

**République Algérienne Démocratique et Populaire**

**Université ABDERRAHMANE MIRA – BEJAIA**

**Faculté des Sciences Humaines et Sociales**

**Département des Sciences de l'information et de la Communication**



**MEMOIRE 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.**

**Thème :**

**L'usage de la communication numérique à travers  
les RSN dans la sensibilisation des PSH  
Cas pratique : ASSOCIATION SID AKBOU**

**Préparé par :**

✓ IGHESSANEN CELENA

✓ AIT ELDJOUDI LYDIA

**Encadré par :**

PR. ABDELOUAHAB

MAKHLOUFI

**2023/2024**

## **REMERCIEMENTS**

*Nous tenons d'abord à exprimer nos sincères remerciements à Dieu, le temps puissant de nous avoir donné le courage, la volonté et surtout la santé qu'il nous a accordé pour la réalisation de ce travail.*

*Nous remercions également notre promoteur Monsieur PR. ABDELOUAHAB MAKHLOUFI d'avoir accepté de nous encadrer et qui a donné le maximum de son savoir pour contribuer à la réalisation de ce modeste travail.*

*Un grand merci à nos familles et à mes amis pour leurs soutiens constant et leurs encouragements.*

*Leur présence à été une source de motivation et de réconfort.*

*Nous tenons aussi à remercier l'ensemble des membres d'association SID AKBOU pour leur accueil et leur aide pour mettre en œuvre notre recherche.*

*Enfin, merci à tous ceux qui nous ont soutenus de près au de loin.*

## Dédicace

*Je tiens avec grand plaisir de dédier ce modeste travail :*

*A l'être le plus cher de ma vie, ma mère a ses sacrifices et pour son amour et  
son encouragements durant mon parcours scolaire.*

*A Mon cher père pour son soutien, sa patience et son encouragement  
durant mon parcours scolaire.*

*A ma chère sœur et mon cher frère pour leurs encouragements et leur  
soutien.*

*Au final, je dédie ce travail à tous ceux qui ont participé à ma réussite.*

## Dédicace

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

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

*En deuxième lieu, à mon chère père qui me donne courage, l'espoir afin que je puisse arriver et d'être ce que je suis aujourd'hui.*

*Enfin, à moi-même pour avoir préservé et surmonté les défis tout au long de ce parcours.*

*Cette dédicace est un rappel de ma capacité à réaliser mes objectifs et à me dépasser.*

## Liste des tableaux

<b>Numéro des tableaux</b>	<b>Les titres</b>	<b>La page</b>
<b>Tableau N°01</b>	Les caractéristiques des enquêtés selon le genre.	33
<b>Tableau N°02</b>	La répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge.	33
<b>Tableau N°03</b>	Les caractéristiques des enquêtés selon la catégorie professionnelle (fonction).	33
<b>Tableau N°04</b>	Les caractéristiques des enquêtés selon le niveau d'instruction.	34
<b>Tableau N°05</b>	La Signification des NTIC.	35
<b>Tableau N°06</b>	Les formations concernant l'utilisation des TIC.	35
<b>Tableau N°07</b>	Les types des RSN.	36
<b>Tableau N°08</b>	L'objectif de l'utilisation des RSN.	36
<b>Tableau N°9</b>	La fréquence de l'utilisation des RSN.	37
<b>Tableau N°10</b>	Les difficultés ou les problèmes concernant l'utilisation de ces plateformes.	37
<b>Tableau N°11</b>	Les RSN les plus pertinents pour sensibiliser les PSH.	37
<b>Tableau N°12</b>	Les objectifs d'utilisation des RSN par l'association.	38
<b>Tableau N°13</b>	Les types des publications publiées sur les plateformes.	38
<b>Tableau N°14</b>	Les actions mises en place à travers RSN.	40
<b>Tableau N°15</b>	Les principaux objectifs de l'association.	40
<b>Tableau N°16</b>	L'utilisation des outils numériques pour communiquer avec un large public	42
<b>Tableau N°17</b>	Les activités principales et les campagnes de sensibilisation organisée par l'association.	42
<b>Tableau N°18</b>	Les commentaires et les réactions négatives sur les RSN.	43
<b>Tableau N°19</b>	L'accessibilité de la communication numérique.	43
<b>Tableau N°20</b>	Les futurs projets de l'association pour sensibiliser les PSH sur RSN	44
<b>Tableau N°21</b>	Tableau des trois (03) publications analysées	52
<b>Tableau N°22</b>	Les interactions et le partage de la publication compte rendu du panel éducation et intégrations social	54

<b>Tableau N°24</b>	L'analyse des commentaires de la publication compte rendu du panel éducation et intégrations social	55
<b>Tableau N°25</b>	Les interactions et partage de la publication de la journée national des handicapé.	57
<b>Tableau N°26</b>	L'analyse des commentaires de la deuxième publication.	58
<b>Tableau N°27</b>	Les interactions et partage de la publication de la maladie Spina bifide.	<b>60</b>
<b>Tableau N°28</b>	L'analyse des commentaires de la troisième publication.	<b>61</b>

## La liste des images :

<b>Numéro de l'image</b>	<b>Titre de l'image</b>	<b>page</b>
<b>Image N° 01</b>	Une publication d'un compte rendu du panel éducation et intégrations social.	<b>53</b>
<b>Image N° 02</b>	Une Publication en collaboration avec l'association AMEZDAY ADELSAN INELMADEN	<b>56</b>
<b>Image N° 03</b>	Une publication de la maladie Spina bifide.	<b>60</b>

## La liste des abréviations :

<b>Les abréviations</b>	<b>La signification</b>
<b>TIC</b>	Technologie de l'information et de la communication.
<b>RSN</b>	Réseaux sociaux numérique.
<b>SID</b>	Sensibilisation intégration développements.
<b>NTIC</b>	Nouvelle technologies d'information et communication.
<b>PSH</b>	Les personnes en situation d'handicape.

## Sommaire:

**Remerciements**

**Dédicaces**

**Liste des tableaux**

**La liste des images**

**La liste des abréviations**

**Introduction générale**

**Cadre méthodologique**

**Chapitre 01 : Analyse conceptuelle :**

1. La Problématique.....	3
2. Les Hypothèses.....	5
3. Les Définition des concepts clé.....	5
4. Les études antérieures .....	7
5. Les Raisons de choix du thème.....	8
6. Les objectifs de la recherche.....	8
7. La pré enquête.....	9

**Chapitre 02 : Démarche méthodologique :**

1. Démarche méthodologique.....	11
2. Méthode de recherche : étude de cas.....	11
3. Approche théorique.....	12
4. Les outils de l'étude.....	13
5. Le guide de l'entretien.....	14
6. Analyse de contenu thématique.....	15
7. La Population de recherche.....	15
8. La population mère .....	16

## **Cadre théorique**

### **Chapitre03 : Les associations et la communication numérique.**

#### **Section 01: L'état des lieux des associations.**

1. Définition d'une association. ....	17
2. Définition de la communication associative .....	17
3. L'émergence du monde associatif.....	17
4. Le fonctionnement des associations.....	17
5. Les formes d'associations.....	19
6. Les objectifs de la communication associative.....	20
7. La loi 12- 06 relative aux associations : Loi numéro 12 - 06 du 12 janvier 2012 relative aux associations.....	21

#### **Section 02: La communication numérique**

1. La communication numérique. ....	22
2. La transformation numérique des associations.....	22
3. Les principes de la communication numérique.....	22

### **Chapitre 04 : Les réseaux sociaux dans les pratiques associatives.**

1. Définition des réseaux sociaux numériques.....	23
2. Développement des réseaux sociaux.....	23
3. Évolution historique. ....	23
4. Fonction des réseaux sociaux. ....	25
5. Les caractéristiques des réseaux sociaux.....	25
6. Les avantages des réseaux sociaux.....	28

### **Chapitre 05 : Usages des réseaux sociaux par les associations**

1. L'importance des réseaux sociaux pour les associations.....	29
2. Les principaux objectifs d'usage des réseaux sociaux par les associations.....	29
3. Les pratiques et les activités des réseaux sociaux par les associations.....	29

4. Les outils et les techniques des réseaux sociaux des associations.....	30
---	----

## **Cadre pratique**

### **Chapitre 06 : L'analyse et l'interprétation des données**

#### **Section01 : Présentation d'organisme d'accueil**

1. Présentation de terrain d'étude .....	31
2. Les divise de l'association.....	31
3. Les activités de l'association .....	31
4. Le suivie psychologique de l'association.....	32
5. Le suivie orthophoniste de l'association.....	32
6. Les aides de l'association .....	32

#### **Section 02 : l'analyse des données et l'interprétation des résultats**

1. Présentation des résultats.....	33
2. Discussion de guide d'entretien.....	34
3. L'analyse de contenu thématique .....	51
4. L'analyse et l'interprétation des données.....	62

## **Conclusion générale**

## **Liste bibliographique**

## **Annexes**

# **Introduction général**

# Introduction générale

---

## **Introduction générale :**

Dans une ère où les technologies numériques façonnent de plus en plus notre quotidien. La transformation digitale des associations lui a donné une opportunité de faire un changement concernant ces méthodes de travail.

Le numérique est de plus en plus utilisés et répondu dans les associations. L'usage des médias sociaux peut être perçu comme un outil supplémentaire voire complémentaire aux projets et à la mission des associations.

Ces associations se trouvent dans l'obligation d'adopter ces outils pour atteindre leurs cibles, ainsi que de ce faire connaître puis de se rapprocher d'eux et de les sensibiliser et tout cela grâce aux partage de contenu et l'échange des informations.

Dans le cadre de notre sujet, l'association SID à cette opportunité d'utiliser les outils de la communication numérique tel que le réseau social Facebook pour partager des photos et des vidéos, informer et sensibiliser les personnes à besoin spécifiques et défendre leur droits, c'est la qu'on comprend plus que les actions partagés sur la page facebook de l'association peu les sensibiliser puisque ces publications font référence aux actions réalisées par l'association. Notre étude vise à comprendre l'usage de la communication numérique pour la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques. On s'est focalisé sur l'analyse de la page facebook de l'association SID située au niveau d'AKBOU.

Notre travail de recherche est structuré en deux parties théorique et pratique. Premièrement on va commencer par le chapitre méthodologique introductive, il est considéré comme introduction dans lequel nous sommes revenu à la construction de notre problématique sanctionné par les hypothèses à vérifier, puis définition des concepts clés et les indicateurs de phénomène de recherche, les études antérieure et les raisons de choix de thème avec les objectifs de la recherche, et puis l'approche théorique et la méthode et les techniques utilisés enfin l'échantillon d'étude.

Deuxièmement, le cadre théorique qui se compose en trois chapitres :

Le première chapitre basée sur deux sections: La première section les associations et la communication numérique, on a commencé par des définitions, l'émergence, fonctionnement, les objectifs et les formes des associations.

## Introduction générale

---

La deuxième section basée sur la communication numérique, et la transformation numérique des associations et les principes de la communication numérique.

Le deuxième chapitre sur les réseaux sociaux dans les pratiques associative, là on à commencer par une définition des réseaux sociaux, évolution historique et développement, les types avec les avantages des réseaux sociaux numériques. Comme derrière chapitre focalisé sur l'usage des RSN par les associations, l'importance puis les objectifs, les pratiques et les outils d'usage des RSN.

Enfin viendra la partie pratique qui est partagé en deux chapitres, la première c'est la présentation de l'organisme d'accueil et le deuxième contient la présentation et l'interprétation des données, synthèse des résultats et la vérification des hypothèses.

# **Cadre méthodologique**

# **Chapitre 01 :**

## **Analyse conceptuel**

## **Chapitre 01 : Analyse conceptuel**

### **1. La problématique :**

Au fin du temps, et suite au développement de la communication et ses moyens au sien des organisations, les technologies de l'information et de la communication ont devenu des acteurs fondamentaux. Ces moyens de communication conteneue d'accroître l'effet et devenir plus facile et plus rapide à l'utiliser et principalement afin d'attirer un public plus large, ce qui fait qu'à actuellement le monde est devenu un petit village où toutes informations circulent rapidement et partout.

La communication numérique est considérée actuellement comme étant la plus dominante, parmi ses enjeux c'est qu'elle permet d'informer et de convaincre. Aujourd'hui elle est considérée comme le principal moteur de gestion dans divers secteurs économiques, politiques, juridiques, sociaux... Ect. Selon VITALIE ROSATI, " en réalité le numérique référé désormais à un ensemble de pratiques sociale, voire un univers de réseau complexes et de nouvelles formes de communication a travers desquels circulent les informations et des idées qui organisent la connaissance et notre expérience dans le monde. Il s'agit d'une véritable culture comportement des enjeux sociaux, politique et éthique.

Les médias sociaux, déclinaisons du web 2.0 redéfinissent notre façon de communiquer. " Ils imposent de nouvelles structures de communication, de médiation sociale et d'interaction entre les individus en ligne et hors-ligne (com Score Data Mine, 2012, para, 1). " Les médias sociaux représentant un nouveau paradigme, car il n'y a pas d'équivalent hors ligne " (WASSERMAN, 2012, para. 3). Ils commandent de nouvelles façons de communiquer par l'entremise des sites de réseautage sociale comme MySpace, ORKut, Twitter, Pinterest et Facebook. Ces outils de communication qui sont indisponibles pour notre génération sont aussi employés dans les associations pour pouvoir mieux profiter de leurs avantages, leur efficacités et la rapidités ainsi que d'être avec l'actualité comme la plupart des individus du monde entier.

Les réseaux sociaux permettent aux associations de se rapprocher de leurs membres et d'être à jour que ce soit en interne (adhérents, membres..) ou bien en externes (public, bénévoles, donateurs.) En communiquant sur les réseaux sociaux, les associations permettent de grandir le lien et gagner la confiance, accroître la visibilité et attirer plus ça cibles.

Le choix de l'outil est très important pour atteindre l'objectif tracé, Cependant que le réseau utilisé Facebook il est incontournable, le site de réseautage social accessible à travers une multitude de plateformes avec sa facilité de l'utilisation.

La journaliste Emilie Dubois affirme aussi " qu'il est considérée comme le réseau qui influence directement la politique, la culture et l'opinion publique des utilisateurs " (Dubois 2021).Ce qui va permettre aux responsables donc de partager leurs actualités et d'avoir les interactions de leurs publics de publier des vidéos, photos...Ect. De plus en plus les associations profitent donc de cette opportunité afin de pouvoir atteindre leurs objectifs. Tous ses avantages du numérique favorisent le développement des organisations en général et les associations en particulier.

C'est le cas avec l'association SID (SENSIBILISATION, INTÉGRATION ET DÉVELOPPEMENT), cette association à pour but de sensibiliser les personnes à besoin spécifiques, de défendre leur droits, de contribuer largement à les aider pour rejoindre leur milieu scolaires. Et avec l'arrivée des réseaux sociaux numérique elle contribue largement à sensibiliser ces personnes de tout catégories qui souffrant de la négligence sociale. Alors avec l'apparition des nouvelles formes de communication à aider beaucoup ces personnes. Ils retrouvent plus d'autonomie et l'indépendance, elle permet la focalisation et l'inclusion de la participation sociale et l'accroissement de l'information. Cette association fait des activités sur le terrain, elle vise à créer une forme de communication sur les réseaux sociaux, notamment la page Facebook pour partager des informations, sensibiliser et faire appel au d'autres personnes qui connaissent pas encore cette association.

A la lumière de ce qu'a été dit auparavant, nous souhaitons répondre à la question principale suivante : **Comment l'association SID utilise les réseaux sociaux numériques pour sensibiliser les personnes à besoins spécifiques ?**

Dans l'objectif de mieux cerner notre sujet de recherche, et de répondre à la question principale, nous avons posés les questions secondaires suivantes :

- Comment l'association Sid adapte telle ses messages pour répondre aux diverses besoins des personnes en situation handicap ?
- Comment la communication numérique peut contribuer à la sensibilisation de cette catégories de personnes ?

### **Hypothèse :**

Pour répondre aux questions que nous avons posées, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

Selon MADELINE GRAWITZ définit l'hypothèse comme une proposition de réponse à la question posée. Elle tend à formuler une relation entre des faits significatifs mené plus en moins précis. Elle aide à sélectionner les faits observés (GRAWITZ .2001 P 398).

- **La première hypothèse suppose que:** l'association Sid adapte ses messages pour répondre aux diverses besoins des personnes en situation handicap.
- **La deuxième hypothèse suppose que :** La communication numérique via les RSN en particulier Facebook contribue largement à la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques et ce grâce à l'interactivité, le partage, la collaboration etc entre ces dernières et l'association.

### **Définition des concepts :**

**Définition de L'usage :** Processus informationnel qui consiste à faire (lire, butiner, zapper, regarder, écouter, toucher, etc.) avec la matière information pour obtenir un effet qui satisfasse un besoin d'information, l'information subsistant après usage. Faire usage d'un produit d'information, c'est employer cet objet pour obtenir également un effet qui satisfasse un besoin d'information, que cet objet subsiste (on parle alors d'utilisation), se modifie (usure).

Selon le lexique des sciences sociales, l'usage : est un comportement habituel dans certains circonstances et dans certains milieux sans le fondement moral et la coutume appareils moins impératif et de pour un de sanction.

**Définition Opérationnelle :** C'est un processus d'utilisation des RSN qui sert à satisfaire les besoins de l'association.

**Définition de la sensibilisation :** Selon BOHNERET DICHEL 2011 " la sensibilisation est le processus par lequel on attire l'attention d'un individu où d'un groupe sur une problématique particulière, souvent dans le but de changer des attitudes où des comportements.

**Définition opérationnelle :** La sensibilisation est le processus structuré par lequel l'association Sid informe et éduque le public sur les enjeux et les droits, besoins et les capacités de ces personnes, dans le but de promouvoir l'inclusion, l'égalité et le respect.

**Définition de La communication numérique :** La communication numérique renvoie à toute forme d'échange communicatif dont les messages sont véhiculés par des réseaux télématiques, c'est-à-dire basés sur la combinaison de l'informatique et des télécommunications, du minitel à la téléphonie mobile, en passant par l'internet. La communication numérique est donc le terme générique englobant divers types de situations de

communication interpersonnelle (privée ou publique) par courrier électronique, messagerie instantanée, forums, chats, plateformes de réseaux sociaux etc.

**Définition Opérationnelle :** La communication numérique désigne l'échange d'information, de messages, et de médias à travers les technologies numériques tels que internet, les RSN les applications de messagerie, elle permet une transmission rapide et facile de partage d'informations de manière interactive.

**Définition des réseaux sociaux numériques :** D'après le dictionnaire Larousse, les RSN sont des sites web sur le quels des internautes échangent des informations personnelles (texte, image, vidéo) créant ainsi une communauté dans visuel et interactive.

**Définition Opérationnelle :** Des sites et des plates-formes en ligne permettent aux utilisateurs de l'association de créer, partager, interroger avec d'autres utilisateurs, et maintenir des relations et faciliter la communication.

### **1. Etude antérieure :**

Les études antérieures sont considérées comme une source d'inspiration incontournable, elles sont menées à transmettre des connaissances, la lecture de ses derniers permet de mieux cerner et préciser notre sujets de recherche (ANGERS .1995 - 1996 P 84).Parmi les études qui ont été réalisées à propos de cette thématique l'usage de la communication numérique a travers les RSN pour sensibiliser les personnes a besoin spécifique.

### **Première Étude :**

#### **Le rôle de digitale dans la communication sociale :**

Cette thèse est réalisée par MARIE CAMILLE PACINI, école de commerce de LYON, Objectif principale c'est de faire prendre conscience de certaines situations.

Cette thèse d'institutions citoyennes françaises de lutte contre le SIDA, le TABAGISME et L'ALCOOLISME et L'INSECURITE ROUTIERE.

La problématique de cette étude est basée sur : Le rôle de digitale dans la communication sociale en France. Elle à poser une question générale qui est la suivante : **La stratégie digitale est-elle nécessaire pour assuré la promotion des institutions d'intérêt général qui sont portée par les traditions de mass medias?** Accompagné par des questions secondaires qui sont comme suite :

**1 - Le digital est-il la solution miracle qui entre dans les valeurs de ses institutions ?**

**2** - Les institutions développent le discours sur les valeurs de partager, d'écoute et échange le fait de communiquer leur cause derrière un ordinateur au un Smartphone ne devient il pose contradictoire ?

**3** - Comment savoir l'impact du discours chez les gens notamment la nouvelle génération dévitalisée.

**4** - Comment différencier un like signifiant que la personne se sert impliqué a ces amis mais, qui s'investit.

La première partie est basée sur la communication sociale a l'ère du digitale, au la chercheuse a confirmé que la communication sociale et la stratégie digitale sont deux domaines bien distincts. L'un est basé sur le côté humaine et l'autre se situe dans une partie technologique en évolution constante.

Dans la seconde partie, elle s'est focalisée sur l'analyse : Pourquoi et comment les institutions et les organismes citoyens communiquent à l'opinion publique ? Elle a conclu que le digital est devenu un phénomène incontournable pour les institutions afin de toucher leur cibles et aussi elle permet de cibler les jeunes qui ont la possibilité de devenir les futurs ambassadeurs de ces structures.

Dans la troisième partie, elle constate que le numérique est devenue un sujet central dans la stratégie de communication dans l'univers sociale, son utilité accrue à sa complémentarité aux canaux de communication considérés comme traditionnelle, elle à souligné que les RSN offrent des opportunités réelles pour ses structure Et le web 2.0, il à apporter l'interactivité et la part contenu qui est la portée de tous.

### **Intérêt de cette étude :**

Cette étude constitue un point important pour notre recherche car elle porte sur la même variable que la notre, l'importance de digital dans la communication associative et pour nous c'est l'importance de la communication numérique au sein des associations et la question de sensibilisation.

### **2. Raison de choix du thème :**

Le choix de thème de cette thématique est profondément influencé par mon expérience personnelle. En effet, J'ai un frère qui fait partie de la catégorie des personnes à besoin spécifiques. Cette proximité m'a permet d'observer de près les défis qu'il rencontre

quotidiennement, donc à travers les années j'ai constaté que cette catégorie de personnes font face à de nombreux obstacles qu'ils soient physiques, sociaux ou économiques. Mon objectif est de contribuer même modestement, à l'amélioration de leur qualité de vie et à la sensibilisation de la société. En étudiant ce sujet, je souhaite apporter une contribution significative à la recherche sur les personnes à besoins spécifiques, et vu que cette thématique porte sur : L'usage de la communication numérique à travers les RSN dans la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques.

### **3. Les objectifs de la recherche :**

Le choix de notre sujet de recherche a été motivé par un ensemble de raisons qui nous ont amené à fixer les objectifs suivants :

- Cette recherche vise à approfondir la compréhension de l'usage des RSN pour la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques.
- Identifier les obstacles rencontrés par les associations dans l'utilisation des RSN pour la sensibilisation.

### **4. La pré-enquête :**

La pré-enquête est une étape essentielle pour garantir la qualité d'une enquête, elle permet de tester et d'affiner les différents aspects de l'enquête afin d'obtenir des résultats fiables et valides. Dans tous les projets de recherche la pré-enquête est très importante, elle constitue la première étape de recherche qui sert à rassembler le maximum d'informations sur notre sujet de recherche.

A ce fait notre pré-enquête a été entamée le 15/02/2024 jusqu'à 10/04/2024 au sein de l'association SID D'AKBOU. Durant les premières rencontres avec cette association au terrain, on a enquêté sur quelques membres et simple adhérente et les personnes à besoins spécifiques, qui ont rejoint leur milieu scolaire et qui utilisent les RSN notamment la page Facebook. Cette dernière nous a permis de collecter les informations concernant la communication numérique, le rôle de la communication numérique dans la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques, et de désigner les hypothèses et de choisir la méthode et la technique de recherche. L'objectif de cette pré-enquête est de préparer le terrain pour constituer le cadre théorique sur lequel on s'est appuyé tout au long de la recherche. Cette période est divisée en plusieurs visites :

**Première visite**, consiste à prendre des connaissances de l'association SID AKBOU ainsi sur son travail. Durant cette visite on a eu des discussions avec l'ensemble des membres de

l'association et ces adhérents ensuite de découvrir les différentes unités au sein de l'association.

**Dans la deuxième visite**, nous sommes entretenus avec les membres fondateurs de l'association dans le but d'avoir une idée sur utilisation de la communication numérique et l'usage des RSN dans leur communication, et sont apport a l'association et aussi avoir si le terrain répond a notre recherche. L'usage de la communication numérique a travers les réseaux dans la sensibilisation les PSH, et cette visite nous a permis de bien approfondir dans notre thème.

**Durant la troisième visite**, elle consiste à faire des entretiens avec les membres de l'association et de collecter de maximum d'information afin de répondre à nos hypothèses.

# Chapitre 02 :

## La démarche méthodologique

---

## **Chapitre 02 : Démarche méthodologique :**

### **1. La démarche méthodologique :**

Chaque recherche scientifique nécessite une détermination du choix d'une méthodologie à suivre pour permettre au chercheur de bien mener son enquête de l'étude à fin d'arriver aux objectifs de la recherche donc le chercheur doit adopter une méthode précise qui est définie comme étant : L'ensemble des opérations intellectuelles par les quelle poursuit , les démontrés et les vérifiés, cette conception de la méthode dans le sens général de procédure logique, permet de la considérer comme un ensemble de règle indépendant de tout recherche et contenu particulière visant surtout les processus et forme de raisonnement et de perception , rendant accessible la réalité GRAWITZ, 2001 p 351.

Dans notre recherche nous avons opté à une méthode mixte : étude qualitative et analyse de contenu thématique.

La méthode qualitative qui est selon : (ANGERSMAURICE) : un ensemble de procédure des démarches précises adoptées pour en arriver à un résultat (ANGERS ,1997 P.91).

Selon MAYS et POP, le but de la recherche qualitative c'est le développement des concepts qui peuvent nous aider à comprendre le phénomène social : l'usage de la communication numérique à travers les RSN dans la sensibilisation des personnes à besoin spécifiques, nous avons choisi la méthode qualitative, car elle nous à permet de porté des informations approfondie et d'analyser et d'interprète des résultats.

L'analyse de contenu est une méthodologie souvent utilisée en sciences sociales, elle a pour objectif final de « connaître la vie sociale ». Cette méthodologie consiste en l'analyse de traces mortes (documents) pour interpréter des processus vivants (comportements humains). Une certaine connaissance et compréhension de la symbolique des activités sociales est donc un préalable nécessaire à l'analyse de contenu.

### **2. La méthode de recherche :**

**Étude de cas :**

La méthode désigne l'ensemble des démarches qui suit l'esprit humain pour découvrir et démontrer un fait scientifique.

Selon GRAWITZ Madeline, " la méthode est un ensemble des opérations intellectuelles pour lesquels une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démontrer et les vérifier, aussi la méthode est une stratégie d'investigation.

L'étude de cas est une étude qualitative utilisée pour étudier les phénomènes complexes et nouveaux ou entendre des connaissances ou des phénomènes déjà investigués, comme elle appartient une analyse détaillée et profond.

L'étude de cas est une technique particulièrement de cueillette, de mise en forme et de traitement de l'information qui cherche à rendre compte du caractère évolutif et complexe des phénomènes concernant un système social comportant ses propres dynamiques.

**3. Approche théorique :**

Approche communicationnelle:

Nous considérerons ici qu'une « approche communicationnelle » peut se définir comme une démarche scientifique se proposant d'étudier des phénomènes sociaux en prenant comme clé d'entrée les différents types de phénomènes informationnels et communicationnels qui les caractérisent. Ces derniers renvoient tout particulièrement aux interactions en situation sociale (dépassant le cadre interpersonnel), aux réseaux techniques et sociaux assurant des médiations, structurant les échanges et participant à l'édification d'une communauté (TIC, médias), ainsi qu'à la conception, la production, la diffusion et la réception de messages. Les activités et processus symboliques inscrits au cœur de ces phénomènes informationnels et communicationnels, associés à la construction et au partage du sens, à l'interprétation, aux cadres de pensée et aux représentations sont ainsi amenés à devenir des facteurs explicatifs.

Les approches communicationnelles cherchent à comprendre le fonctionnement et l'évolution de différents types d'entités sociales -entreprises privées du secteur marchand, administrations, services publics, collectivités locales, structures associatives – par l'étude des phénomènes informationnels et communicationnels qui les traversent et les structurent. Les organisations constituent évidemment des lieux où les questions de coordination des activités jouent un rôle central dans la réalisation des objectifs généraux, qu'il s'agisse de production

de valeur ajoutée, de prestation de services ou de militance. Interactions, argumentations, élaboration et échanges de message, sont omniprésents. Les « activités communicationnelles » occupent ainsi dans le modèle productif actuel une place centrale et constituent une source directe d'efficacité productive, qui concerne tous les types d'organisations. Elles intègrent le traitement et la transmission d'informations, la production et la mobilisation de connaissances, la production d'un cadrage symbolique. Dans le même temps, elles ont une influence sur les dynamiques sociales d'ensemble, dont elles sont constitutives. Elles relaient des discours, des représentations sociales, mettent en œuvre des dispositifs qui influent sur les activités et sur les représentations individuelles. En ce sens, les organisations ne désignent pas seulement un objet d'étude mais constituent un niveau intermédiaire de structuration sociale, qui joue un rôle crucial dans la mise en relation des niveaux individuel, interindividuel et sociétal. Etudier les organisations dans cette perspective revient à les considérer comme catégorie conceptuelle, dont l'analyse est susceptible de permettre de mieux saisir les relations entre le micro et le macro, l'individuel et le collectif, le singulier et le général. La focalisation sur les aspects symboliques, tels qu'ils sont révélés dans les phénomènes informationnels et communicationnels, permet de prolonger les nombreux travaux qui, en socio-économie et en sociologie.

#### **4. Les outils de l'étude :**

Pour guider notre recherche, nous envisageons de procéder à la technique de l'entretien, qu'il permet de recueillir des informations, qui est considéré comme instrument d'investigation scientifique de collecte des données. La deuxième technique c'est l'observation pour collecter des données direct et observé le sujet de recherche pour mieux comprendre le contexte des phénomènes observé.

##### **4.1 Définition de L'entretien :**

L'entretien est une situation de communication orale, il renvoie d'une situation de face à face, à un échange au terme duquel l'interlocuteur exprime ses perceptions d'un événement ou ses expériences. C'est une technique d'investigation directe, à l'aide de questions dites ouvertes parce qu'elles sont formulées pour inviter les informateurs à élaborer leurs réponses. Elle se déroule de façon semi-directive, car les thèmes ont été choisis par l'intervieweur, mais les informateurs sont libres de prendre le temps qu'ils veulent pour répondre et de le faire de la façon qu'ils le désirent. Concernant notre recherche, elle est basée sur l'entretien semi-directif qui nous permet de recueillir des informations et de cerner notre recherche et de

comprendre en quoi la communication numérique peut contribuer à la sensibilisation de ces personnes.

#### **4.2 L'entretien semi-directif :**

C'est certainement l'entretien le plus utilisé en recherche sociale. Il est semi-directif en ce sens qu'il n'est pas entièrement libre, ni entièrement dirigé par un grand nombre de questions précises structurées. Habituellement, le chercheur dispose d'un guide d'entretien, relativement ouvert qui permet de recueillir les informations nécessaires. Mais il ne posera pas forcément toutes les questions dans la formulation et l'ordre prévus. Le chercheur s'efforcera simplement de recentrer l'entretien sur les objectifs chaque fois que le sujet s'en écarte; il ajoutera quelques questions de clarification au moment le plus approprié et de la manière la plus naturelle que possible.

Donc l'entretien semi directif permet de guider la discussion tout en laissant la place à l'interlocuteur pour développer ses réponses, pour notre cas les entretiens semi directif permettent de capturer les opinions et les représentations subjectives et la pertinence des campagnes de sensibilisation via les RSN diffusé par l'association afin de sensibiliser ses personnes.

#### **4.3 Définition de l'observation :**

Comme deuxième technique, on à utilisé la technique de l'observation qui nous permet de recueillir des données.

Selon GIROUX, l'observation est considéré comme une technique de collecte de données dans laquelle le chercheur mesure les caractéristiques ( fréquence, durée, déficit...) de certaines comportements des participants en s'en faisant le témoin immédiat dans un contexte déterminé.

La technique d'observation permet d'observer et d'analyser en profondeur les comportements et les contenus en temps réel l'utilisation les RSN, les publications, les commentaires et les réactions, et comprendre comment l'association Sid sensibilise ses personnes. L'observation elle peut confirmer ou infirmé les données recueillis par les entretiens, renforçant ainsi la validité des résultats.

Nous avons opté pour l'observation participant qui répond à notre problématique de recherche.

**L'observation participante :**

Elle se définit comme étant l'observation directe des agissements et des interactions d'individus dans leur environnement quotidien par un chercheur, qui devient l'observateur. Pour BOGDAN et TAYLOR :(1975), c'est une période de travail intense caractérisée par des interactions sociales qualifiées de privées entre le chercheur et les participants. Dans ce contexte, le chercheur tente de s'intégrer le plus possible à la routine du groupe afin de mieux comprendre le comportement humain via son observation.

**5. Le guide d'entretiens :**

Un guide d'entretien est un document utilisé lors d'une étude qualitative, il contient l'ensemble de questions employées dans un entretien directif ou non directif. Ce dernier est considéré comme un moyen privilégié de collecte de la précompréhension des éléments. C'est aussi un outil que l'enquêteur choisit pour toucher le sujet en profondeur, il est fabriqué pour recueillir des informations nécessaires sur le sujet de recherche pour le découvrir.

Les questions d'un entretien doivent être cohérentes et préparées sous forme de grille. Pour trouver la bonne question à poser, l'enquêteur va puiser dans ce que l'informateur lui délivre comme information et formuler la bonne question en dehors des questions présente dans la grille. Nous avons conçu un guide d'entretien qui se compose de 16 questions lors du déroulement des entretiens qui portent sur 5 axes suivants.

**Axe 1 : Identification.**

**Axe 2 : Connaissance générale des TIC et RSN.**

**Axe 3 : L'utilisation des RSN.**

**Axe 4 : L'usage des RSN par l'association.**

**Axe 5 : La communication numérique à travers les RSN et la question de sensibilisation.**

**6. L'analyse de contenu thématique :**

L'analyse de contenu est considérée comme une technique qualitatives, elle se construit par rapport à des objectifs et développé en rapport de la recherche.

Elle est définie comme suite : L'analyse de contenu est un ensemble de techniques d'analyse de communication. Elle s'intéresse donc au contenu qui est un terme impropre car

incomplet. Elle est sous forme de communication verbal, écrite et même Non-verbal : la gestuelle, l'image... Elle s'intéresse tant aux signifiés qu'aux signifiant, ces deux notions propres à la linguistique, mais particulièrement aux conditions de production de cette communication.

L'analyse de contenu (Mucchielli, 2006). Elle a émergé avant 1970 (L'Écuyer, 1990) et a été beaucoup influencée par le behaviorisme (Bardin, 2013; Messu, 1990). Elle conçoit l'analyse de contenu comme une procédure objective, déductive, systématique. Dans ce courant de pensée, soutenu par des auteurs comme Berelson (1952) et Holsti (1969), les données sont traitées comme des objets. La personne qui fait l'analyse doit seulement s'en tenir à ce qu'il lit et non ce qu'il y a entre les lignes pour découvrir les significations d'un discours. Tout est dans le contenu manifeste! L'analyse est alors une démarche « pour d'autopsie » dans laquelle les données à analyser peuvent être disséquées, connues sans pour autant subir l'influence d'une quelconque subjectivité (Mucchielli, 2006).

C'est dans cet ordre d'idées que L'Écuyer (1990 : 14) situe la finalité de l'analyse de contenu comme suit :

L'objectif ultime de toute analyse de contenu est de déterminer la signification exacte du message étudié, que ce message soit un poème, un discours, un article de journal, un écrit scientifique, un roman, un récit de vie, un rapport verbal, un écrit relatif à une expérience intérieure.

Cette technique est adoptée par rapport à notre objectif de recherche, elle nous permet d'analyser les publications partagées par l'association SID sur sa page facebook, ainsi que le nombre des interactions reçues de la part des abonnés sur ces publications plus les commentaires et le partage de la publication. En fonction de cette technique on va pouvoir extraire des résultats faibles du contenu, si ce que nous avons besoin afin de pouvoir traiter profondément notre sujet de recherche, en essayant de dégager le maximum d'informations utiles présenté par la page Facebook de l'association.

Afin de réussir notre analyse de contenus thématique, nous avons procédé d'abord par la sélection des indicateurs qui sont :

Les réactions du public : Cela reflète à différentes actions réalisées par l'association. C'est comme le public les reçoit, tout en encourageant l'association si c'était des bonnes actions, au bien le contraire.

La qualité perçue: C'est la perception, image, au bien la vision construite des abonnés de la page Facebook sur telle action, puis sur l'association en général.

La validité : C'est comment les internautes ont approuvé ou désapprouver l'action réalisé par l'association.

La valeur : Elle renvoie directement à l'association.

L'avis de public : C'est les réactions du publics, si des critiques que ce soit positive ou négative selon chaque point de vue des abonnés.

### **7. La population de recherche :**

Selon MAURICE ANGERS est : " Un ensemble d'éléments ayant une au plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autre éléments et sur lesquels porte investigation.

Notre Population de recherche constituée d'un ensemble des abonnés de la page Facebook de l'association SID qui dépasse 5.1 K Abonnés. Ce choix est susceptible dans l'objectif de savoir si le réseau social numérique Facebook contribuer à la sensibiliser de ces personnes.

### **8. L'échantillon d'étude:**

Selon ANGERS MAURICE l'échantillon : " Et un ensemble d'éléments d'une population donnée ". Et selon SAVARD, " Un échantillon est un groupe relativement petit et choisi scientifiquement d'une manière a représenté le plus fidèlement possible une population (Savard 1978).

Notre population mère est composé de **15** l'ensemble de personnes qui travaillent au sein de cette association, notre échantillon concerne 6 responsable de l'association.

Le choix de notre échantillon était sur la base de l'échantillonnage non probabiliste.

Nous supposons que notre échantillon peut être représentatif car il touche pratiquement la totalité de la population mère.

# **Cadre théorique**

## **Chapitre 03 :**

# **Les associations et la communication numérique**

Préambule.

Dans ce chapitre nous sommes basé sur l'état des lieux des associations en général et sur la communication numérique de manière particulière. Nous avons partagé ces informations en deux sections.

**Section 01: L'état des lieux des associations :**

**1. Définition d'une association :** L'association est le regroupement de personnes physiques et où de personnes morale sur une base contractuelles à durée déterminée ou a durée indéterminée. Ces personnes mettent en commun Bénévolement et dont un but non lucratif, leur connaissance et leur moyens pour promouvoir et encouragements les activités dans les domaines notamment professionnels, social, scientifique, religieux .... Etc.

**2. Définition de la communication associative :**

Selon THIERRY LIBERT, la communication associative exerce une très grande variété d'activités sociale, internationale dans droit humain. La vocation de l'activité d'une association et de créer et de maintenir de lien social entre ses différents publics elle repose sur l'interactivité, le dialogue et la convivialité.

**3. L'émergence du monde associatif :**

Pendant plus d'un quatre de siècles, du 1962 à 1989, la vie associative n'a guère exister pour tant la constitution, mais il faut attendre 1987 pour que la loi du 21 juillet détermine le cadre d'exercice de cette liberté et ce façon encore assez restrictive. (Le groupement constitué dans un but déterminer non lucratif ) doit être déclaré pour avoir une existence légale et ne peut aucun cas être contraire au système institutionnel établir de nature à porter atteinte à l'intégrité du territoire à l'unité nationale à la religions d'état , à la langue nationale et aux option et choix fondamentaux du pays , En autre , une procédure d'arguments préalable ( décret du 02 février 1988 ) est nécessaire pour tout associations ayant une ( dimension ou une vocation nationale entrant dans un domaine d'activité peuvent être assuré par un service public ).

**4. Le fonctionnement des associations :**

Le fonctionnement d'une association loi 1901 est déterminé dans ses statuts en principe, l'association est gérée par trois organes : **le bureau, le conseil d'administration et l'assemblée générale.**

- **Le bureau de l'association** : Le bureau d'une association est un organe de décision composée de :
  - **Président** : Désigné comme le représentant légal de l'association.
  - **Secrétaire** : chargé d'accomplir les différentes formalités administratives de l'association.
  - **Trésorier** : chargé de la transparence des comptes de l'association, ainsi que la gestion de recette et des dépenses et l'organisme.

Le bureau d'une association : peut éventuellement se composer de :

- Un ou plusieurs vice-présidents.
- Un secrétaire adjoint.
- Un très trésorier Adjoint.

La désignation du bureau d'une association n'est nullement imposée par la loi, tout fois, sa nomination reste fortement recommandée afin d'encadrer le fonctionnement de l'association.

Les membres du bureau de l'association sont généralement les dirigeants de l'organisme. Ceux-ci pourront être rétribués au titre de leur notabilité sociale même si cela n'est formellement imposé par la loi.

➤ **L'assemblée générale :**

L'assemblée générale des membres de l'association pourra être régulièrement organisée, à cet effet les statuts de l'association devront préciser les modalités de convocations de l'assemblée générale ainsi que les règles de majorité.

L'assemblée générale décide des suivantes :

- La nomination et la révocation des dirigeants.
- L'exclusion d'un membre.
- La vente d'un immeuble.
- La décision d'engager une action en justice.

- La modification d'une décision d'une assemblée antérieure.

➤ **Le conseil d'administration :**

Un conseil d'administration peut être nommé au sein d'une association. En l'absence de dispositions prévues dans les statuts, une association n'est pas obligée de se doter d'un conseil d'administration. Le conseil d'administration a plusieurs pouvoirs genre détaillé dans les statuts de l'association. En effets il peut être chargé de :

- L'approbation de budget c'est des comptes annulés de l'association.
- La définition de l'orientation stratégique de l'association.
- La gestion des fonds de l'association.

**5. Les formes d'associations :**

Il existe différentes types de regroupement d'associations :

- **L'union** : c'est un regroupement d'associations, l'union d'associations et donc une association, qui se déclare et fonctionne com telle.
- **La fédération** : Une fédération rassemble des associations partagent un vison commune et des objectifs proches ou qui œuvrent dans le même sens. Les fédérations peuvent être reconnues d'utilité publique. Chaque association peut s'affiler librement à une fédération, et de même sen retirer Parallèlement, chaque fédération peut admettre des adhérents en refuser d'autres ou en exclure dans certains cas. L'affiliation à une fédération peut s'avérer obligatoire pour pratique pleinement l'activité.
- **Le collectif** : Il regroupe des associations qui n'ont pas nécessairement un objet proche, mais qui ont en commun, ponctuellement au non, des intérêts convergents une revendication en commun, un objet précis à défendre. Le collectif est souvent une association non déclarée, ce qui permet à chaque association com posant de garder son indépendance. Le collectif peut organiser une action sous son nom.
- **La coordination** : Proche du collectif par son existence issue d'un problème ponctuel ou thématique, la coordination peut simplement coordonner les actions des associations qui la composant sans organiser elle-même l'action.
- **Le réseau** : L'organisation en réseaux favorise la création du lien être structures comparables ou agissant dans les mêmes domaines. La mise en réseau des associations permet l'échange d'informations et de pratiques, la création de services partagés, le travail en partenariat, la formulation d'une réponse commune aux attentes

des bénéficiaires, par exemple par la construction d'un plaidoyer collectif. La mise en relations directe, le partage d'outils de centres d'intérêts et des préoccupations sont autant de sources de valeur ajoutée à tous les personnes, de l'association qui est une personne morale, est responsable de ses actes et de ses membres dans l'exercice de ses activités. Cette responsabilité peut être engagée au plan civil au pénal.

#### **6. les objectifs de la communication associative :**

La communication associative se caractérise par des finalités et des enjeux particuliers, qui la distinguent de la communication d'entreprise lucrative ou de la communication du secteur public.

Tout d'abord elle vise à créer du lien en mobilisant les citoyens et les bénévoles pour agir en faveur d'une cause au d'un projet, la communication associative doit donc être capable de susciter l'engagement, la participation et la solidarité, en mettent en avant les valeurs et les objectifs de associative.

La communication associative à pour objectif de faire connaître et reconnaître l'action de l'association, ses résultats, ses partenaires. Elle doit donc être en mesure de valoriser l'engagement des salariés, bénévoles, des donateurs et des partenaires, en communiquant sur les actions menés les résultats obtenus et des problématiques sociétales relevées.

- **Convaincre et mobiliser :**

Si parmi les objectifs aussi de la communication associative, centré sur des enjeux sociétaux, environnementaux, culturels. La sensibilisation peut prendre des formes diverses, des campagnes de communication, des événements des actions de rue, des actions de mobilisation sur les réseaux sociaux.

- **Valoriser et promouvoir :**

L'objectif de cette catégorie est de promouvoir l'action des associations, ses résultats ses partenaires etc.... Il s'agit de valoriser l'engagement des bénévoles, des donateurs, au des partenaires, et de promouvoir la cause défendue par l'association. Pour atteindre cet objectif, les associations utilisent souvent les rapports d'activités, des événements, de reconnaissance, des publications... ect

- **Répondre et communiquer :**

L'objectif de cette catégorie est de répondre, accueillir ou accompagner au sein d'association. Il s'agit de maintenir un dialogue ouvert et transparent avec les partenaires, les bénévoles, les donateurs pour atteindre ses objectifs les associations utilisent souvent les canaux de communication adaptés (E-mail - téléphone - RSN ...) Influencer et agir, la communication associative à pour objet de convaincre les décideurs dans un but de transformation, sociaux au environne taux, en faveur de l'intérêt général. Pour atteindre cet objectif, les associations utilisent souvent des campagnes de lobbying.

- **Fédère et rassembler :**

L'objectif de cette catégorie est de rassembler des acteurs autour d'une cause au d'un projet. Il s'agit de créer des réseaux d'acteur engagé dans une même dynamique. Pour atteindre cet objectif, les associations utilisent souvent des événements fédérateurs des plates-formes de mise en réseau, des formations ...etc.

- **Éduquer et former :**

Les associations peuvent accompagner les publics dans la compréhension et l'apprentissage d'enjeux complexe ou de connaissance, des savoir-faire ou des valeurs à un public cible. Pour atteindre cet objectif les associations utilisent souvent des formations, des ateliers, des conférences... etc.

## **7. La loi 12- 06 relative aux associations : Loi numéro 12 - 06 du 12 janvier 2012 relative aux associations**

**Article 1 :** La présente loi à pour objet de déterminer les conditions et modalités de constitution d'organisation et de fonctionnement des associations de fixer son champ d'application.

**Articles 02 :** Au sens de la présence loi, l'association est le regroupement de personnes physiques et ou de personnes morales sur une base contractuelle à durée déterminé au à durée indéterminée.

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

Toute fois l'objet et les buts de ses activités doivent s'inscrire dans l'intérêt général et ne pas être contraire, notamment à l'ordre public, aux dispositions des lois et règlements en vigueur.

## **Section 02: La communication numérique**

### **1. La communication numérique :**

Selon le COMMUNICATOR, la communication digital est un terme vaste qui désigne jusqu'à présent une technique plus qu'une stratégie, en effet l'expression amenait à la capacité d'exploiter les outils digitaux (site internet -R.S etc.) à des fin de communication.

### **2. La transformation numérique des associations :**

L'usage de numérique s'est largement répondu ces dernières années dans les associations, en témoignent sept bénévoles sur dix. Déclarent communiquer par mail avec les autres membres de leur association, et plus de six sur dix affirmant l'utilisation dans le cadre de leur mission.

Le numérique peut faciliter et accélérer le partage des informations et la prise de décision, par une participation plus active des dirigeants, notamment de ceux qui ont peu de disponibilité, il peut encourager la participation d'un plus grand nombre de bénévoles.

### **3. Les principes de la communication numérique (outils)**

Les réseaux sociaux basés sur l'utilisation de nouvelles technologies (flux de syndication, blogs, microblogs, wikis, outils de partage de photos et de vidéos) RSN des outils permettant de créer un nouveau service on utilise l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. ANDREAS KAPLAN et MICHAEL HENLEIN, sont tous des professeurs au département marketing de campus paris D'escp Europe, définissent les médias sociaux comme : Un groupe d'application en ligne qui se fondent sur la philosophie et la technologie du web 2.0 et permettent la création et l'échange du contenu généré par les utilisateurs ".

## **Chapitre 04 :**

# **Les réseaux sociaux dans les pratiques associatives.**

## Chapitre 04 : Les réseaux sociaux dans les pratiques associatives.

### 1. Définition des réseaux sociaux numériques :

Les réseaux sociaux selon John. A. Barnes peut se définir comme étant : L'ensemble d'identités Sociales des individus, des groupes d'individus ou des organisations reliées entre elles par des liens générés lors d'interaction Sociales. Dans le même ordre d'idée, (Antoine Dupin 2010:14) pense qu'un réseau social renvoie à : " L'ensemble des plates-formes en ligne créant une interaction social entre différents utilisateurs auteurs de contenus numérique (photos, textes, vidéos) et selon divers degrés d'affinités.

### 2. Développement des réseaux sociaux :

Avec le développement des moyens de communication l'homme a pu faciliter la communication et les échanges entre les individus. L'invention du téléphone par Graham Bell en 1867 en première, et suite à l'invention de l'ordinateur entre les années 1960/1990. En 1989 c'est la naissance d'internet ainsi que les différents sites, ce qui a facilité la circulation des informations. Plus tard à la fin des années 1990 et au début des années 2000. L'un des premiers réseaux sociaux reconnus est SIX DEGRESS, lancé en 1997 par ANDREW WEINRECH, permettant aux utilisateurs de créer des profils, de dresser des listes. Cependant que le réseau sociaux a vraiment commencé à se populariser avec l'apparition de sites comme Friendster en 2002, Myspace en 2003 et surtout Facebook en 2004, qui ont profondément transformé la manière dont les gens interagissent en ligne.

### 3. Évolution historique :

L'évolution historique des réseaux sociaux peut être divisée en plusieurs phases clés qui montrent comment ces plateformes ont évolué au fil du temps.

- **Les débuts d'années 1990 – 2000 :**

En **1997, Six Degrees** Considéré comme le premier réseau social, il permettait aux utilisateurs de créer des profils et de lister leurs amis. Cependant, il manquait de fonctionnalités interactives et a été fermé en 2001.

En **1999, Live Journal** Un site de blogs qui a permis aux utilisateurs de suivre les blogs de leurs amis, introduisant ainsi le concept de flux d'activité sociale.

- **L'expansion 2002 – 2006 :**

En **2002**, **Friendster** permis aux utilisateurs de se connecter avec des amis et des amis d'amis, mais il a rapidement décliné en raison de problèmes techniques et de concurrence.

En **2003**, **MySpace** dominé les réseaux sociaux pendant plusieurs années, offrant des profils personnalisables, des blogs, et la possibilité de partager de la musique.

En **2004**, **Facebook** initialement destiné aux étudiants de Harvard, Facebook s'est rapidement étendu à d'autres universités puis au grand public, devenant l'un des plus grands réseaux sociaux au monde.

- **La diversification 2006 – 2010 :**

En **2006**, **Twitter** Avec ses messages courts limités à 140 caractères (maintenant 280), Twitter a introduit le concept de microblogging et est devenu un outil puissant pour les nouvelles en temps réel.

En **2007**, **Tumblr** plateforme de microblogging permettait de partager des textes, des images, des vidéos et des liens, combinant les fonctionnalités de blogs et de réseaux sociaux.

En **2010**, **Instagram** un réseau social axé sur le partage de photos et de vidéos, qui a rapidement gagné en popularité grâce à ses filtres photos et son interface simple.

- **La maturité et la spécialisation 2010 – présent :**

En **2011**, **Snapchat** introduit le concept des messages éphémères et de Stories, offrant une nouvelle façon de partager des moments en temps réel.

En **2016**, **TikTok** Appelé initialement Musical.ly, TikTok a popularisé les courtes vidéos musicales et les défis viraux, devenant extrêmement populaire auprès des jeunes générations.

En **2003**, **linkedin** Réseaux sociaux professionnels, a continué d'croître, devenant le principal réseau social professionnel.

**En 2009, Whatsapp** messageries instantanées et plateformes de communication WhatsAppen (2009), Messenger en (2011) et WeChaten (2011) sont devenus des outils essentiels pour la communication personnelle et professionnelle.

#### **4. Fonction des réseaux sociaux :**

Les pages carrés sur ces réseaux sont des vitrines virtuelles où chacun à la possibilité de parler de soi et de son activité, le principe étant premièrement de se représenter, deuxièmement de partager. On y offre une identité visible ou un masquée, en déclinant sont profil avec une photo ou un AVATEUR. Cette représentation s'effectue par la mise en ligne de données plus ou moins personnelle : l'identité, les goûts, les amis, les opinions, des contenus numériques Les finalités de la représentation sont variées : recherche de partenaires, d'amis, de visibilité, d'employeur, de clients, partage d'un plusieurs centre d'intérêt.

Afin de pouvoir échanger et partager, les réseaux sociaux offrent une fonction de messagerie et de forum de discussion. Il est possible de rechercher des membres, des thèmes précis et de créer des listes de contacts, ces réseaux offrent également la possibilité de mettre en ligne des photos, musiques, ou vidéos, des jeux afin de pouvoir exposer et partager ces derniers. Compte de tenu de leur caractère d'interactivité et d'immédiateté, ils permettent de connaître l'actualité des membres de son réseau et de réagir par rapport à cette dernière. Ils tissent des liens jusque-là distendus et se posent ainsi comme un outil de remailage des relations humaines.

##### **➤ Au niveau professionnel :**

Les fonctionnalités de ces réseaux sont multiples : ils permettent, entre autres d'augmenter sa visibilité, de trouver des informations, de lancer et gérer des événements... Ces réseaux sociaux peuvent être associatifs, corporatifs, professionnels, politique ou économique. Ils évoluent en fonction des membres qui les constituent.

#### **5. Les caractéristiques des réseaux sociaux :**

Favoriser le B2B ou le B2C, viser une audience féminine ou des influencer, cibler les jeunes... tous les réseaux n'offrent pas la même caractéristique et ne captent pas la même audience. Voyons se qui ce trouve sur chaque réseau.

##### **5.1 Facebook :**

Facebook, le réseau créé par Mark Zuckerberg en 2004, était d'abord réservé aux étudiants de son université, Harvard, avant d'être accessibles à d'autres universités, puis à tout le monde à partir de septembre 2006. Depuis, le réseau leader à fait son chemin. Incontournable, un réseau populaire il regroupe une cible large et active, il à la possibilité de créer une page professionnelle est une évolution fondamentale de la politique Facebook, qui a ses débuts ne faisait pas de distinction entre un privé et une entreprise. En effet, depuis 2009, il est possible pour les entreprises et les organisations où les célébrités de créer une page. Une page sur Facebook peut être suivie par un ou plusieurs administrateurs. Il leur est possible d'avoir accès à des statistiques qui leur seront très utiles pour communiquer auprès d'un public ciblé. Les utilisateurs peuvent " aimer " une page d'entreprise ou de marque et suivre le fil des actualités publiées sur celle-ci. L'accès à cette page par un utilisateur qui n'aimerait pas cette marque ou cette entreprise est aussi rendu possible.

Facebook devenu un outil de communication incontournable, permet aux structures de toutes tailles et dans tous les secteurs d'activités de bénéficier d'une multitude de possibilités pour promouvoir une marque, un produit ou un service. Il vise une audience féminine ou des influenceurs et il cible les jeunes... Tous les réseaux n'offrent pas les mêmes caractéristiques et ne captent pas la même audience. Voyons qui se trouve sur ce réseau :

Le réseau Facebook est le réseau généraliste qui regroupe le public le plus large et le plus hétéroclite. Le site réunit toutes les classes d'âges et toutes les catégories sociales de la population en faisant une base de données marketing unique.

Avec toutes les fonctionnalités, application mobiles et tous les outils pour mettre en avant une entreprise ou une marque, on peut presque considérer que le réseau Facebook est devenu un média social à lui tout seul. Ouvrir une page permet d'interagir directement avec les clients, prospects et communauté.

## **5.2 Twitter :**

Twitter est le réseau social qui à été créé en 2006, est catégorisé dans la section du Microblogging. Le réseau permettait de publier et de partager des contenus en 140 caractères maximum, mais depuis 2017, il est possible de publier jusqu'à 280 caractères. Cependant, la longueur d'un tweet idéal continue de tourner autour de 100 caractères.

Twitter offre la possibilité de relayer des faits d'actualité et d'interagir avec la communauté en échangeant des tweets. Un membre de la communauté Twitter peut s'abonner à des

comptes qu'il sélectionne en fonction de ses affinités ou de ses centres d'intérêt. De la même façon, d'autre utilisateur peuvent s'abonner à son compte, mais la réciprocité entre membres n'est pas systématique.

Depuis l'élection de Donald Trump, le monde entier connaît Twitter ! Le président américain a compris l'impact planétaire que pouvait provoquer un simple tweet en 280 caractères maximum. Le réseau permet de communiquer directement avec le monde entier, avec sa clientèle et ses followers. Twitter est le réseau idéal pour partager des informations en temps réel.

Avec le re-tweet et l'hashtag la transmission d'une simple information peut devenir virale et créer le buzz. Twitter est employé par certaines structures pour gérer la relation client : Service après-vente, question et réponse, plaintes. Le réseau microblogging regroupe beaucoup influencer de blogueurs.

### **5.3 Instagram :**

Fondé par KEVIN SYSTROM et MICHEL MIKE KRIEGER, Instagram est née en octobre 2010. Le réseau comptait 1 millions d'utilisateurs en décembre de la même année, 100 millions en 2012, année où le réseau est acheté par Facebook pour 1 milliards de dollars. Début 2019, le réseau compte un peu plus de 1 milliards d'utilisateurs. En 2018, Instagram comptait en France C'est le réseau qui monte auprès des utilisateurs et des communautés managers. Le réseau est dédié à la photographie, au partage de photos et vidéos, surtout prises à partir de Smartphone. Le réseau est plutôt populaire auprès des jeunes, mais grâce à sa force croissance, il concerne maintenant toutes les classes d'âge. Les membres de la plateforme sont des utilisateurs assidus qui y reviennent fréquemment.

### **5.4 YouTube :**

Créé en 2005 par STEVE CHEN, CHAD HUDLY et JAWED KARIM, trois anciens employés de PayPal, ce dernier a été racheté par Google en 2006 pour 1.65 milliard de dollars. Le site d'hébergement de vidéo permet à ses utilisateurs d'envoyer, de regarder, de partager et de commenter des vidéos. YouTube un réseau plus populaire puisqu'il compte 1.9 milliard d'utilisateurs actifs.

### **5.5 Pinterest :**

Créé en 2010, il rassemble aujourd'hui 250 millions d'utilisateurs dans le monde. Comme son nom l'indique, " pin" signifiant épingle et "interest" " intérêt, il permet aux internautes de partager leurs passions en rassemblant des coups de cœur trouvés sur le Web. Ces coups de cœur présentés sous la forme de tableau virtuels sont classés en fonction de thématiques ou de centres d'intérêt. Il est ainsi possible de présenter des produits en épinglant des photos ou des images de son secteur d'activité et de proposer des liens vers des contenus intéressants. L'avantage de Pinterest est de pouvoir cibler facilement des groupes attirés par un thème, notamment dans les domaines de la restauration et de la gastronomie, des voyages et du tourisme, de la mode /beauté, de l'art et de la déco.

### **5.6 LinkedIn :**

LinkedIn s'est imposé comme le réseau social professionnel leader, avec 556 millions de comptes ouverts dans le monde dont 16 millions en France. Si la plateforme compte 46 millions d'étudiants et de jeunes diplômés, elle compte aussi 40 millions de décideurs et 61 millions de personnes influentes. Des utilisateurs qui présentent la particularité d'avoir des postes à responsabilité avec des revenus supérieurs à 50 000 dollars. C'est le réseau idéal pour publier des contenus d'expert qui valorisent des compétences ou des services. 92 % des spécialistes du marketing utilisent LinkedIn pour leur marketing digital.

## **6 Les avantages des réseaux sociaux :**

- ✓ La gratuité de la présence sur ces réseaux fréquentés par 3.3 milliards d'internautes.
- ✓ L'accès simplifié et rapide.
- ✓ L'évolution et l'introduction de nouvelles fonctionnalités toujours plus attractives et innovantes.
- ✓ La possibilité d'avoir un feed-back direct sur les produits et ou services proposés.
- ✓ Le rayonnement planétaire et le multilinguisme possible qui permet de partager du contenu avec le monde entier l'opportunité de toucher une cible commerciale élargie.
- ✓ Les outils d'analyse mis à la disposition des entreprises gratuitement.
- ✓ La possibilité de générer plus de visites sur le site internet de l'organisation.
- ✓ Les outils d'analyse mis à la disposition des organisations gratuitement.
- ✓ Fidéliser la clientèle où les communautés grâce à la proximité qu'offrent les réseaux.
- ✓ Créer un lien personnel avec les utilisateurs ou clients.

- ✓ Faire de la pub à un coût moins élevé que sur les médias traditionnels.

**Chapitre 05 :**  
**Usages des réseaux sociaux par les**  
**associations**

## **Chapitre 03 : Usages des réseaux sociaux par les associations**

### **1. L'importance des réseaux sociaux pour les associations :**

Les RSN ont transformé la manière dont les associations interagissent avec leur public, ils offrent une plateforme pour accroître leur visibilité. Ces derniers permettent de diffuser des informations sur des missions, les événements... etc.

La communication sur les réseaux sociaux est souvent plus immédiate et interactive que les canaux traditionnels, permettant aux associations de réagir rapidement.

### **2. Les principaux objectifs d'usage des réseaux sociaux par les associations :**

- Faire le point de l'utilisation de numérique. Parmi les moyens de développement des associations, pour mieux fonctionner, recruter de nouveaux adhérents et donateurs et favoriser l'engagement bénévoles, d'une part, et pour accélère la mobilisation citoyenne autour de leur action, d'autres parts.
- Mutualiser les bonnes pratiques et dégager les pistes de progression selon les différents secteurs associatifs, selon les différents objectifs de communication. Cerner également les éventuels friands et les limites au développement du numérique dans les associations.

### **3. Les pratiques et les activités :**

#### **➤ Création de contenu engageant :**

Les associations développent du contenu varié et attrayant, notamment des publications, des vidéos, des images et des infographies, pour attirer l'attention et susciter l'intérêt de leur public cible.

#### **➤ Interaction avec les membres et les followers :**

Les associations encouragent l'interaction en répondant aux commentaires, en posant des questions, en organisant des concours et en encourageant le partage de contenu généré par les utilisateurs.

➤ **Mise en place de campagnes spécifiques :**

Les associations lancent des campagnes thématiques sur les réseaux sociaux pour sensibiliser à une cause particulière, collecter des fonds ou mobiliser les gens autour d'une action spécifique.

➤ **Création de partenariats :**

Les associations collaborent avec d'autres organisations, influenceur ou célébrités sur les réseaux sociaux pour élargir leur portée et toucher de nouveaux publics.

➤ **Mesure et analyse des performances :**

Les associations surveillent les performances de leurs activités sur les réseaux sociaux à l'aide d'outils d'analyse afin d'évaluer l'efficacité de leur stratégie et d'apporter des ajustements si nécessaires.

➤ **Formation et sensibilisation :**

Les associations fournissent souvent une formation et des ressources pour aider leurs membres à utiliser efficacement les réseaux sociaux dans le cadre de leurs activités, tout en sensibilisant aux enjeux liés à la confidentialité et à la sécurité en ligne.

**4. Les outils et les techniques des réseaux sociaux des associations :**

Les associations utilisent une variété d'outils et de techniques sur les réseaux sociaux pour atteindre leurs objectifs de communication, de sensibilisation et de mobilisation.

**a). Plateformes de réseaux sociaux :**

- Facebook : De crée des Pages, des groupes de discussion.
- Twitter : Tweets, retweets, hashtags.
- Instagram : Partager des publications, poster des stories, réels.
- LinkedIn : Pages d'entreprise, publications, articles.
- YouTube : De créer des chaînes, faire des vidéos.
- TikTok : Partager des Vidéos courtes, défis, hashtags.
- WhatsApp et Télégramme.

Pour créer des groupes de discussion, diffusions des publications

# Cadre pratique



**Chapitre 06 :**  
**L'analyse et l'interprétation des**  
**données**

### Chapitre 06 : L'analyse et l'interprétation des données

#### Section 01 : Présentation d'organisme d'accueil

##### 1. Présentation du terrain d'étude :

L'association pour la sensibilisation, intégration, Et développement SID AKBOU, est un organisme qui offre des différents services et activités afin de contribuer au bien-être, et favoriser l'estime de soi et répondre aux besoins de ses personnes et leurs familles.

L'association SID AKBOU (sensibilisation, intégration, développement) est une association à caractère socioculturel. Elle plaide pour une approche différente de handicap, la promotion des droits des personnes handicapées et leur autonomisation. En œuvrant pour faire sortir la personne handicapée de l'assistant, les membres de l'association ont misé toutes compétences et aptitudes afin de mener à terme la politique d'intégration et d'inclusion devise d'approche.

##### 2. Les devises de l'association :

La sensibilisation, l'intégration et le développement sont les trois clés d'une sortie progressive de l'assistant accablante puis une implication effective et conciliante. En effet, la motivation majeure l'association est la participation sociale et effective des personnes handicapées en un mot : sortir de l'assistantat.

##### 3. Les activités de l'association :

- Handi-Scool
- Alphabétisation
- Remise à niveau
- Accompagnement scolaire
- Formation & Ateliers
- Couture & Macramé
- Communication
- Recyclage

L'association SID D' AKBOU pour la sensibilisation et l'intégration et le développement, elle à crée un volet pédagogique sous le nom (HANDISCHOOL), afin d'accompagner et donner une chance aux élèves qui ont quittées le milieu scolaire est de continuer leurs parcours. Elle offre des cours de soutien dans différents matières tel : Arabe, Français, Math, Physique, Histoire Géo pour les niveaux (CEM, lycée). L'association offre des cours d'alphabétisation

en arabe et en français conduisant à l'acquisition de la lecture, de l'écriture et aussi de calcul pour les personnes en situation de handicap.

Elle possède un suivi psychologique et suivie orthophoniste

#### **4. Le suivi psychologique :**

La psychologie est l'étude approfondie des personnes qui ont trouble psychique, c'est l'éclairage fondamental à la compréhension et le traitement des personnes. Alors le rôle de psychologue c'est d'accompagner les personnes ayant besoin en les aidant à dépasser leurs difficultés tel que : manque de confiance en soi, difficultés de gérer les problèmes troubles psychique, trouble d'apprentissage, autisme, phobies sociale.

Ces troubles peuvent être innés, acquis ou bien leurs apparition est lié à l'entourage : La famille, les conditions de vie, l'abandon un choc. Ce suivi psychologique aide ces personnes avec des techniques et des méthodes qui sont en premier lieu, l'entretiens et l'observation puis les outils (testes, échelles, jeux) les thérapies comme la thérapie systémique, thérapies cognitive, comportementale et la psychologie positive.

#### **5. Le suivi orthophoniste :**

L'orthophonie prévient et traite les troubles de la voix, la parole et langage chez les enfants et les adultes. L'orthophoniste de cette association apporte un soutien et soins à des personnes en situation de handicap qui ont des difficultés avec le langage, l'audition, la mémoire et l'oralité.

#### **6. Les aides de l'association :**

L'association SID AKBOU distribue des aides à cette catégorie de personne comme :

- ✓ Les distributions du matériel orthopédique.
- ✓ Des chaises roulent et des béquille.
- ✓ des couches de différents âges.

**4. La présentation des résultats :****Axe 01 : Les données personnelles****Tableau N°01 :**

Les caractéristiques des enquêtés selon le genre.

<b>Genre</b>	<b>Effectifs</b>
Femme	02
Homme	04
<b>Total</b>	<b>06</b>

Après l'analyse de ce tableau, nous remarquons que les membres de notre étude correspondent aux genres masculine (04enquêtes)et 03 de genre féminin. Donc le genre masculin détient la première place.

**Tableau N°02 :**

La répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge.

<b>L'âge</b>	<b>Effectifs</b>
(23 ans et 26 ans)	01
(26 ans et 30 ans)	02
(30 ans et 34 ans)	03
<b>Total</b>	<b>06</b>

Nos interviewés se répartissent selon trois tranches d'âge, les données de ce tableau montrent que la majorité des interviewés sont situés dans la catégorie d'âge de (30 ans et34 ans), tandis que la catégorie de (23 ans et 26 ans) enregistre 01 effectifs, suivie de la catégorie d'âge (26 ans et 30 ans) qui enregistre aussi 02 enquêtés.

Par rapport aux classes ci dessous, on distingue que la majorité des interviewés sont de catégorie d'âge (30 ans - 34 ans). Cela explique par le fait qu'ils font partie de la catégorie active, en particulière par ce qu'ils ont de l'expérience de travail, de la maturité, et des connaissances en matière de communication avec autrui.

**Tableau N°03 :**

Les caractéristiques des enquêtés selon la catégorie professionnelle (fonction).

<b>Catégorie professionnelles</b>	<b>Effectifs</b>
Présidents	01
Secrétaires générale	01

La suivie psychologique	01
Formatrice de brai	01
Vice- adjoints	01
Animateur	01
<b>Total</b>	<b>06</b>

L'analyse et l'interprétation des données de ce tableau nous montrons où démontrer un aspect assez hétérogène des sujets d'interviews, des postes de responsabilités qu'ils occupent au sein des associations sélectionnés. Cela Suggèrerait une diversité de profils sensés constituer un à tout et une complémentarité dans la place de l'action de communication.

#### **Tableau N°04 :**

Les caractéristiques des enquêtés selon le niveau d'instruction.

<b>Niveau d'instruction</b>	<b>Effectifs</b>
Primaire	0
Moyen	01
Secondaire	01
Universitaire	04

Ce tableau détermine le niveau d'instruction de notre effectif. On observe que la totalité des enquêtés ont un niveau universitaire, ce dernier explique la nature des taches réalisées au sein de l'association

#### **2. Discussion de guide d'entretien :**

L'entretien effectué au sein de cette association est composé de 16 questions posées aux 6 (six) membre de l'assotions SID AKBOU.

Les tableaux ci-dessous sont des tableaux descriptifs des entretiens effectués, reparties en cinq (05) axes qui sont 2, 3,4 du guide d'entretiens.

**Axe02 : la connaissance et l'utilisation des TIC et RSN.**

**Tableaux N°05 :**

Question (01) : Que signifie pour vous les TIC numérique ?

<b>Enquêtés</b>	<b>Extrait</b>
<b>Enquêté 01</b>	C'est les différentes plateformes et supports numérique qui facilite tout type d'échange et de la communication entre les personnes physique et moral.
<b>Enquêté 02</b>	La technologie numérique, englobe les différents moyens qui facilitent le partage entre les différents individus.
<b>Enquêté 03</b>	Un ensemble des dispositifs d'outils qui permettent aux utilisateurs de crée, recueillir ou traiter des donnés.
<b>Enquêté 04</b>	C'est des différents moyens est système qui utilisent des signaux numérique pour traité et transmettre des informations.
<b>Enquêté 05</b>	Les technologies numérique fait référence à l'utilisation d'un système et de dispositif électronique.
<b>Enquêté 06</b>	Les technologies numériques font référence à l'utilisation de l'information pour collecter, traiter, transmettre et présenter des informations au bien des données de manière numérique.

**Tableaux N° 06 :**

Question (02) : Quel sont les formations spécifique concernant TIC ?

<b>Enquêtés</b>	<b>Extraits</b>
<b>Enquêté 01</b>	Concernant la formation des TIC, oui j'ai déjà fait une formation en ligne 100% pratique sur l'utilisation des ses RSN.
<b>Enquêté 02</b>	Oui, évidemment j'ai des connaissances et des compétences dans ce domaine des TIC.
<b>Enquêté 03</b>	No, malheureusement, je n'ai pas fait une formation concernant ces N.T.I.C
<b>Enquêté 04</b>	Concernant les technologies d'information, j'ai obtenu un diplôme Master 02 en informatique.
<b>Enquêté 05</b>	J'ai eu de chance de faire une formation sur l'utilisation des nouvelles technologies, j'ai même fait des cours en ligne sur des plateformes comme coursera et udemy.
<b>Enquêté 06</b>	Oui, c'est évident d'avoir une formation dans ce travail en particulier, j'ai participé à des ateliers et des boots campus, ces formation m'ont permis d'acquérir des compétences solide et rester à jour avec les derniers tendances du secteur.

**Axe 3 : L'utilisation des RSN.****Tableaux N° 07 :**

Question (03) : Quel sont les type des RSN que vous utilisez ?

Enquêtés	Extraits
<b>Enquêté 01</b>	Les outils numérique que nous utilisent : <b>Facebook</b> : Est un RSN populaire, la majorité des personnes l'utilise. <b>Linkdn</b> : Est un réseau social professionnel on l'utilise dans le monde de travail.
<b>Enquêté 02</b>	Les outils numérique que nous utilisant : <b>Instagram</b> : Parce que c'est le réseau de notre génération principalement pour rester en contact avec les amis, la famille ainsi de suivre l'actualité. <b>Tiktok</b> : Ce réseau me permet de partager des vidéos et de regarder l'actualité, au même temps c'est le réseau le plus facile à utiliser pour le divertissement. <b>Snapchat</b> : C'est juste pour faire des photos et regarder les différents story.
<b>Enquêté 03</b>	<b>Facebook</b> : Pour rester en contact avec les amis et la famille. <b>Viber</b> : Pour suivre l'actualité et les tendances. <b>Telegram</b> : Pour regarder des séries.
<b>Enquêté 04</b>	<b>Facebook</b> : Pour rester en contact avec ma famille. <b>You tube</b> : Pour regarder des vidéos. <b>Twitter</b> : Pour l'actualité et les débats.
<b>Enquêté 05</b>	<b>Facebook</b> : Le réseau le plus facile à, l'utiliser il nous permet de partager, créer et réagir. <b>Snapchat</b> : Pour partager des story et des real avec mes amis
<b>Enquêté06</b>	<b>Facebook</b> : Pour voir l'actualité. <b>Linkdin</b> : Uniquement pour les offres d'emplois. <b>Whats App</b> : Pour contacter, les amies il aussi plus sécurisé et professionnel.

**Tableau N°08**

Question (04) : Quel est l'objectif de l'utilisation des RSN ?

Enquêtés	Extrait
<b>Enquêté01</b>	C'est réseaux ont les utilisent pour la communication tout d'abord, c'est pour communiquer avec, les amis proche, la famille et pour les moteur de recherche comme Google.
<b>Enquêté 02</b>	A traves ses RSN, la communication est plus rapide et fluide, ils nous permettent le partage des informations, et divertissement et consommation de contenu.
<b>Enquêté 03</b>	C'est RSN on les utilise uniquement pour le partage et l'interaction.
<b>Enquêté 04</b>	C'est RSN me serve uniquement pour le partage d'information et la communication avec autrui, et changer des idées.
<b>Enquêté 05</b>	On utilise ces RSN pour des fins professionnelles uniquement pour le travail, aussi les articles sur les événements sociaux.
<b>Enquêté 06</b>	RSN sont des outils indispensables dans notre vie, que ce soit personnel ou bien professionnelle. Elle permet l'apprentissage et le développement personnel, que ce soit les cours en ligne ou bien les formations.

**Tableau N° 09:**

Question (05) : Quel est la fréquence de l'utilisation de ces RSN ?

Enquêtés	Extrait
<b>Enquêté 01</b>	La fréquence et la durée de l'utilisation de ces RSN, environ 2 heure par jour principalement sur Facebook et Linkdin.
<b>Enquêté 02</b>	Une fois par jour, principalement sur tiktok, Instagram et Youtube.
<b>Enquêté 03</b>	5 heures par jour, surtout sur Facebook et Télégramme et bien sur Viber pour les appels.
<b>Enquêté 04</b>	3 h par jour, principalement sur Facebook, Youtub, Instagram.
<b>Enquêté 05</b>	Toute la journée branchée sur facebook et Smartphone, je suis toujours connecter.
<b>Enquêté 06</b>	La fréquence et la durée de l'utilisateur de ses RSN, c'est uniquement le soir après avoir terminé le travail et des fois rarement, peut être une fois par semaine.

**Tableau N °10 :**

Question (06) : Avez-vous rencontré des difficultés ou des problèmes en utilisant ces plateformes ?

Enquêtés	Extrait
<b>Enquêté 01</b>	Concernant les difficultés de ses RSN c'est non, on n'a jamais rencontrés des problèmes.
<b>Enquêté 02</b>	Non, on n'a aucunes difficultés concernant l'utilisation de ces plateformes.
<b>Enquêté 03</b>	J'ai été victime de cyber harcèlement.
<b>Enquêté 04</b>	Je tombe souvent sur des fake news et de la désinformation.
<b>Enquêté 05</b>	La négativité et les commentaires toxiques sont un vrai problème.
<b>Enquêté 06</b>	Je trouve que c'est des moyens très facile à les utiliser.

**Axe 4 : L'usage des RSN par L'association.****Tableaux N°11 :**

Question (07) : Quel sont les RSN les plus pertinents que vous mettez en avant afin de sensibiliser cette catégorie des personnes ?

Enquêtés	Extrait
<b>Enquêté 01</b>	<b>Facebook</b> : Depuis la création de cette association, c'est le réseau facebook qui est le plus pertinents pour sensibiliser ces personnes.
<b>Enquêté 02</b>	<b>facebook</b> : C'est l'un des réseaux sociaux les plus utilisés, idéal pour créer des groupes de soutien et partager des événements, et les informations pertinentes. <b>Instagram</b> : C'est un réseau qui a été créé récemment par l'association afin

	de sensibiliser ces personnes partager les activités.
<b>Enquêté 03</b>	<b>Facebook</b> : Un outil très efficace pour sensibiliser ses personne grâce aux diverses fonctionnalités qu'elle offre, de partager par exemple des articles informative, des vidéos pour éduquer le public.
<b>Enquêté 04</b>	<b>Facebook</b> : Ressource et conseil, fournir des liens vers des ressource des guide pratique et des conseils.
<b>Enquêté 05</b>	<b>Facebook</b> : Partager des histoires personnelles et des témoignages qui mettent en lumière les expériences des personnes a besoins spécifique, ce qui peut aider à humaniser leurs défis et les susciter.
<b>Enquêté 06</b>	<b>Facebook</b> : Compagne de sensibilisation pour attirer l'attention sur les problèmes spécifique aux quel ses personnes sont confrontées ont utilisé les vidéos, challenges.

**Tableaux N°12 :**

Question (08) : Quel est l'objectif de l'utilisation de ses RSN par votre association ?

<b>Enquêtés</b>	<b>Extrait</b>
<b>Enquêté 01</b>	<b>Accessibilité physique</b> : Les espaces internes doivent permettre une circulation facile, avec des couloirs larges, des ascenseurs et des espaces de man ouvrent pour les personnes en fauteuil roulant. Des portes automatiques ou faciles à ouvrir pour ces personnes.
<b>Enquêté 02</b>	<b>Panneaux de signification</b> : Pour être plus visible est indiquer les différents espaces, avec des versions en braille ou en gros caractère.
<b>Enquêté 03</b>	<b>Informé le public</b> : Sur les réalités et l'actualité nouveaux, et les différente activités et projet d'association.
<b>Enquêté 04</b>	<b>Plaidoyer et défense des droits</b> : Utiliser les RSN comme plateforme pour défendre les droits des personnes handicapées.
<b>Enquêté 05</b>	<b>Visibilité et partenariats</b> : Accroître la visibilité de l'association pour attirer des partenaires potentiels, des sponsors et des bénévoles.
<b>Enquête 06</b>	<b>Soutenir et entraide communautaire</b> : Créer un espace ou les membres peuvent échanger des conseils, des expériences et se soutenir mutuellement.

**Tableaux N° 13:**

Question (13) : Quel genre de publication que vous publiée sur votre plateforme ?

<b>Enquêtés</b>	<b>Extrait</b>
<b>Enquêté 01</b>	<b>Histoire inspirants</b> : On partage des histoires réussite des membres de l'association, montrant leurs accomplissement et défis surmontés. <b>Suivi psychologique</b> : On partager des publications sur le suivi psychologique de l'association pour que celui qui sais pas encore quel existe c'est locations de venir.
<b>Enquêté 02</b>	<b>Evénements et activités</b> : Annoncer des événements à venir, tel que des ateliers, des conférences, des rassemblements ou des compagnes de sensibilisation.
<b>Enquêté 03</b>	<b>Information et ressources</b> : Publiez des articles, des vidéos ou des infographiques informatives sur les droits des personnes handicapées, les

---

---

	nouvelles technologies d'assistance ou des conseils pour améliorer l'accessibilité.
<b>Enquête 04</b>	<b>Appels à l'action</b> : Encourager les gens à s'impliquer que ce soit faisant du bénévolat , en participant à de collecte de fonds ou en soutenant des pétitions par des cause liées au handicapé.
<b>Enquête 05</b>	<b>Reversements et reconnaissance</b> : Remerciez publiquement les donateurs, les partenaires et les bénévoles pour leur soutiens.
<b>Enquête 06</b>	<b>Mises à jour annonce importantes</b> : Informer la communauté sur les nouvelles et c'est importants concernant l'association telles que l'ouverture de nouveaux centre, des chargent.

**Tableau N° 14:**

Question N° (10) : Quel sont les actions que vous mettez en place à travers ses réseaux sociaux numérique ?

Enquêtes	Extrait
<b>Enquêté 01</b>	<b>Sensibiliser et éduquer</b> : Création et diffusion de campagne pour sensibiliser le public aux différents formes de handicap et aux enjeux liés à l'accessibilité. <b>Partager des contenu éducatif</b> : Partager des publications, des articles, vidéo d'infographie et de témoignage pour éduquer le public sur les réalités et les défis de ses personnes.
<b>Enquêté 02</b>	<b>Sensibiliser</b> : Partager des histoires inspiration, des faits et des statistique sur les défis aux quel sont confrontées les personnes à besoins spécifique.
<b>Enquêté 03</b>	Partager des réel direct sur la page Facebook, là ou on va parler des droits de ses personnes.
<b>Enquêté 04</b>	<b>Création de contenu inclusif et accessible</b> : Nous veuillons a ce que notre contenu soit compréhensible et utilisable par tous, on utilise des formes adoptés tel que les sous-titre, des descriptions parles personnes malvoyantes ... etc.
<b>Enquêté 05</b>	<b>Organisation d'événements en ligne</b> : Nous organisons des évènements en ligne, tel que des webinaires au des discussions en direct, pour créer des espaces de dialogue et de partager des expériences.
<b>Enquêté 06</b>	Faire des comptes rendu, à chaque fois l'association organise un événement ou bien elle fait une activité, à la fin doit avoir un compte rendu la on va résumer tout les actions qu'elles ont fait durant cette évènements ou bien activités.

#### **Axe 5 La communication numérique à travers les RSN et la question de sensibilisation.**

**Tableau N°15 :**

Question N° (11) :

Quel sont les principaux objectifs de votre association en matière de sensibilisation ?

Enquêtés	Extrait
<b>Enquêté 01</b>	<b>Information</b> : Objectif premier de l'association SID, c'est divulguer l'information ou bon sens par exemple : pour renouveler la carte d'handicape y'a des personnes qui savent pas alors ils vont publier sur la page et comme sa tout le monde va être au courant.
<b>Enquêté 02</b>	<b>Information</b> : Informer le public sur la nouveauté par exemple : y 'a des personnes qui donne des aides à l'association, alors ils vont afficher sur la page le don et les personne vont bénéficier de ce don.
<b>Enquêté 03</b>	<b>Changer les perceptions et l'attitude</b> : Lutter contre les stéréotypes et les préjugés concernant les personnes handicapés on éduquant le public sur la réalité du handicap, et on met en avant les capacités et les contributions des personnes handicapées.
<b>Enquêté 04</b>	<b>Informé sur les droits</b> : Sensibiliser ses personnes, leur famille et le grand

---

---

	public sur les droits de ses personnes notamment en matière de travail , d'éducation , de santé et de participer civique.
<b>Enquête 05</b>	<b>Encourager la solidarité et soutien :</b> En encouragent les initiatives locale et on promouvant le bénévolat.
<b>Enquête 06</b>	<b>Influencer les politique publique :</b> Sensibiliser les décideurs politique et les institutions aux besoins et aux droit des personnes positivement les politiques publiques et la législation.

**Tableaux N°16 :**

Question (12) : Comment votre association utilise-t-elle les outils numérique pour communiquer avec le large public ?

Enquêtés	Extrait
Enquêté 01	<b>La communication interne d'association :</b> On commence d'abord avec le public interne de l'association en utilisant la communication direct. En suite, on publie sur la page facebook des contenus des activités au publique externe.
Enquêté 02	Pour mieux communiquer avec un large public, il est important que notre communication soit efficace, on publie sur la page facebook de l'association des différentes actions qu'on fait pour que le public externe la voix, on crée des groupes de discussions.
Enquêté 03	Lorsque il s'agit des informations très importants, on publie sur des autres pages qui sont plus connu et qui ont un grand nombre d'interaction.
Enquêté 04	Lorsque l'action est très importante, on fait appelés aux médias comme la Radio, la Télévisions comme sa en assure la visibilité.
Enquêté 05	La page facebook reste l'outil important pour communiquer avec un large public, elle nous permet de partager des contenu, publier de différent action.
Enquêté 06	<b>Blog :</b> publier régulièrement des articles sur les activités de l'association, des témoignages des informations sur les droit des personnes en situation d'handicape et des conseils pratique.

**Tableaux N°17 :**

Question (13) : Quelle sont les principaux activités ou bien les compagnes que votre association organise pour sensibiliser ces personnes ?

Enquêtés	Extrait
Enquête 01	<b>Atelier de sensibilisation et de formation :</b> Nous organisons des ateliers pour informer le publique sur les différents types de besoins spécifique, et les meilleures pratique pour les soutenir, ces ateliers incluent souvent des témoignages de personnes concerné.
Enquêté 02	<b>Journées de sensibilisation :</b> Nous planifions des journées dédiées à la sensibilisation, comme le 03 décembre la journée internationale des personnes handicapés.
Enquêté 03	<b>Activités loisir inclusif :</b> Nous organisons des activités sportives, culturelles et créative accessible à tous, afin de promouvoir l'inclusion et de démontrer que les personnes ayant des besoins spécifique peuvent participer pleinement à la vie social.
Enquêté 04	<b>Compagnes de communication :</b> Lancer régulièrement des compagnes sur les réseaux sociaux, par exemples : faire des affiches pour sensibiliser le grand public et promouvoir l'inclusion.
Enquêté 05	<b>Partenariats avec les écoles :</b> Nous travaillons avec les écoles pour promouvoir l'inclusion des plus jeunes âges.
Enquêté 06	<b>les cours de braille :</b> C'est pour éduquer les personnes mal voilant, et les apprendre la touche. Les fêtes de début et fin d'années pour encourager ses personnes et faire appels aussi aux personnes qui ne connait pas encore cette association.

**Tableaux N°18 :**

Question (14) : Comment gérez-vous les commentaires ou les réactions négatif sur les RSN ?

Enquêtés	Extrait
<b>Enquêté 01</b>	<b>Répondre rapidement</b> : Lorsque y'a des inters actions négatifs, on essayant de répondre rapidement et on montre que nous sommes attentifs.
<b>Enquêté 02</b>	<b>Rester professionnel et courtois</b> : Même si le commentaire est agressif ou injuste, faut garder le silence. Généralement y'a pas des commentaires négatifs sur nos actions, juste si il y'a un malentendu.
<b>Enquêté 03</b>	<b>Adresser le problème</b> : La si la critique est justifiées on reconnut l'erreur et proposez une solution.
<b>Enquêté 04</b>	<b>Rediriger la conversation en privé</b> : Si le problème nécessite une discussion approfondie, nous invitons la personne à continuer la conversation par message privé.
<b>Enquêté 05</b>	<b>Eduquer audience</b> : Parfois expliquer votre point de vue ou donner des informations supplémentaires peut aider à abaisser les tensions.
<b>Enquêté 06</b>	Dans la majorité du temps, tous les commentaires sont positifs avec l'encouragement et remerciements.

**Tableaux N ° 19 :**

Question (15) : Comment assurez-vous que votre communication numérique et accessible à tous y compris a cette catégorie de personne ?

Enquêtés	Extrait
<b>Enquêté 01</b>	Utiliser un langage simple et facile pour que l'information soit compréhensible
<b>Enquêté 02</b>	Les formats alternative : de fournir des informations dans divers format tels que texte, vidéos, vocaux, sous-titre.
<b>Enquêté 03</b>	Compatibilité avec les outils d'assistance.
<b>Enquêté 04</b>	tout d'abord on va parler avec un langage très facile pour la compréhension.
<b>Enquêté 05</b>	Il faut chaque publication qu'on publie en bas on va mettre des sous-titre aux personne qui comprennent pas le française.
<b>Enquêté 06</b>	La meilleure façon pour assurer l'accessibilité a la communication pour cette catégorie c'est de faire des vocaux.

**Tableaux N° 20 :**

Question (16) : Quel sont vos future projets pour sensibiliser cette catégorie de personne sur les RSN ?

<b>Enquêtés</b>	<b>Extrait</b>
<b>Enquêté 01</b>	<b>Compagne de sensibilisation sur RSN :</b> Lancer des campagnes ciblées sur les plateformes telles que : Twitter, Facebook et Instagram. On utilisant des Hashetage pertinent pour attirer l'attention sur les différents types de besoins spécifique.
<b>Enquêté 02</b>	<b>Séries et vidéo éducative :</b> Créer des séries, des vidéos courte et informative mettent en avant des expertes, des personnes concernées et des témoignages pour sensibiliser le public aux défis et aux ressources disponibles pour répondre aux besoins spécifique.
<b>Enquêté 03</b>	<b>Partenariats avec des influenceurs :</b> En collaboration avec les infleunceurs et des créateurs de contenu populaires qui ont une audience engagée pour diffuser des messages de sensibilisation et l'inclusion à grand échelles.
<b>Enquêté 04</b>	<b>Challenges et concours :</b> Organiser des challenges et des concours encourageant les utilisateurs à créer du contenu original sur le thème de l'inclusion et des besoins spécifique, avec des prix pour les meilleures contributions.
<b>Enquêté 05</b>	<b>Publication d'article et d'information :</b> Créer et partager des contenus éducatifs sous forme d'articles, d'infographie et des messages visuel pour expliquer les différente besoin spécifique et promouvoir l'inclusion.
<b>Enquêté 06</b>	<b>Lancer des formations :</b> Par exemple, lancer des formations pour que cette catégorie de personne aille avoir un bagage et apprendre d'autre d'information.

**3. Analyse et interprétation des données :**

Préambule :

Les technologies de l'information numérique ont transformé le monde des associations, elles sont devenues des acteurs fondamentaux dans l'émergence des organisations. Ces moyens de communication contient d'accroître à l'effet de devenir plus facile et rapide à l'utilisation principales afin d'atteindre un large public.

**Axe 02 : La connaissance générale des TIC et RSN.**

Question 01 : Pouvez-vous nous dire que signifie pour vous les technologies numérique ?

Concernant cette question, les membres de l'association ont donnés de différentes définitions concernant les NTIC.

D'après le tableau N°05, on a constaté que les réponses sont pareilles, parce qu'ils ont tous des mêmes définitions concernant les Tic : c'est l'ensemble des outils technologique utilisé

pour créer, stocker, et échanger des informations avec les individus et faciliter la communication. Cela signifie que les NTIC ont devenu des outils indispensables au niveau des associations pour améliorer la communication avec leur membre et le grand public via les e-mails, RSN... ect.

Question 02 : Avez-vous reçu une formation spécifique concernant ces technologies numériques ?

À propos de cette question qui porte sur les formations en technologies y'a une diversité d'avis. L'ensemble des membres de l'association ont déjà fait des formations que ce soit en ligne ou bien presnetiel.

D'après le tableau N° 06 plus de 03 personnes ont déjà suivie des formations en technologies numériques, plus précisément en développement d'applications mobiles et analyser de données et big data, les logiciels d'application informatique. D'autres également ont suivie des cours en ligne sur des plateformes comme coursera et Udemy, d'autres côté y' à un qui a participé à des ateliers et des boots camps.

Ces formations permettent aux membres de l'association de mieux utiliser les outils numériques, Cela reflète au niveau de compétences qu'ils possèdent tout les membres de l'association en matière de réseaux sociaux ce qui peut faciliter la communication interne et externe, et ces formations reflètent aussi au niveau d'expérience qu'ils possèdent dans leur monde de travail.

Question N° 03 : Quel type de RSN que vous utilisez ?

Concernant le type utilisé par les membres de l'association c'était : Facebook, LinkedIn et Instagram. Cependant que Facebook est un réseau populaire la majorité des personnes l'utilise, il permet de rester en contact avec la famille et les proches et les amis, il nous permet le partage et la création des contenus et de suivre l'actualité.

Selon le tableau N°07, on constate que le réseau LinkedIn est souvent utilisé par les membres de l'association. Il est parfait pour eux d'échanger des idées et des opportunités, Et Instagram aussi qui est idéal pour une communication visuelle pour partager des événements et des réussites. Y' à aussi WhatsApp pour contacter direct les membres.

Cela veut dire que les membres de l'association utilisent de multiples réseaux sociaux pour communiquer que ce soit dans leur vie quotidienne au bien professionnel.

**Axe 03 : l'utilisation des RSN**

Question N°04 : Quel est l'objectif de l'utilisation de ces RSN ?

Concernant cette question, la majorité des réponses été pour la coordination et la facilitation de la communication entre les autres. À travers ces RSN la communication est plus rapide et fluide, elle nous permet de partager les informations rapidement.

On se refaire au tableau N° 08 l'objectif de ses RSN renvoie à des fin professionnelle, par exemple : LinkedIn c'est la plate-forme idéal pour établir et entretenir des relations professionnelle, de connecter avec collègues il permet de participer à des groupe opportunité de collaboration.

L'association Sid utilise les RSN pour informer le grand public sur ces activités, ses missions, ces compagnies de soutien qu'elle organise pour ces personnes, mais aussi les éduquer sur des sujets spécifiques et des connaissances. Et parmi aussi les objectifs de l'association en utilisant les RSN pour établir des liens avec les organisations et les partenaires.

Question N ° 05 : Quel est la fréquence de l'utilisation de ces RSN ?

Concernant la fréquence de l'utilisation de ces RSN, les enquêtés déclare qu'ils utilisent surtout la page Facebook plusieurs fois par jour, en particulier pour rester en contact avec les amis et suivre des nouvelles. Contrairement aux réseaux Instagram, populaire c'est pour la consommation de contenu visuel, avec de nombreux utilisateurs et partager des événements et des réussites. D'autres part y' à une catégorie qui utilise les RSN rarement des fois une fois par semaine (on se refaire tableau 09). Cela signifie que les réseaux sociaux numériques sont multiples et les membres de l'association l'utilise souvent, ils restent à jour sur des réseaux.

Question N°06 : Avez –vous rencontrez des difficultés ou des problèmes en utilisent ces plateformes ?

A propos de cette question on se refaire au tableau 10. La majorité des membres n'avait aucune difficulté concernant l'utilisation de ces plateformes numérique, vu qu'il ont déjà passé par des expériences. Ils ont fait des formations au paravent pour faciliter, le travail et y'en à même ceux qui ont obtenus des diplôme en informatique alors les tâche ont été facile. Il convient de ne pas oublier que les plateformes numérique ont une négativité y 'a des personnes qui ont été victime de cyber harcèlement, mais il reste pour la majorité un moyens très facile à les utiliser.

Comme ils ont déjà bénéficié des formations pratiques sur les NTIC, ils ne retrouvent pas des problèmes concernant l'utilisation de ces réseaux, Cela peut également signifie que l'association à réussi son adoptions technologique on intégrant les RSN dans ses pratiques.

#### **Axe 04 : l'usage des RSN par l'association**

Question N° 07: Quel sont les RSN les plus pertinent que vous mettez en avant afin de sensibiliser cette catégorie de personnes ?

Concernant cette question, toutes les enquêtés sont mis d'accord à des plateformes qui sont accessibles, et adapter au public cible. Selon tableau N° 11, la page Facebook à états depuis sa création en 2013 le réseau le plus pertinent et adéquate pour sensibiliser ses personnes, en créant des groupe de soutien et partagent des événements, des expériences, des ressources et de soutien mutuel on utilise les annonces ciblés pour atteindre cette catégorie de personnes, non seulement le partage mais aussi des vidéos pour éduquer le public. Ajoute à sa, le réseau Instagram qui à états créé récemment par les associations afin de sensibiliser ses personnes, on utilise des story et des postes visuels pour partager des témoignages, des informations et des conseils de manière attirant et engageante.

Alors le réseau Facebook détient la première place pour la sensibilisation de ces personnes parce que il est tellement facile à l'utiliser pour tous les personnes de différents catégories d'âge peu connecter et échanger il n'a pas de spécificités.

L'association utilise Facebook comme outil de ciblage il permet de segmenter l'audience en fonction de diverses critères, cela permet de cibler spécifiquement les personnes a besoin spécifiques. L'association utilise Facebook comme outil de ciblage il permet de segmenter l'audience en fonction de diverses critères, cela permet de cibler spécifiquement les personnes a besoin spécifiques. Il propose une variété d'outils de communication notamment des évènements en direct, des vidéos, publications.ces outils permettant à Sid de diversifier ses approches de sensibilisation et de rendre ses messages plus accessibles et attrayant. Le groupe Facebook permettant de créer des communautés en ligne où ces personnes peuvent se rassembler, partager leur expérience. Les compagnies de sensibilisation sur Facebook peuvent être relativement peu coûteuses par rapport à d'autres médias traditionnels, les fonctionnalités gratuites comme les pages et les groupes rendant Facebook accessibles même pour des associations avec un budget limité et c'est le cas de Sid.

Question N°08 : Quel est l'objectif de l'utilisation de ces RSN pour votre association ?

Selon le tableau N° 12, l'objectif de l'association en utilisant les RSN est souvent pour sensibiliser le public aux défis dans le quel font face ces personnes handicapées, et de promouvoir en premier temps l'inclusion et l'accessibilité, de les éduquer comme les autres humains et de concevoir des espaces faciles de main œuvre pour les personnes en fauteuil roulant.

Plaidoyer et défendre les droits, on utilise les RSN comme plateformes pour défendre les droits des personnes handicapées. Soutien et entraide communautaire en créant un espace où les membres peuvent échanger des conseils des expériences et se soutenir mutuellement. Donc le premier objectif de l'association c'est la sensibilisation de ces personnes sur les réseaux sociaux numériques on publie des actions des photos et vidéos.

Question N° 09 : Quel genre de publication que vous publiez sur votre plateforme ?

Ensemble des enquêtés ont répondu à cette question de la même manière, on se réfère au tableau N° 13, les histoires inspirantes détiennent la première place en fonction des publications qu'ils partagent. Par exemple, partager des histoires réussies comme succès story des membres de l'association, montrant leurs accomplissements et les défis surmontés.

Parmi aussi les publications qu'ils partagent, annoncer des événements à venir, tel que des ateliers, des conférences, des rassemblements ou des campagnes de sensibilisation tel que le 14 décembre la journée internationale des personnes handicapées le 03 mars journée nationale.

Informez et ressourcez, de publier des articles, de vidéos ou des infographies informatives sur les droits des personnes handicapées.

Informez le public sur le suivi psychologique de l'association de partager des photos ou bien d'écrire des textes quand il y a le suivi psychologique au niveau de l'association de ne pas rater la chance à venir.

Remerciement et reconnaissance : remerciez publiquement des donateurs, les partenaires et les bénévoles pour leur soutien.

Question N° 10 : Quel sont les actions que vous mettez en place a travers ces RSN ?

Concernant cette question, l'ensemble des enquêtés ont un même point de départ en se refaire au tableau N° (14).

Ensemble des réponses étai de sensibiliser et éduquer, partager des contenus éducatifs. Par exemple, des vidéos, des photos des publications pour éduquer le public.

Sensibiliser a travers le partage des expériences de ses personnes sous forme d'histoire on les partage comme réel sur la page Facebook. Organiser des événements en ligne tel que webinaires et des discussions en direct, pour créer des espaces de dialogue et de partage d'expérience. La création de contenu inclusive et accessible, nous veillons à ce que notre contenu soit compréhensible et utilisable par tous, on utilisant des formes adaptés tel que les sous-titres, des descriptions audience pour les personnes mal voyantes.

On se réfère aux trois publications analysés, l'association Sid dérive de multiples actions sur les réseaux sociaux que ce soit en éducation, social, santé...et.

#### **Axe05 : La communication numérique à travers les RSN et la question de sensibilisation**

Question N°11 : Quel sont les principaux objectifs de votre association en matières de sensibilisation ?

Selon l'ensemble des enquêtés de cette association, on se refaire au tableau N° (15), on constate que l'information c'est le premier objectif de l'association SID, c'est divulguer l'information dans le bon sens, et informer sur la nouveauté, par exemple : y a des gents qui donnent de l'aide à l'association, et cette dernière va afficher sur sa page facebook et comme sa ces personnes vont bénéficier.

Changer la perception et les attitudes, cela pour lutter contre les stéréotypes et les préjuger concernant les personnes handicapées, on éduque le public sur les réalités des handicapés, on en met en avant les capacités et les contributions des personnes handicapées.

Question N° 12 : Comment votre association utilise tels les outils numériques pour communiquer avec le large public ?

On constate que cette question la plupart des enquêté ont répondu que l'outil le plus efficace c'est d'abord la communication interne de l'association , c'est la circulation de l'information

entre les membres de l'association, on suite pour le large public on utilisent la communication externes, de publier sur la page Facebook de l'association les différents actions qu'elle fait, et lorsque il s'agit des informations de première heure on les publier sur des autres pages les plus connu et qui ont un grand public pour atteindre l'objectif.

On se refaire au tableau N° (16), les outils numérique les plus souvent utilisés c'est les RSN comme : Facebook et Instagram permettent aux associations de partager des informations, des campagnes des mises à jour en temps réel. Et quand il s'agit de l'action très importante, on fait appel au média comme la Radio, la Télévision comme sa on assure la visibilité de public. On constate que la page Facebook de l'association utilise le numérique par le partage des campagnes de sensibilisation des actions des histoires réussite pour sensibiliser ses personnes.

De ce fait l'association transmettre des connaissances et des informations sur des sujets spécifiques pour améliorer la compréhension générale, mais aussi de travailler pour l'égalité des droits de ces personnes.

Question N°13 : Quelles sont les principales activités ou bien les campagnes que votre association organise pour sensibiliser ces personnes ?

Selon tableau N° (17), les différentes activités qui ont été faite par l'association , par exemple : des ateliers de sensibilisation et de formations, ils organisant des ateliers pour informer le public sur les différents types de besoins spécifiques et les meilleures pratiques pour les soutenir, dans le même sens aussi les journées de sensibilisation comme la journée national des handicapés et la journées internationales des handicapées 13 décembre. Mais aussi les cours de braille, sont des programmes éducatifs conçus pour enseigner la lecture et l'écriture en braille. C'est un système de transcription tactile utilisée par les personnes aveugles ou malvoyantes, le braille utilise une grille de six points pour représenter les lettres, les chiffres et les symboles de ponctuations.

On trouve aussi un point très important qui à été citer par les enquêtés, c'est le partenariat avec les écoles, ils travaillent avec les écoles pour promouvoir l'inclusion de les plus jeune âges.

Question N°14 : Comment gérez-vous les réactions ou bien les commentaires négatifs sur les RSN ?

D'après tableau N° (18), on à constater que y' à pas vraiment des commentaires négative concernant la page facebook, mais les enquêtés ont répondu, si par exemple ils tomberont sur

des réactions négative prochainement ils vont anticiper rapidement et répondre pour qu'il montrant qu'ils sont attentif, mais aussi adresser le problème c'est par l'erreur et proposer de solutions, et si il nécessite une discussion approfondie ils invitent la personne à continuer la conversation par message.

Questions N° 15 : Comment assurez vous que votre communication numérique est accessible à tous y compris a cette catégories des personnes ?

D'après le tableau N° (19), l'ensemble des réponses des enquêtés c'était pareil. Concernant l'accessibilité des personnes à la communication numérique , ils suivant les directive pour l'accessibilité des contenus Web, ces directives offrent des recommandations sur les conceptions et le développement de contenu accessible à un large éventail de personnes y compris celle ayant des handicapés visuels , auditifs , moteurs ou cognitifs , faire aussi des textes alternatifs, descriptifs qui permet aux lecteurs d'écrans de transmettre l'information visuelles aux utilisateurs aveugles au malvoyants. Mais aussi faire de sous-titres et transcription pour rendre le contenu accessible aux personnes malentendantes.

Grâce aux réseaux sociaux numériques, l'association SID sensibilise ses personnes avec de différents manières par exemple d'écrire en arabe et français pour ceux qui comprennent pas, partager des vidéos aux personnes mal voient, tout ça grave au développement de la technologie.

Question N°16 :

Quel sont vos projet futur pour sensibiliser cette catégorie de personne sur les RSN ?

D'après l'analyse du tableau N°(16),les futurs projets, de l'association et de faire des campagnes de sensibilisation sur les RSN, c'est de lancer des campagnes ciblées sur les plates forme, telles que Twitter, Facebook et Instagram on utilisent des Hashetage pertinent pour attirer l'attention sur les différents types de besoins spécifiques. Et parmi aussi les objectifs des membres de l'association c'est de créer des séries, des vidéos courtes et informatives en mettant en avant des experts et des personnes concernés et des témoignages pour sensibiliser le public aux défis et aux ressources disponible pour répondre aux besoins spécifiques. D'avoir aussi des partenaires avec des influenceurs en collaboration avec des créateurs de contenu populaires qui ont une audience engagée pour diffuser des messages de sensibilisation et d'inclusion à grand échelle. Et parmi aussi les objectifs de ces membres de l'association, d'organiser des challenges et des concoures encourageant les utilisateurs à créer

du contenu original sur le thème d'inclusion avec des prix pour les meilleures contributions. Et comme dernier objectifs souhaitée par ses membres, c'est de lancer des formations en ligne pour améliorer le niveau de ces personnes et de leur permettre d'acquérir des nouvelles informations et avoir un bagage.

### **3. Analyse de contenu thématique :**

#### **Introduction :**

Facebook lancé en 2004 par MARK ZUCKERBEG et ses camarades de l'université de HAVARD. Il est devenu l'un des RSN les plus influents et les plus utilisés au monde, avec plus de deux milliards d'utilisateur actifs mensuel. Facebook joue un rôle central dans la communication moderne, il facilite le partage d'informations, la création de communautés et la diffusion de contenu à une échelle mondiale.

L'impact de Facebook sur la société contemporaine est profond il touche divers aspects de la vie quotidienne du marketing à la politique en passant par les relations personnelles. Donc le contexte des associations y compris celles ouvrent pour les personnes en situation de handicap, Facebook offre une plateforme précieuse pour sensibiliser le public, mobiliser les soutiens et diffuser des informations pertinents.

Afin d'affirmer ou bien de confirmer que la communication numérique à travers les RSN sensibilise ses personnes a besoins spécifiques, nous avons accéder à l'analyse de contenus thématiques, des réactions et des commentaires faites sur les publications du groupe Facebook de l'association SID qui est notre cas d'étude. Ces derniers représentent l'avis des internautes qui sont utiles sur cette page afin de confirmer que la communication numérique à travers les RSN et la sensibilisation des personnes à besoin spécifiques est favorable, les réactions et les commentaires positifs devaient être plus positifs et moins actif.

A cet effet, nous allons procéder à l'analyse de trois (03) publications sur les actions réalisées par l'association SID durant cette année 2024, qui sont de type de santé, social et éducatif.

Cette analyse sera fera sur les réactions des publications partagées sur la page Facebook qui sont (j'aime, j'adore, solidarité, haha, triste et Grrr).Selon les membres de ces dernières et la catégorie qui domine le positive (j'aime, j'adore, solidarité) VS le négatif (haha, triste, Grrr) que nous déduisant l'image perçue de l'association. Cependant les commentaires sont traité un

par un puis catégoriser, ensuite analyser un exemple de chaque catégorie pour chaque publications selon les indicateur de not approche.

**Tableau N° 21 :** Les trois (03) actions réalisées par l'association.

Date de publication	Type de publication	Contenu	Interaction	Commentaire	Partage
Le 06 mars 2024	Educatif	Compte rendu photo de panel de l'éducation ce l'intégration social des PSH Réalisé dans le cadre de la célébration de la journée national des personnes en situation d'handicape.	46	13	3
Le 13 mars 2024	Social	Retour en image sur notre activité en collaboration avec l'association Amzaday Adlsan Inelmaden de l'université de Bejaia a l'occasion de la journée national des personnes en situation d'handicape.	67	22	08
Le 08 février 2024	Santé	Le spina bifida est une malformation congénital du tue mural, se produisait lorsqu'une partie de la colonne vertébrale du fœtus ne se forme pas correctement pendant le développement en embryonnaire.	39	19	04

#### **4. L'analyse de contenu :**

Image N° 01 : Compte rendu du panel d'éducation et intégration sociale .



### La source : Notre analyse

#### Présentation de la publication :

La publication à été partagée le 06 mars 2024 à 18h35 min par le président et les administrateurs. Cette publication sous forme de dix (10) photos prise au sein de la maisons de jeune Abderrahmane fares, elle à été pour but d'inciter les personnes en situation de l'handicape à l'éducation de rejoindre leur milieu scolaire , elle à été animé par les psychologue Mr. GRABA MOHAMED AKLI ,psychologue et éducateur au sein de l'association jeune adulte autiste de Bejaia, et Mr. BEN HAMMOUCHE LOUNIS psychologue et chef de service pédagogiques du centre psychologique, d'Akbou et Mlle GAOUA SARA la formatrice de braille au sein de l'association SID et Mr. GAOUA MOHAMED Cherif, inspirateurs de l'éducation actuellement il est en retraite, et le président Mr. AREZKI HAKIM. La diffusion de cette publication à par objectif de remercier toute personne qui a contribué de loin ou de prêt à la réussite de cette journée. Les familles de ces personnes, les psychologues, la formatrice et le président et à tout les membres de l'association SID. Mais aussi pour objet d'attirer d'autre autres personne de cette catégorie afin de rejoindre leur milieu scolaire. En autre de partager ces moments précieux portent une grande valeur au profile des abonnés de la page Facebook qui n'ont pas était présent durant cette action.

Cette publication a réussi à toucher 46 personnes ayant réagit, joutent 13 commentaires et 03 partage.

**Tableau N° 22 :** Interaction et le partage

Le tableau ci-dessus représente les boutons d'interaction et partage de la publication

							
27	26	0	0	01	0	0	03

**La source :** Notre analyse

Ce tableau désigne les réactions des abonnés de la page facebook de l'association SID face à la publication de dix (10) photos prisent durant la journée national des handicapé.

Ces derniers ont impliqués 46 personnes qui ont interféré en cliquant sur les boutons de réaction ce qui fait un total de 54 réaction, qui se réparties entre 27 j'aime et 26 j'adore et 01 solidaires, cependant les autres réactions été haha, waouh, triste et Grrr le membre représente aucune.

Réaction de ce genre n'a été reçue, cela exprime la positivité des réceptions du message par la cible, autrement dit le public a été touché d'une manière adéquate à l'intention de l'association qui est de partagé les moments coopératifs, motivant ainsi que de remercier les participants à l'organisation de cette journée. Cela aussi indique que ces personnes ont vu cette action faite par l'association d'un angle propice à ses valeurs principales du fait qui ils ont pris peine de partager ce poste 03 fois à fin que le message atteint l'objectif, cela signifie donc que le contenu est validé puisque cela les a intéressé et qui ils pensent que cela peut intéresser d'autres personnes.

Par ailleurs, cette publication a reçu aussi 26 commentaires que nous allons analyser juste après.

**Les commentaires de la première publication :**



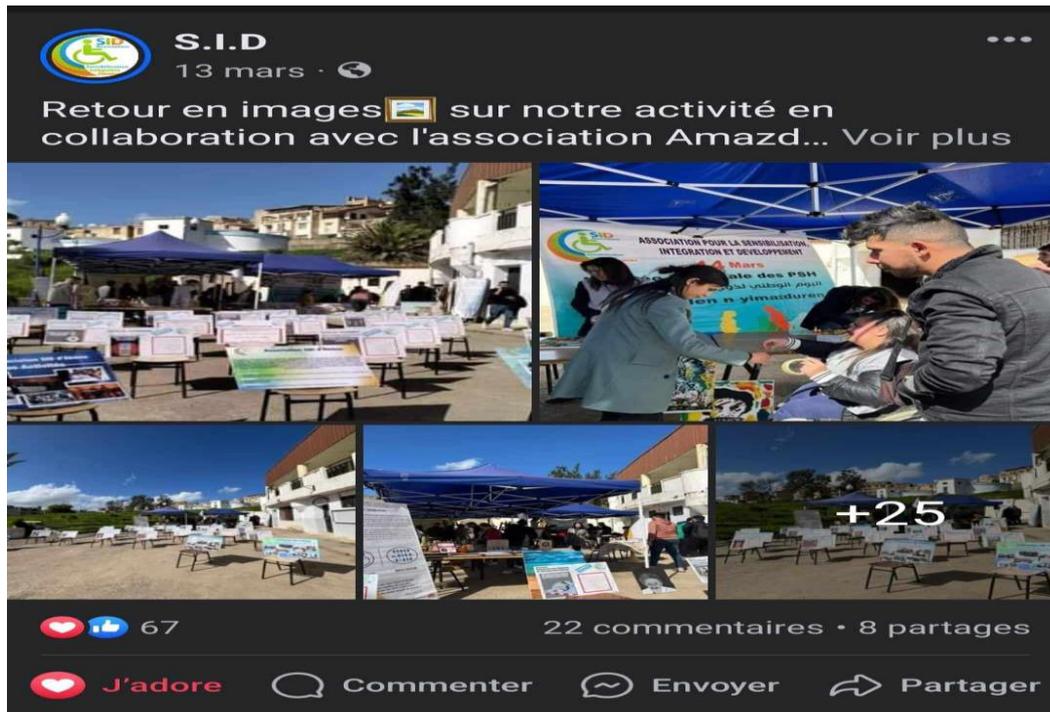
**La source :** Le groupe Facebook de l'association

**Tableau N° 23 :** l'Analyse les commentaires de la publication

Catégorie de commentaire	Exemple de commentaire	Avis de public	Validité	Valeur	La qualité perçue	Réaction du public
Encouragement	-Bon courage -Bon continuation -une association digné et une équipe dynamique bravo.	Cette publication trouve que cette journée est une bonne action de la part de l'association.	C'est validé tant qu'il a dit que c'est une bonne action et qu'ils encourageant le travail de l'association.	L'interaction trouve que cela peut changer un comportement une attitude positive pour ces personnes.	Comme Action Réalisé Pour L'association Cherche L'intérêt de ces personnes.	Réaction Positive Etant Donné Qu'il a trouvé cette journée Comme Un encouragement.

Ce tableau englobe une seule catégorie de commentaires reçue des abonnés sur la publication partagée sur le groupe Facebook des compte rendu photo panel "de l'éducation à l'intégration sociale des PSH" réalisé dans le cadre de la célébration de la journée nationale des handicapés. Tous les commentaires de cette publication étaient très intéressants, les abonnés de la page Facebook ont validés cette action réalisée par l'association. On les encourage, comme ils trouvent qu'elle est de valeur importante pour ces personnes. Cela signifie engagement du public, tout d'abord les commentaires sur cette activité montrent que le public est activement engagé avec les publications et que le contenu est pertinent et intéressant et cela reflète au rôle qu'elle joue les réseaux sociaux numériques dans la sensibilisation de ses personnes

**Image N°02 :** Retour en image sur notre activité en collaboration avec l'association Amzday adelsan inlmaden à l'occasion de la journée PSH.



**La source : Le groupe facebook de l'association**

### **Présentation de la publication :**

Cette publication à été partagée par les administrateurs le 03 mars 2024 à 21h00 sous forme de 30 photos prise durant la journée organisée par l'association SID en collaboration avec l'association Amazday Adlsan Inelmaden de Bejaia, cette journée est réalisé a l'occasion de la journée national des personnes en situation de handicap.

Elle à été animé par le président de l'association SID ainsi avec son équipes est l'ensemble des membres de l'association Amazday Adlssan Inelmaden. La diffusion de cette publication à pour objectif de remercier toute personne qui ont contribuées à la réussite de cette journée de loin ou de prêt, ainsi l'ensemble d'équipes de l'association, Amzday Adlssan Inlemaden, en outre de partager ces moment précieux qui portons une grande valeur.

Au profile des personnes en situation de handicap avec son public facebook (abonnés) qui n'ont pas était présent durant cette action. Cette publication a réussi à toucher 67 personnes ayant réagi, ajouton 22 commentaire et 08 partage.

### **Tableau N°24 :**

Interaction et partage le tableau ci-dessus représente les boutons d'interaction et de partage de publication.

							
32	33	02	0	0	0	0	08

**La source : Notre Analyse**

Ce tableau désigne les réactions des abonnés de la page Facebook de l'association SID face à la publication des photos présent durant la journée national des handicapés en collaboration avec l'association Amazday Adelsan Inelmaden.

Ces derniers ont impliqué 67 personnes qui ont interfrère en cliquant sur les boutons de réaction elles sont répartie entre 32 j'aime et 33 j'adore ajoutons 02 qui ont été solidaire, cependant les autres réactions de Haha, waouh, triste et Grrr le membre représente la nullité c'est à dire aucune réaction de ce genre n'a été reçue. Cela exprime la positivité de réception du message par la cible, autrement dit le public à était touché d'une manière adéquate à l'invention de l'association qui est de partagé ces moments coopératif, motivante avec de bonnes ordres ainsi que de remercier les participants à l'organisation. De cette journée cela veut dire aussi que ces personnes ont vu cette action faite par l'association d'un angle propice à ces valeurs principales ai fait qu'ils ont pris la peine de partager ce poste 06 fois afin que le message atteint leur amis, cela signifie donc que le contenu est validée puisque cela les a intéressé et qu'ils présent que cela peut intéresser d'autre personne.

Par conséquence, la majorité des réactions ont été au privilégie de l'association SID affirmatif aux valeurs et de l'association générale. Par ailleurs cette publication a reçu aussi 22 commentaires que nous allons analyser juste après.

Les commentaires de la deuxième publication.



**La source : Le groupe facebook de l'association**

**Tableau N° 25 :** L'Analyse des commentaires de la deuxième publication.

Catégorie de contenu	Exemple de commentaire	Avis de public	Validité	valeur	La qualité perçue	Réaction de public
Encouragement	-Bon continuation. - Bravo. -Bonne courage très bonne initiative bon continuation. -Bonne courage a d'autre événement. -Bravo et bonne. -une belle initiative Mashalah.	cette dernière trouve que cette journée est une bonne action de la part de l'association.	C'est validé tans qu'ils on dit que c'est une bonne initiative et qu'ils encouragent l'association.	L'internat Trouve que cela Peut engendra Une attitude positive pour ces personnes.	Cette action Réalisé par l'asso-action Cher-Che l'intérêt Et les Droit de Ses Personne.	Réaction Positive Etais Donner qu'ils Trouve cette journées comme une bonne initiative et L'encouragement.

**La source : Notre Analyse**

Ce tableau englobe une seule catégorie de commentaires reçue de la part des abonnés sur les publications partagées dans le groupe Facebook durant la journée nationale des personnes handicapées en collaboration avec l'association Amazday Adelsan Inelmaden de l'université de Bejaia.

Les commentaires ont été tous positifs. Les abonnés de la page Facebook valident cette action réalisée par l'association, on les félicite et les encourage.

Comme ils trouvent qu'elle est de valeur importante pour les personnes handicapées à promouvoir leurs droits et leur bien-être de ces personnes dans tous les aspects de la société et de développement, cette journée vise également à sensibiliser l'opinion publique aux enjeux liés aux handicapés. En gros, cela permet à l'association de tisser les liens avec le public, et de se refaire une bonne image qui favorise son développement.

Grâce aux réseaux sociaux numériques plus précisément la page Facebook de l'association, cette activité a pu atteindre l'objectif tracé par l'association, parce que ils ont publié sur des pages et cela permettra aux autres personnes de bénéficier de cette dernière.

Troisième action :

Image N° 03 : Présentation de la publication.

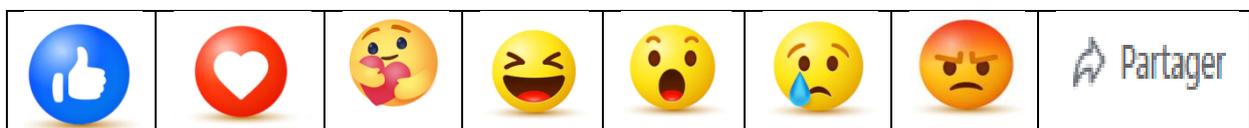


**La source : Notre analyse**

Cette publication à été partagée par l'administrateur le 08 février 2024 à 10h 36min sous forme de deux photo, l'une présente l'ensemble des fruites et légumes et l'autre présente la maladie de Spina Bifida qui est une malformation congénitale du tube moral, se produisant lorsque une partie de la colonne vertébrale du foutus de siècle forme pas correctement pendant le développement embryonnaire. Cette derrière à pour but de sensibiliser et d'informer le grand public, les patients et leurs familles sur ce que c'est le Spina Bifida , ses causes , ses symptômes et ses conséquences, cela aide à réduire le stigmates et les malentendu autour de la maladie, diffusé des informations sur les moyens de prévenir cette maladie notamment l'importance de l'acide folique avant et pendant la grossesse, et fournir des ressources éducatives aux professionnels de santé pour améliorer le diagnostic, le traitement et le suivie des patients atteint de Spina Bifida .Cette publication a réussit à touché 39 personnes ayant réagit, ajouton 19 commentaires et 04 partage.

**Tableau N °26:** l'interaction et le partage

Le tableau ci-dessus représente les boutons d'interaction et de partage de la publication.



21	16	02	0	0	0	0	04
----	----	----	---	---	---	---	----

**La source : Notre analyse**

Ce tableau désigne les réactions des abonnés de la page facebook de l'association SID face a la publication qui porte sur la maladie spina bifida.

Cette dernière a impliqué 39 personne qui ont interférés en cliquant sur les boutons de réaction qui se repartie entre 21 j'aime et de 16 j'adore ajoutons 02 qui été solidaire.

**Les commentaires de la troisième publication :**



**La source : Le groupe facebook de l'association**

**Tableau N°27 :** L'Analyse des commentaires de la troisième action.

Catégorie de commentaire	Exemple de commentaire	Avis de public	Validité	Valeur	Les qualités perçues	Réaction de public
Remerciement	-Merci pour l'information. -Des informations en or. -bonne continuation. -Merci beaucoup L'information De cette maladie.	Cette dernière trouve que cette information est une bonne coopération de la part de l'association.	C'est validé tout qu'il A dit que c'est une Bonne Initiative Et qu'ils remercient l'association.	Vu les commentaires L'interaction Trouve cela peut Engendrer Une attitude Positive Pour les Personne Atteintes de Cette maladie	Info-Mation Publié Par l'asso-Ation Cherche l'interet des ses personne attitude de cette	C'est des Réaction Positive Etait donnée Qu'il a trouvé cette Information.

**La source : Notre Analyse**

Les commentaires de cette publication étés tous de l'encouragement, tout les abonnés sont satisfaits et contents de cette information partagés de la part de l'association, en les remerciments et les encouragent comme ils trouvent qu'elle est de valeur importante pour les personnes touchés de cette maladie, elle peut les aider vu qu'elle est riche en matière

d'information, et de trouver des même personnes qui souffrent de cette maladie comme ça ils peuvent échanger des informations et c'est l'occasion aussi aux autres personnes qui connaissent pas encore cette maladie de faire attention et prendre soin d'eux, grâce à ce partage sur la page Facebook de l'association beaucoup de personnes ont bénéficié de cette information en or.

### **Le résumé :**

En guise de conclusion, les trois actions réalisées durant cette année de 2024 touchant les différents domaines tels que social, éducatif et santé, ont eu un impact positif. Cela en se référant aux réactions ainsi qu'aux commentaires du public qui sont plus positifs et encourageant qu'autre chose.

Toutes ces actions ont été validées par le public (abonnés), et cela est déduit par rapport aux réactions eues dans les publications et aux avis exprimées dans les commentaires. Nous comprenons encore plus que les valeurs de ces initiatives réalisées contribuent à la bienveillance de la société en général, ainsi celles d'éducatif et de la santé.

Le public a bien reçu le message transmis par l'association, de ce fait-elle a réussi à atteindre une image perçue positive, et cela par rapport à l'association qui est toujours volontaire, faisant des actions pour l'intérêt de toute la société. Pour cela les RSN ont contribué à la transmission des messages émis par l'association, et grâce à la page Facebook ils ont tiré non seulement le public interne mais aussi celui de l'extérieur par le partage de ces actions qui ont une valeur importante afin de sensibiliser ces personnes.

### **5. Discussion des résultats :**

À présent nous allons procéder à la vérification des hypothèses formulées. Dans notre étude qui porte sur " L'USAGE DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE À TRAVERS LES RSN DANS LA SENSIBILISATION DES PERSONNES A BESOINS SPÉCIFIQUES ", suite à l'analyse et l'interprétation des données recueillies par notre terrain d'étude.

#### **HYPOTHÈSE 01 :**

Notre première hypothèse l'association Sid adapte ses messages pour répondre aux divers besoins des personnes en situation handicap. À partir des discours colportés auprès de nos interviewés nous pouvons dire que :

Nous pourrions confirmer cette hypothèse . D'après les tableaux analysés, nous avons croisés que les enquêtés utilisent souvent le réseau Facebook pour communiquer et échanger des informations avec les amis et la famille. D'après sa création facebook c'est le réseau idéal il est tellement facile à l'utiliser, il n'a pas de spécificités n'importe quel personne peut l'utiliser. On partage et en réagira sur des photos et vidéos et suivre l'actualité.

Ensuite, Facebook il nous permet de créer des groupes de soutien grâce aux diverses fonctionnalités qu'il dispose ce qu'il nous permet de garder le lien.

### **HYPOTHÈSE 02:**

La deuxième et la troisième question du cinquième axe posé dans les entretiens ont portées des réponses qui nous a permis la vérification de la deuxième hypothèse suggérant que : La communication numérique via les RSN en particulier Facebook contribue largement à la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques et c'est grâce à l'interactivité, le partage, la collaboration etc entre ces dernières et l'association.

Nous soulignons en premier lieu que l'ensemble de nos enquêtés ont confirmé que la communication numérique est l'un des facteurs déterminant ayant joué un rôle important dans la sensibilisation de cette catégorie de personnes, les échanges, interactions via notamment la sphère numérique à leur tête le réseau social Facebook. Par exemple de publier des histoires inspirante, de partager des histoires réussite des membres de l'association on montrant leur accomplissement, et défis surmontés. Mais aussi de partager des publications pour dire aux gens qu'il y'a un suivi psychologique de l'association et de ne pas hésiter à venir.

A travers aussi la page Facebook de l'association, on annonce des événements à venir tel que des conférences, des campagnes de sensibilisation au bien de publier des articles, photos et vidéos informative sur les droits des personnes handicapées.

En outre, suite à l'analyse de contenu effectuée sur les publications partagées sur les trois actions réalisées durant cette année 2024 touchant de différents domaines, nous remarquons qu'elles ont eues un impact à la faveur de l'association, on se référant aux réactions ainsi qu'aux commentaires des abonnés qui sont plus positifs et encourageant.

De ce fait, la communication numérique contribue à la sensibilisation de ces personnes, puisque toutes les retours sont positifs et le partage aussi cela veut dire que les abonnés ont satisfait de ces activités et qu'ils ont bénéficié.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

---

### Conclusion générale

Notre recherche s'est portée sur : L'usage de la communication numérique à travers les RSN dans la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques. Notre enquête s'est déroulée au sein de l'association SID, où nous avons élaborer un guide d'entretien avec cinq axes principaux qui ont portées sur les données personnelles, connaissance des Tic et RSN, l'utilisation des RSN, usage des RSN par l'association, la communication numérique à travers les RSN et la question de sensibilisation. Puis réalisée des entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon non représentatif.

Nous avons formulées deux hypothèses, la première porte sur le réseau social adéquat utilisé par l'association afin de cibler un public plus large, et la deuxième, la communication numérique peu contribuer à la sensibilisation de cette catégorie de personnes.

En guise de conclusion, nous pourrions affirmer qu'aujourd'hui la communication numérique est un élément clé pour la réussite de l'association SID, elle joue un rôle important et primordial. Afin de répondre à notre question principale : Comment l'association SID utilise les RSN pour sensibiliser cette catégorie de personnes ? Nous avons constatées que le réseau social Facebook c'est le plus utilisé afin de sensibiliser ses personnes.

Elles offrent des opportunités significative pour les associations comme SID dans leurs efforts de sensibilisation, malgré les défis elle adopte des pratiques tout en restant attentif aux besoins spécifiques de ces personnes. Ces plateformes peuvent devenir des alliés puissants pour promouvoir l'inclusion, ils permettent d'atteindre et de garantir l'accessibilité du contenu, de dégager des ressources efficacement et de protéger la sécurité et la vie privée des membres. En surmontant ces défis, les associations peuvent non seulement sensibiliser sur les besoins spécifiques de ces personnes mais également de promouvoir une société plus inclusive et solidaire.

# **Liste bibliographique**

## Liste des références

---

### Liste des références :

#### Ouvrage méthodologiques :

1. ALAIN. B, ET GOTMANE. A, L'enquête et ces méthodes. L'entretien Armon Colin 2 ème Édition, 2014.
2. ANGERS. M, I. P. M. S. H, Initiation pratique à la méthodologie des Sciences. Humaines, édition casbah Alger 1997.
3. GRAWITZ. M, Lexique des Sciences social, 7 ème édition, Dalloz, Toulouse.
4. GRAWITZ. M, méthodes des Sciences sociales, 11 ème édition. Dalloz. Paris, 2000.
5. N'DA, Paul; 2015, Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines, Paris, L'Harmattan, p 148.
6. PAILLE .P ET MUCCHIELLE .P. L'analyse qualitative en science sociale et humaine, édition Armand, 3 ème édition, France, 2012.
7. Sylvie Tétreault Dans Guide pratique de recherche en réadaptation (2014), pages 317 à 325.

#### Ouvrage théorique :

1. ADARY ASSÂËL, MASS CÉLIN, WESTPHALEN, MARIE HÉLÈNE. communicator. Tout la communication pour un monde plus responsable, paris, collection : livres en or ed 9 Dunod. 2020.
2. ADARY, L, MAS, WESTPHALEN. communicator, toutes les de la communication. 7 ème edition, Dunod, 2015.
3. ADARY. A. MAS CELINE, communicator : toute la communication a l'ère digital, pris. ed Dunod 2018.
4. ADARY. A. LIBAERT. t. rom. a. tout la fonction de la communication. Paris, ed Dunod, 2010.
5. Antoine. D. (2010):Communiquer sur les réseaux sociaux : "les méthodes et les outils indispensable pour vos stratégies de communication sur les médias sociaux". France : FYB éditions.
6. BARDIN. L. 2003. "L'analyse de contenu " 1 ère édition. (1977).
7. BARTHES. R. (1964). "éléments de sémiologie" ' on communication, Recherches sémiologique. p 91.
8. BAZIN. C. MOLLET. J. (2014). " développement du numérique dans Les associations et nouvelles formes de mobilisation

## Liste des références

---

9. DALLOZ. PARIS, 2000 ADARY ASSAËL, LIBAERT THIERRY, RIOM AUDE, toute la fonction de la communication, paris, ed Dunod, 2010.
10. DOLBEAU-BANDIN, ANNIE LOCHON, DR. VIOLA KREBS, Medias Sociaux et associations : Conjugaison réussie d'une communication fonctionnelle et relationnelle ? Dans les cahiers Du numérique 2017/2 (vol. 13), pages 51 a 74.
11. BAZIN. C. MOLLET. J. (2014). " développement du numérique.
12. LIBAERT. T. le plan de communication. 3 ème edition, Dunod. Paris 2008.
13. LIBAERT. T : introduction a la communication, paris, ed Dunod 2014.
14. LIBAERT. T. " le community management ". 2022. Edition.
15. MICHEL. M. (2016). " Analyser la communication numérique.
16. MARCHE. V. comment développer votre activité Grace aux medias sociaux. ed Dunod 2015.
17. Nicolas. A. In médias sociaux : Enjeux pour la communication, Hearton, proulx et Millette édts, presses Universitaires du Québec, avril 2012.
18. Romain. R. (2011):"les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google + : comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication". France : Éditions ENL.
19. SOURAYA. A. (2012). " Manuel pour les associations algérienne.

### **Thèses :**

1. ALEXANDRA. G. " l'influence de l'usage des outils numériques
2. ADEL BEN. M. " rôle de la communication dans le cas d'une  
Entreprise publique privatisée ". Université côte d'azur en  
Sciences de gestion (2022).
3. DEPRINCE. E. & ARNONE. I (2018). les réseaux sociaux numériques : Analyse de leur utilisation dans le cadre de L'internalisation, 22 (spécial).
4. DANY. A. pour un nouveau modèle d'information et de Communication dans le métier de l'enseignement supérieur Au liban. Université Michelle, montagne, bordeaux, (2022).
5. ELENA. G. publicité social : quand le numérique devient un Outils de sensibilisation. Université d'udine et trieste. (2021).
6. JEROME. P. " management des technologies organisationnelle. Éditions les presses des mines. (2011).

## Liste des références

---

7. NATHALIE, S, ‘‘ la participation des pratiques des réseaux Sociaux numériques au développement de l’e réputation des Entreprises. Faculté des sciences de l’information. Université Panthéon.
8. SARAH BEN. N. ‘‘ POUVOIRS ET ASSOCIATIONS DANS LE MONDE ARABE ’. Cnrs. Édition paris. 2002.

### **Article Electronique :**

1. [https://www.ac-orleans-tours.fr/fileadmin/user\\_upload/0281077U/Vie\\_du\\_lycee/Historique\\_des\\_reseaux\\_sociaux.pdf](https://www.ac-orleans-tours.fr/fileadmin/user_upload/0281077U/Vie_du_lycee/Historique_des_reseaux_sociaux.pdf)
2. Bourdieu, P. (2003a). Participant objectivation. Journal of the royal anthropological institute, 9(2), 281-294. <https://doi.org/10.1111/1467-9655.00150>
3. Entretien semi-directif est une technique de collecte de données qui contribue au développement de connaissances favorisant des approches qualitatives et interprétatives relevant en particulier des paradigmes constructiviste. » (Lincoln, 1995) (<https://www.scribbr.fr/methodologie/entretien-semi-directif/>, s.d.)
4. Messu, M. (1990). Subjectivité et analyse de contenu. Dans CRÉDOC (éd), L’analyse de contenu : premiers éléments de réflexion (pp. 29-50). (Ser. Cahier de recherche / Centre de recherche pour l’étude et l’observation des conditions de vie, no 6). <https://www.credoc.fr/publications/lanalyse-de-contenu-premiers-elements-de-reflexion>
5. <http://socialonline.over-blog.com/2016/01/les-reseaux-sociaux-et-son-histoire.html>  
Social online.2016. *Les réseaux sociaux : de son origine à de nos jours*

### **Dictionnaire :**

1. ALEX. M. dictionnaire des méthodes quantitatives en sciences humaines et sociales, Edition Armand, colin, paris. 2012.
2. ALBIN MICHEL, dictionnaire de sociologie, paris (2007). p 146

# **Les annexes**



+213 034 33 45 75

associationsid7@gmail.com

Centre culturel d'Akbou

Facebook/SID

**S.I.D**



4,3 K J'aime · 5,2 K followers

ASSOCIATION POUR LA SENSIBILISATION  
L'INTÉGRATION ET  
LE DÉVELOPPEMENT DES HANDICAPES D  
'AKBOU

J'aime déjà

Regarder

...

Publications

À propos

Plus ▾

Détails

Page · Communauté

... Voir la section À propos de S.I.D



**SID** ASSOCIATION POUR LA SENSIBILISATION INTEGRATION ET LE DEVELOPPEMENT DES HANDICAPES D'AKBOU  
جمعية التوعية والإعماج والتطوير للموهقين أقبو  
Agences 19/2011

**L'association SID (sensibilisation, intégration, développement)**

Notre association active depuis 2013, elle est à caractère socio-culturel.  
Elle plaide pour une approche différente du handicap :  
**la promotion des droits des personnes handicapées et leur auto-éducation**  
En impliquant leurs familles Afin de les aides de sortir de l'assistanat.  
Nous mettons nos compétences et aptitudes afin de mener  
à terme la politique d'intégration et d'inclusion

**جمعية التوعية والإعماج والتطوير للموهقين أقبو**  
تتمتع الجمعية التي تأسست في عام 2013 بصفة شخصية وثقافية واجتماعية وهي من الجمعيات التي تهدف إلى تطوير وعلم وتوعية الأشخاص ذوي الإعاقة، وذلك من خلال  
التعاون مع المؤسسات التعليمية والهيئات المعنية، من خلال مبادراتنا التي تهدف إلى تحقيق الإدماج

**Nos Activités**

- تقديم الدعم النفسي والاجتماعي للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم ورش العمل والتدريب للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم رحلات ترفيهية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات صيفية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات شتوية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات رياضية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات ثقافية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات علمية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات رياضية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات ثقافية للأشخاص ذوي الإعاقة
- تنظيم معسكرات علمية للأشخاص ذوي الإعاقة

Compte bancaire CPA  
N°: 4100016255-50

centre culturel d'Akbou mouleud Kacem nait  
belkacem Akbou  
associationsid7@gmail.com  
034 33 45 75/07 94 62 54 96









## **Le résumé :**

L'apparition du numérique à révolutionné le monde social autant que professionnelle, est un élément incontournable dont les associations facilitent la transmission et le partage des informations avec ses multiples canaux. C'est ainsi que les associations adoptent ces moyens de communication spécifiquement les réseaux sociaux numériques pour leur développement et sensibilisation.

Notre ambition à travers cette recherche c'est de comprendre usage de la communication numérique à travers les réseaux sociaux numériques dans la sensibilisation des personnes à besoins spécifiques dont l'association SID d'akbou.