visiter.
- ❖ Un lien d'appartenance : l'une des raisons importantes pour les citoyens qui abonnent la page FB du parc pour suivre son actualité est qu'ils se sentent appartenir à une communauté partageant les mêmes valeurs environnementales. Et ce, par le biais d'interaction avec d'autres personnes qui valorisent les questions liées à l'environnement et partageant des idées destinées à la protection de la nature et à la préservation de l'environnement.

Le tableau n°12 montre également que 83.83% des enquêtés confirment que la nature du contenu des publications émises sur la page est un contenu d'informations. Cet engagement indique clairement que les abonnés sont satisfaits de la gestion des publications de l'administration en partageant ce type de contenu via sa page. Ajoutons à cela, et en examinant les commentaires, les réactions et interactions entre les membres et l'administration sur ce type de contenu au sein de la page FB du parc sur ce type de contenu l'hors de notre pré-enquête à son sein, nous avons constaté des signes de satisfaction comme les commentaires positifs publiés en faveur des publications de nature informative, en outre le partage fréquent et des réactions ardentes qui témoignent de l'envie de ce type de contenu. Cela soutiendra notre hypothèse initiale.

Par ailleurs, le tableau n°13 indique que les abonnés consultent fréquemment la page FB de l'administration du parc jusqu'à dire que les taux se sont distribués équitablement entre les abonnés qui consultent quotidiennement la page avec un taux de 32.32%, des abonnés qui en suivent hebdomadairement avec un taux égale à 32.32% et un taux de 35.35% des abonnés qui consultent occasionnellement la page. Voilà un autre indicateur de satisfaction du fait de la consultation fréquente et constante des membres de la communauté de la page

FB de l'administration. Cela s'explique par la volonté des abonnés à s'informer des problématiques environnementales actuelles, les enjeux liés à cette question et les actions entreprises par l'administration pour y faire face.

Nous avons également constaté que le taux d'ancienneté d'adhésion à la page FB du PNG était de 48.48% enregistré auprès des abonnés qui ont adhéré depuis plus d'un an de sa création, comme le montre le tableau n°14. Un résultat qui témoigne encore une fois de la satisfaction des abonnés de la page FB du parc du management de leur communauté. Cela pouvait s'expliquer par la publication de contenus attractifs et pertinents qui ont motivé les citoyens à rejoindre la communauté dès la création de la page notamment, le contenu de nature informative que nous avons évoqué précédemment.

À partir de ces résultats, nous pouvons confirmer que notre deuxième hypothèse est soutenue par la majorité de la population étudiée. En conclusion, notre recherche a montré que les membres de la page FB du parc national de Gouraya sont satisfaits du management de leur communauté. Les résultats du questionnaire et notre pré enquête en sein de l'administration témoignent, d'une part, de l'existence d'une interactivité constatable entre les citoyens abonnés et l'administration du parc via sa page FB notamment sur le contenu publié et sur le travail effectué par cette dernière. Mais aussi l'existence d'un sentiment d'appropriation de ces membres vis-à-vis le parc en raison de la consultation fréquente de la page Facebook du PNG d'autre part.

De ce qui précède, nous avons constaté que les données obtenues confirment les hypothèses posées lors de notre premier rapport avec notre terrain et notre population d'étude pendant la pré-enquête. Nous arrivons donc au résultat qui est celui d'affirmer que les membres de la communauté en ligne de la page FB du Parc National de Gouraya interagissent avec le contenu publié pour montrer leur intérêt pour la nature et sont satisfaits du management de leur communauté.

CONCLUSION

Conclusion

Ce mémoire de fin de cycle a eu pour objectif de répondre à la question principale « Comment se présente la sociabilité numérique des membres de la communauté en ligne de la page FB du Parc national de Gouraya », Il était question d'une part de montrer la satisfaction des abonnés vis-à-vis du contenu publié et d'autre part de comprendre les raisons qui les pousser à intervenir. Bien qu'étant complexe car étant un sujet lié aux nouvelles technologies de l'informations et de la communication, il n'en demeure pas moins que les éléments que l'on cherchait afin de pousser notre étude au point final ont été tous réunis. C'est pourquoi nous avons suffisamment mis de temps avant de terminer nos recherches, nous sommes allés étapes par étapes de même que le rapport entre les techniques utilisés et le choix de la méthode ont été en grande partie le moteur de l'aboutissement de notre travail. Selon les données collectées, l'analyse et l'interprétation des résultats nous avons pu émettre des conclusions objectives pendant chaque étape du déroulement de notre enquête avec soit les abonnés, soient les membres de l'administration qui faisaient tous partie de notre population mère.

Ainsi, pour le premier volet de notre enquête il convient de dire que les membres de la communauté en ligne de la page FB du PNG, interviennent sur contenu publié non pas dans le but de se créer des amis mais de pouvoir éduquer les plus jeunes sur l'importance qu'il y a de préserver la nature mais aussi dans le but de jouer leur rôle en tant que citoyen, ceci passe pour la plupart entre le rapport que leur profession a, combiné au savoir qu'ils pourraient en tirer. L'utilisation des émoticônes tels que j'aime ou adore est une façon pour eux d'interagir de façon positive motivée par la place prépondérante qu'ils accordent dans leur quotidien aux causes liées à la nature.

Dans le deuxième volet de notre recherche nous avons constaté que les internautes de la page FB du parc national de gouraya étaient pour la plupart présent afin de suivre l'actualité du parc. Les différents contenus qu'ils y trouvaient étaient pour la plupart des rapports d'activités et des informations destinés non seulement aux abonnés mais aussi à toute la population de Bejaia jusqu'au-delà. L'objet du partage constituait le sentiment directeur que ces derniers étaient satisfaits de l'activité du PNG. La sociabilité numérique des usagers de la page FB du PNG permet la création d'une communauté en ligne par l'objet d'intervention et de satisfaction des membres de la communauté sur le contenu publié.

LISTE BIBLIOGRAPHIQUE

Bibliographie

Ouvrages :

- Bethier, N. (2010). *Les techniques d'enquête en sciences sociales* (éd. Armand colin). Paris.
- Boisvert, D. (2023, 5 9). Récupéré sur Université de laval: https://www.aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/sites/aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/files/uploads/pdf/Volume_13/2_boisvert2006_0.pdf
- Coutant, A., & Stenger, T. (2012, Janvier). Les médias sociaux : une histoire de participation. *Le Temps des médias*(18), pp. 76-86.
- Dépelteau , F. (2000). *La démarche d'une recherche en sciences humaines, de la question de départ à la communication des résultats* (éd. Boeck Université). Quebec, Canada.
- ESSE, C. (2000). *La communication publique à l'ère des réseaux sociaux. Nouvelles pratiques et stratégies d'appropriation par les professionnels.*
- Ferand, A. (1997). La structure des systèmes de relation. *L'Année Sociologique*, 47(1), pp. 37-54.
- Kelber, P. G. (2020, Octobre 15). Communauté en ligne. *Publictionnaire, Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Lorraine, France.
- LeBlanc, M., Léger, M. T., & Freiman, V. (2021). La citoyenneté numérique dans un monde interconnecté :recenser et modéliser pour mieux éduquer. (A. c. française, Éd.) *Éducation et francophonie*, 49(2). Récupéré sur <https://doi.org/10.7202/1085299ar>
- M. Touré, M. (2007). *Introduction à la méthodologie de la recherche*. Paris: L'Harmattan.
- Mercklé, P. (2013). La découverte des reseaux sociaux à propos de John A. Barnes et d'une. *La decouverte*, 6(182), p. 187 à 208.
- Morgand, A. (2016, 6). Une coopération transformée par l'initiative d'un réseau social numérique. *Revue Française de gestion*(259), pp. 155-170.

- Mountasser, T., Ouzid, A., & Ouzid, M. (2020, Juillet). Les réseaux sociaux au coeur des pratiques citoyennes : La gouvernance participative d'un groupe et d'une page facebook dédiés à la ville d'Agadir. *Revue Internationale de management, d'entrepreneuriat et de communication*. Consulté le mars 17, 2023, sur <http://revue-rimec.org/les-reseaux-sociaux-au-coeur-des-pratiques-citoyennes-la-gouvernance-participative-dun-groupe-et-dune-page-facebook-dedies-a-la-ville-dagadir/>
- Ndong Ndong,, S., Kombila Mouloungi, A., & Ondo Ze, S. (2019). Gouvernance des forêts et enjeux de création des parcs nationaux au Gabon : Cas du parc national de la Iopé. *Revue forestière française*, pp. 493-506.
- Ouellet, G., Roy, D., Huot, A., & Franco, A. (2009). *Méthodes quantitatives en sciences* (éd. 3). Quebec, Quebec, Canada.
- Paugam, S. (2009). *Lien social*. (P. u. française, Éd.)
- Paul, R. (2016). Le petit robert. *dictionnaire, millésime*, 2663.
- Pelet, J.-é., & Lucas-Boursier, J. (2017). *Communication digitale* (éd. Dunod). France,
- PIGNIER, N. (2012). Le plaisir de l'interaction entre l'utilisateur et les objets TIC numériques. *Interfaces numériques, 1*(1). Récupéré sur <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.74>
- Pour les organisations de la société civile. (2016). (N. Bessadi, Trad.) *Methodologie de la recherche scientifique*. Récupéré sur <https://algeria.fes.de>
- Riad, I., & Alliouche-Laradi, B. (2017, Janvier). La communication via les médias sociaux comme outil du marketing stratégique cas des pme Algériennes. *Revue des sciences commerciales*.
- Rodriguez, J.-L. (2010, janvier). Les réseaux sociaux comme outils de prospection et de fidélisation client en vente par réunion. *Management et avenir*(31), pp. 364-383.
- Russel A, J. (1999). *Méthodes de recherche en sciences humaines*. (D. Boeck, Éd.)
- tran, s., albert, d., monomakhoff, n., hasnaoui, a., damart, s., zibara, l., & abdennadher cheffi, s. (2013, février). *l'impact du web 2.0 sur les organisations*. paris, france: springer.

Tran, S., Albert, D., Monomakhoff, N., Hasnaoui, A., Damart, S., Zibara, L., & Abdennadher Cheffi, S. (2013). *L'impact du web 2.0 sur les organisations*. Paris: Springer.

Thèses et Mémoires :

Alban, T. (2018, Aout). Le processus de creation de liens sociaux entre les joeueurs de jeux vidéo multijoueurs en ligne. *Mémoire présenté à la faculté des études supérieures et postdoctorales en vue de l obtention du grade de Maitrise es Sciences M.Sc en sociologie*.

Baouche, A., & Azzoug, C. (2018). Le rôle de la communication au sein des organisations cas du PNG . *Mémoire de fin de cycle En vue de l'obtention du diplôme master en science de l'information et de la communication Option : communication et relations publiques*. Algérie.

Chambon, C. (2022). L'influence des réseaux sociaux numériques sur l'engagement des adolescentes. Le cas de l'égalité entre les femmes et les hommes et les femmes. *Mémoire de recherche de master 2 psychologie de l'éducation*. Saint-Etienne, France.

Jimenez, A. (2021). Les influenceurs et la communication commerciale : enjeux et regulations. *Master [120] en droit, à finalité spécialisée : Etat et Europe*. Louvain, Belgique.

LAOUADI, F., & ZAABAR, I. (2018). L'usage des réseaux sociaux au sein des collectivités locales comme un moyen de communication publique. Cas d'étude : Celle de communication de la wilaya de Bejaia . *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 relations publiques*. Bejaia, Algérie.

Merra, L. (2013, Novembre 15). Pour une sociologie des médias sociaux. Internet et la révolution médiatique : nouveaux et interractions. *Thèse de doctorat de sociologie. Sciences humaines et sociales*. France.

(2023, 05 10). Récupéré sur WEB Extend: <https://www.webextend.org/etapes-de-conception-dun-site-web/>

Dictionnaires :

robert, L. p. (2023, 5 9). Récupéré sur

<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/fonctionnalisme>

rousse, L. (2023, 5 9). Récupéré sur

[https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/fonctionnalisme/52841#:~:text=%C3%89cole%20britannique%20d'anthropologie%20\(Radcliffe,function%20qu'ils%20y%20remplissent](https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/fonctionnalisme/52841#:~:text=%C3%89cole%20britannique%20d'anthropologie%20(Radcliffe,function%20qu'ils%20y%20remplissent)

Sites internet :

(2023, 04 03). Consulté le Mars 20, 2023, sur Media net:

<https://www.medianet.tn/fr/actualites/detail/etude-reseaux-sociaux-en-algerie/all/1>

(2023, 05 9). Récupéré sur ResearchGate: [https://www.researchgate.net/figure/The-four-](https://www.researchgate.net/figure/The-four-function-paradigm-An-illustration-of-Parsons-four-function-paradigm-a_fig1_270882052)

[function-paradigm-An-illustration-of-Parsons-four-function-paradigm-a_fig1_270882052](https://www.researchgate.net/figure/The-four-function-paradigm-An-illustration-of-Parsons-four-function-paradigm-a_fig1_270882052)

Gmail. (2023, 05 11). Récupéré sur <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox>

LES ANNEXES

Annexe 01 : Questionnaire

Bonjour,

Nous sommes des étudiants en Master 2 spécialité Communication et relations publiques
À l'université de Bejaia.

Nous faisons une étude afin de récolter des informations par rapport à l'avis des abonnés
sur le contenu publié par les administrateurs du PNG.

Nous avons besoin que vous puissiez donner votre avis en cliquant sur le lien ci-dessous et
en remplissant ce questionnaire.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScMee9a95Z0jEO3rHFO14q7FZYz1VdEpOeSa4Cxz6rbOQls5A/viewform?usp=sharing>

Nous vous remercions pour le temps que vous accorderez en participant à notre étude.

Réalisé par :

- ❖ SERGENT-TARRO TCHIBINDA Dave
- ❖ SLAMANI Lotfi

Encadré par :

PR. MERAH Aissa

AXE N° : INFORMATIONS PERSONNELLES

Genre ?*

- homme
- Femme

Âge*

- 19-35
- 36-50
- Plus de 51

Niveau d'instruction*

- primaire
- moyen
- secondaire
- universitaire

Résidence*

- La ville de Béjaia
- La wilaya de Béjaia
- Hors de la ville de Béjaia
- Etranger

Statut*

- Acteur associatif
- Acteur institutionnel
- Acteur élu
- Acteur scientifique
- Acteur journalistique

AXE N° 2 : LES MODALITES D'INTERVENTION DES UTILISATEURS SUR LE CONTENU PUBLIE

L'intérêt pour la nature*

- L'éducation et la sensibilisation à l'environnement
- Intérêt par rapport au statut
- Partager les publications
- Commenter
- Autre...

Pourquoi commentez-vous les publications

- Donner son avis
- Défendre une idée
- Poser des questions
- Autre...

Quels sont les émoticônes que vous utilisez ^pur réagir sur les publications

- J'aime
- Adorer
- Rire
- Triste
- Autre...

Pourquoi vous partagez les publications

- Pour informer
- Pour attirer les abonnés
- Valoriser le travail effectué par l'administration

AXE n°3 : La satisfaction des usagers Facebook du PNG par rapport au management des administrateurs.

Pourquoi êtes-vous abonnés à la page

- Suivre l'actualité du Parc
- Participer aux activités
- Montrer son attachement au Parc
- Autre...

Le contenu des publications émis sur la page

- Informations
- Rapports d'activités
- Annonce

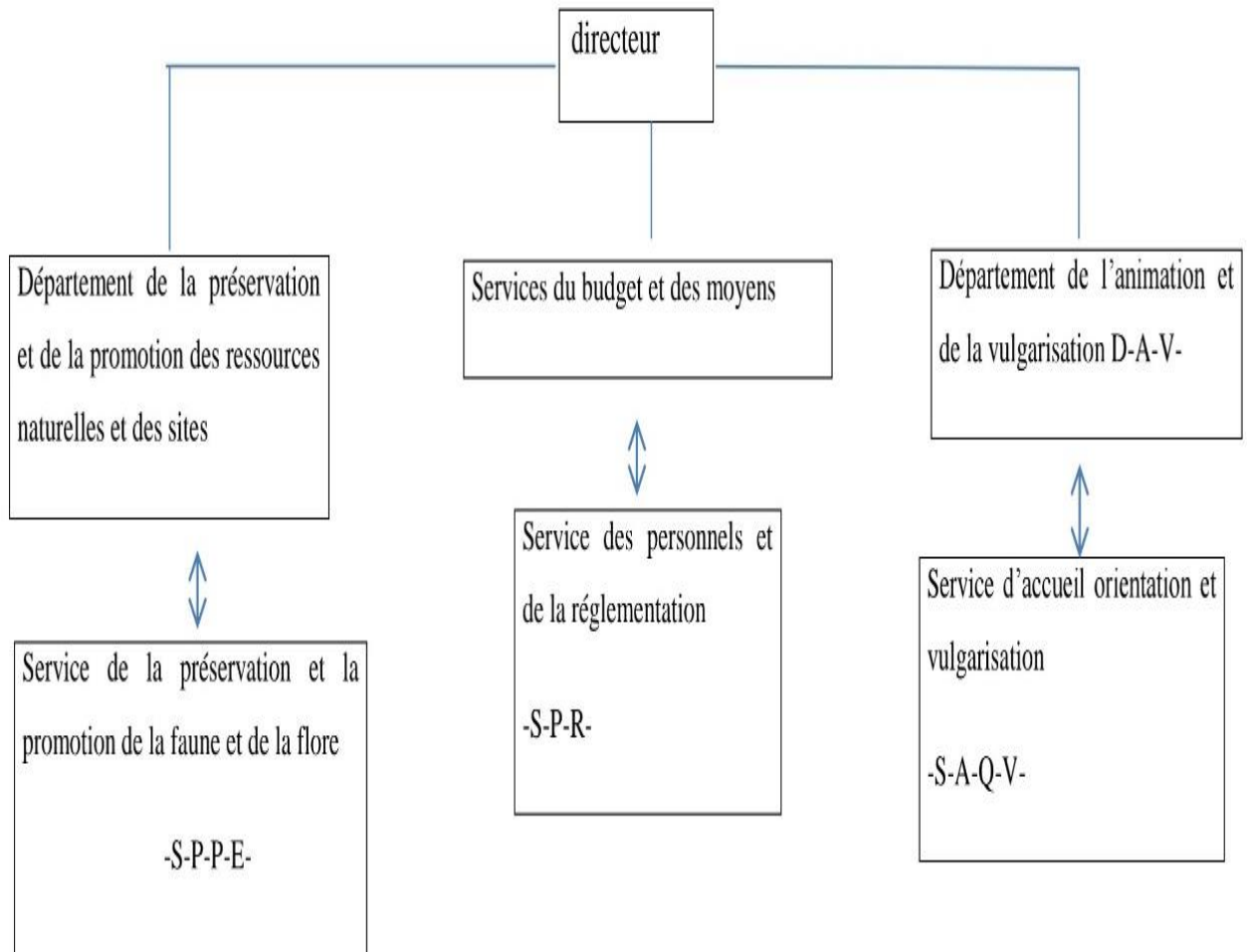
Fréquence de consultation

- Quotidiennement
- Hebdomadaire
- Occasionnelle

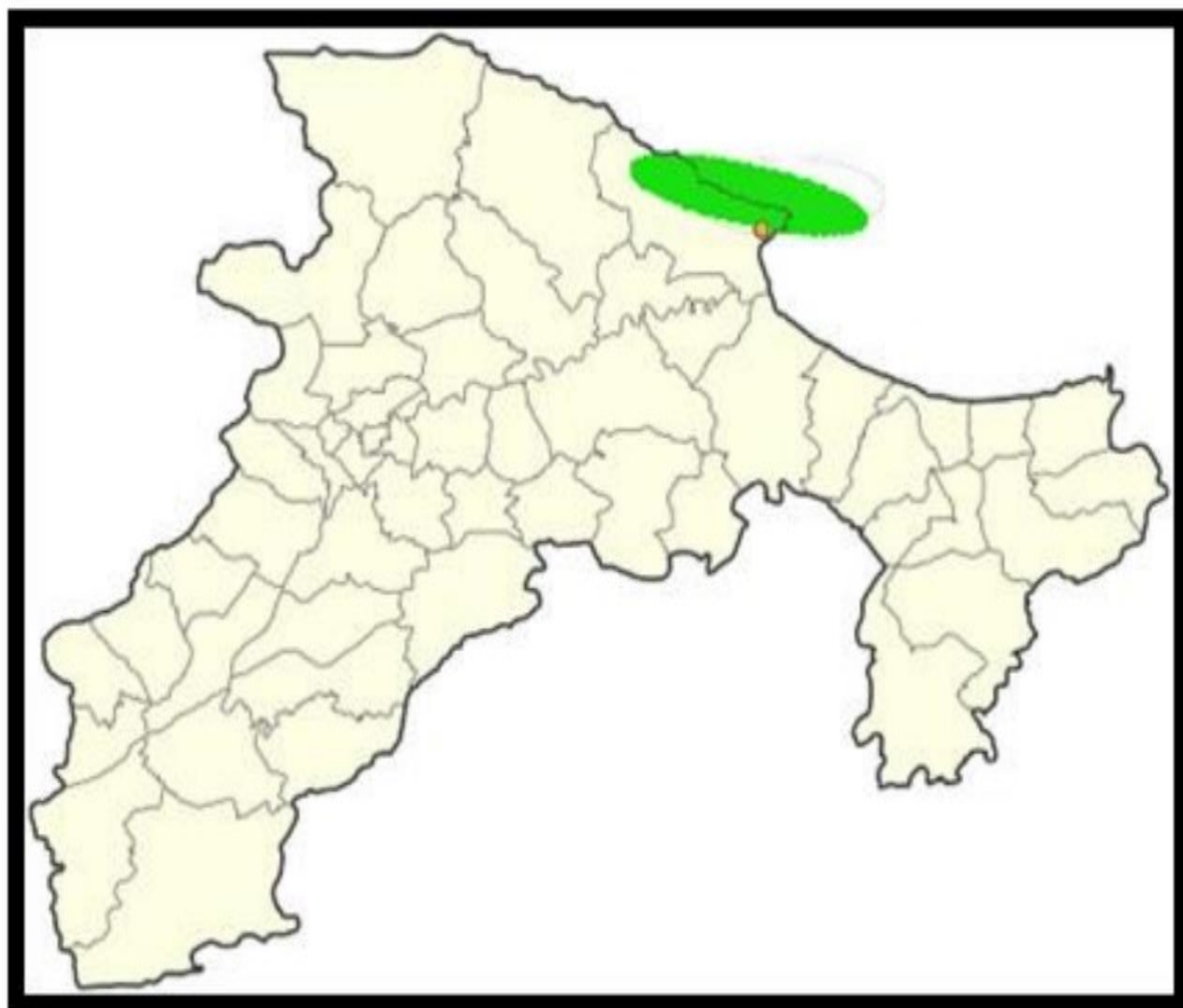
Ancienneté d'adhésion à la page depuis sa création

- D'un à trois mois
- De trois à six mois
- De six mois à un an
- Plus d'un an

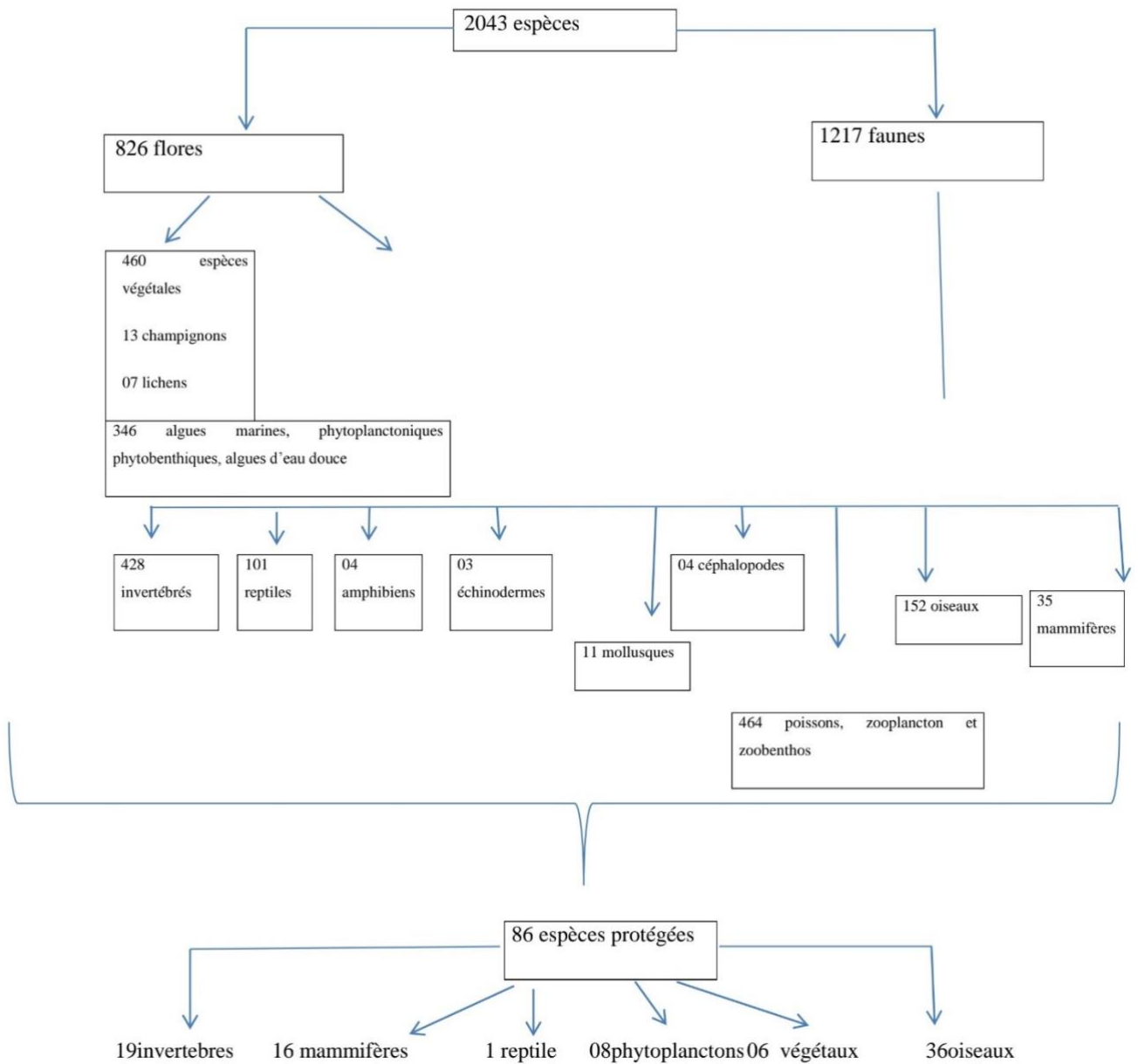
Annexe n° 2 : Organigramme de l'administration du PNG



Annexe n° 3 : Situation géographique du PNG



Annexe n° 4 : Biodiversité du PNG



RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL



الحديقة الوطنية لقورايا - بجاية

Urti Ayelnaw n Guraya

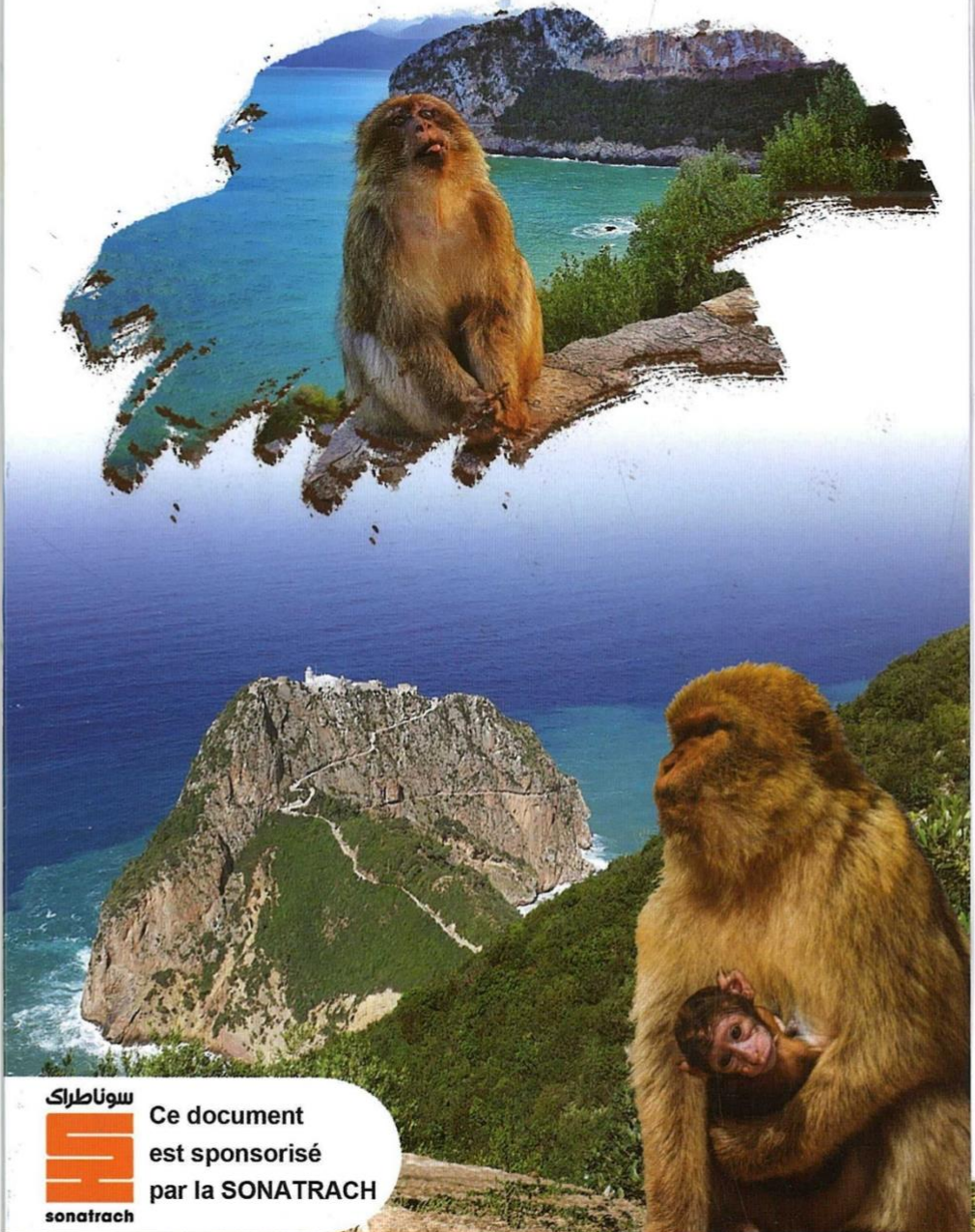


Parc National Du Gouraya - Bejaia

Le Singe Magot

Le Macaque de Barbarie

Macaca sylvanus



سوناتراش



Ce document
est sponsorisé
par la SONATRACH

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL

الحظيرة الوطنية لقورايا - بجاية

Urti Ayelnaw n Guraya

Parc National Du Gouraya - Bejaia



Le Lac Mézaïa



Une Zone Humide naturelle, exceptionnelle à préserver



"Le spectacle de la nature est toujours beau"

Aristote

Summary

Facebook digital social networks in this case, are a way to reduce distances both between individuals but also between organizations in the public or private sector. The groups of connected communities that are created on these platforms are for the most part homogeneous in terms of gender and use, but are brought together for a main purpose, which may be belonging to a place, the creation of relationships or even the sustainability of 'a culture. For our study, it is digital sociability in an online community of social network users: Case of the Gouraya National Park Facebook page which is addressed as a theme.

The objective is to discover the satisfaction of users via the publications issued by the PNG and to know the methods of intervention of these users on the content published by Facebook administrators with subscribers. Consequently, our problem is as follows: How does the digital sociability of users of the PNG Facebook page allow the creation of an online community? here the digital sociability of users of the Facebook page allows the creation of an online community thanks to the participation of users on the published content and the constant interactivity emanating from this page.

To answer our problem, we used a questionnaire that is part of the quantitative method. The latter was published for a period of 15 days to a population of 354 Facebook subscribers. Including axes such as personal information, the methods of intervention and the satisfaction of the users of this page.

The answers obtained reflect that Facebook users of the Gouraya National Park intervene on the content published out of interest for nature in the form of reaction and sharing. The significant interactivity observed on the Gouraya National Park Facebook page testifies to the good relationship between them but also with the administration.

These results are proof that the digital sociability of PNG Facebook users allows the creation of an online community.

These conclusions should lead any public or private organization to open a Facebook page in order to get closer to its audiences in order to reduce the distance between it and its users but also between users.

ملخص

في هذه الحالة ، هي وسيلة لتقليل المسافات بين الأفراد Facebook الشبكات الاجتماعية الرقمية على وأيضًا بين المنظمات في القطاعين العام أو الخاص. مجموعات المجتمعات المتصلة التي تم إنشاؤها على هذه المنصات متجانسة في معظمها من حيث الجنس والاستخدام. ولكن يتم جمعها معًا لغرض رئيسي يمكن أن يكون الانتماء إلى مكان أو إنشاء علاقات أو إدامة ثقافة. بالنسبة لدراستنا ، فإن التواصل الاجتماعي الرقمي في مجتمع عبر الإنترنت لمستخدمي الشبكات الاجتماعية: حالة صفحة Facebook Gouraya National Park ، والتي يتم تناولها كموضوع

ومعرفة طرق PNG الهدف هو اكتشاف رضا المستخدمين من خلال المنشورات الصادرة عن مع المشتركين. Facebook تدخل هؤلاء المستخدمين على المحتوى المنشور من قبل مسؤولي PNG وبالتالي ، فإن مشكلتنا هي كما يلي: كيف يسمح التواصل الاجتماعي الرقمي لمستخدمي صفحة بإنشاء مجتمع عبر الإنترنت؟ هنا يسمح التواصل الرقمي لمستخدمي صفحة Facebook على بإنشاء مجتمع عبر الإنترنت بفضل مشاركة المستخدمين في المحتوى المنشور والتفاعل Facebook المستمر المنبثق من هذه الصفحة.

للإجابة على مشكلتنا ، استخدمنا استبيانًا يعد جزءًا من الطريقة الكمية. تم نشر هذا الأخير لمدة 15 بما في ذلك محاور مثل المعلومات الشخصية . Facebook يومًا لمجموعة من 354 مشتركًا على وطرق التدخل ورضا مستخدمي هذه الصفحة.

تعكس الإجابات التي تم الحصول عليها أن مستخدمي فيسبوك في حديقة غورايا الوطنية يتدخلون في المحتوى المنشور بدافع الاهتمام بالطبيعة في شكل رد فعل ومشاركة. يشهد التفاعل الكبير الذي الوطنية على العلاقة الجيدة بينهما ولكن أيضًا مع Gouraya حديقة Facebook لوحظ على صفحة الإدارة.

يسمح Facebook PNG هذه النتائج هي دليل على أن التواصل الاجتماعي الرقمي لمستخدمي بإنشاء مجتمع عبر الإنترنت.

يجب أن تقود هذه الاستنتاجات أي مؤسسة عامة أو خاصة إلى فتح صفحة فيسبوك من أجل الاقتراب من جمهورها من أجل تقليل المسافة بينها وبين مستخدميها وأيضًا بين المستخدمين

Résumé

Les réseaux sociaux numériques Facebook en l'occurrence, sont un moyen de réduire les distances aussi bien qu'entre individus mais aussi qu'entre organisation du secteur public ou privé. Les groupes de communautés connectées qui se créent sur ces plateformes sont pour la plupart homogènes en terme de genre et d'usage. Mais sont réunis pour un but principal qui peut être l'appartenance à un lieu, la création de relations ou encore la pérennisation d'une culture. Pour notre étude c'est la sociabilité numérique dans une communauté en ligne d'utilisateurs de réseaux sociaux : Cas de la page Facebook du Parc National de Gouraya, qui est abordée comme thème.

L'objectif est de découvrir la satisfaction des usagers via les publications émises par le PNG et de connaître les modalités d'intervention de ces utilisateurs sur le contenu publié par les administrateurs Facebook au près des abonnés. Par conséquent notre problématique se décline comme suite : Comment la sociabilité numérique des usagers de la page Facebook du PNG permet-elle la création d'une communauté en ligne ? Ici la sociabilité numérique des usagers de la page Facebook permet la création d'une communauté en ligne grâce à la participation des utilisateurs sur le contenu publié et l'interactivité constante émanant de cette page.

Pour répondre à notre problématique nous avons utilisé un questionnaire faisant partie de la méthode quantitative. Ce dernier a été publié pour une durée de 15 jours au près d'une population de 354 abonnés Facebook. Comportant des axes tels que les informations personnelles, les modalités d'intervention et la satisfaction des usagers de cette page.

Les réponses obtenues traduisent que Les usagers Facebook du Parc National de Gouraya interviennent sur le contenu publié par intérêt pour la nature sous forme de réaction et de partage. L'interactivité importante observée sur la page Facebook du Parc National de Gouraya témoigne de la bonne relation entre eux mais aussi avec l'administration.

Ces résultats sont la preuve que la sociabilité numérique des usagers Facebook du PNG permet la création d'une communauté en ligne.

Ces conclusions doivent amener toute organisations publique ou privée à ouvrir une page Facebook afin de se rapprocher de ses publics dans le but de réduire la distance entre elle et ses usagers mais aussi entre usagers.