



Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Mémoire de Fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en
sciences de l'information et de la communication

Option : communication et relations publiques

Thème

Le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques, dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants.

Cas pratique : page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur »

Réalisée par :

TIGHZERT Wissam
ZAIDI Nadjat
Ighzert

Sous la direction de :

Mme. LAIDLI

Année universitaire

2023-2024

Remerciement

- ❖ *Ce mémoire est le fruit des efforts fournis et de plusieurs mois de travail acharné et d'une collaboration fructueuse entre nous.*
- ❖ *Tout d'abord on aimerait chaleureusement remercier notre directeur du mémoire, Mme **LAILI Chahinez**, d'avoir acceptée de nous encadrer dans la conception et l'élaboration de ce travail, et aussi pour son encadrement précieux, sa disponibilité et ses conseils. Son expertise et ses encouragements ont été essentiels à la réussite de ce travail.*
- ❖ *Nous remercions l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » qui nous a aidé de nous de nous donner plusieurs informations afin d'analyser et de réussir ce travail.*
- ❖ *On remercie les jurys et les examinateurs de cette recherche.*
- ❖ *Nous sommes profondément reconnaissantes envers notre famille, et plus particulièrement nos parents pour tous les conseils, pour tous les encouragements et pour tous les incommensurables sacrifices consentis durant la réalisation de notre mémoire.*
- ❖ *Enfin, nous remercions toutes personnes qui nous ont donné le courage et la motivation lors de l'élaboration jusqu'à le dernier mot de ce mémoire.*

Dédicace

Avec l'expression de ma reconnaissance, je dédie ce modeste travail à :

- *Moi qui mérite...*
Ma passion qui ne m'a jamais quitté...
La peur de mon cœur à chaque examen...
Mes rêves que mon cœur a entendus...
La fille qui a toujours aimé d'exceller ... enfin a excellé...
- *A l'homme, mon précieux offre de dieu, qui doit ma vie, ma réussite et tout mon respect ;
cher père **Mohaned Ameziane**.*
- *A la femme qui a souffert sans me laisser souffrir, qui n'a jamais dit non à mes exigences
et qui n'a épargné aucun effort pour me rendre heureuse : chère mère **Baliza**.*
- *A mon adorable petite sœur **Rima** qui sait toujours comment procurer la joie et le
bonheur pour toute la famille.*
- *A tous mes la famille Zaidi que ce soit ma grande mère, mes oncles, mes cousins, mes
cousines.*
- *A ma famille maternelle ; ma grande mère et mes tantes une par une.*
- *Sans oublier mon binôme **Wissam** pour son soutien moral, sa patience et sa
compréhension tout au long de ce projet.*
Que dieu les protèges et leurs offre la joie et le bonheur.
Merci pour leurs amours et leurs encouragements.

Dédicace

Avec l'expression de ma reconnaissance, je dédie ce modeste travail à :

➤ *Moi qui mérite...*

Ma passion qui ne m'a jamais quitté...

La peur de mon cœur à chaque examen...

Mes rêves que mon cœur a entendus...

La fille qui a toujours aimé d'exceller ... enfin a excellé...

➤ *A l'homme, mon précieux offre de dieu, qui doit ma vie, ma réussite et tout mon respect ;
cher père **Salah**, que je lui souhaite un prompt rétablissement.*

➤ *A la femme qui a souffert sans me laisser souffrir, qui n'a jamais dit non à mes exigences
et qui n'a épargné aucun effort pour me rendre heureuse : chère mère **Nouara**.*

➤ *A mon adorable sœur **Kahina** qui sait toujours comment procurer la joie et le bonheur
pour toute la famille.*

➤ *A mon fiancé **Farouk**, qui m'a soutenu durant tout mon cycle à l'université, et son
encouragement durant la réalisation de mon mémoire.*

➤ *Sans oublier mon binôme **Nadjet** pour son soutien moral, sa patience et sa
compréhension tout au long de ce projet.*

Merci pour leurs amours et leurs encouragements.

Liste des abréviations

L'abréviation	La signification
APW	Assemblée Populaire de la Wilaya
RSN	Réseaux Sociaux Numériques
PSD	Programme Sectoriel Décentralisé

La liste des tableaux

Tableau 1: La répartition de l'échantillon selon la catégorie d'âge de l'étudiant -----	44
Tableau 2: La répartition de l'échantillon selon le genre de l'étudiant -----	45
Tableau 3: La répartition de l'échantillon selon le niveau d'étude de l'étudiant -----	45
Tableau 4: La répartition de l'échantillon selon la faculté d'étude de l'étudiant -----	46
Tableau 5: La répartition de l'échantillon selon la durée de l'abonnement de l'étudiant sur la page Facebook Bejaia Sois L'Observateur. -----	47
Tableau 6: La répartition de l'échantillon selon le temps de la consultation de l'étudiant sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	48
Tableau 7: La répartition de l'échantillon selon le moment de la consultation de l'étudiant sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	49
Tableau 8: La répartition de l'échantillon selon la découverte de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur par l'étudiant -----	51
Tableau 9: La répartition de l'échantillon selon l'attractivité de l'étudiant de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	52
Tableau 10: La répartition de l'échantillon selon les raisons pour lesquelles l'étudiant suit la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	53
Tableau 11: La répartition de l'échantillon selon le degré d'intérêt de l'étudiant par les publications de la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur" -----	54
Tableau 12: La répartition de l'échantillon selon le type de contenu qui incite l'étudiant à suivre la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	55
Tableau 13: la répartition de l'échantillon selon les objectifs de l'étudiant à atteindre en suivant la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	56
Tableau 14: La répartition de l'échantillon selon les résultats obtenus grâce au suivi de l'étudiant de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	57
Tableau 15: La répartition de l'échantillon selon le degré de la satisfaction de l'étudiant sur le contenu sur la solidarité partagé par la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	58
Tableau 16: La répartition de l'échantillon selon les actions qui attirent l'étudiant en tant que citoyen de la wilaya de Bejaia dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	59
Tableau 17: La répartition de l'échantillon selon les sujets d'intérêt des étudiants en tant que citoyens de la wilaya de Bejaia et qu'ils souhaitent voir traités sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». -----	60

Tableau 18: La répartition de l'échantillon selon la participation de l'étudiant au contenu relatif aux aides sociales publiées sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	61
Tableau 19: La répartition de l'échantillon selon le degré de l'implication de l'étudiant aux activités citoyennes partagées sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	62
Tableau 20: La répartition de l'échantillon selon l'engagement de l'étudiant dans la communauté locale grâce au suivi de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	63
Tableau 21: La répartition de l'échantillon selon le degré de l'influence de l'attitude de l'étudiant envers les activités citoyennes -----	64
Tableau 22: La répartition de l'échantillon selon les commentaires laissés par l'étudiant sur les publications publiés sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	65
Tableau 23: La répartition de l'échantillon selon la sensibilisation de l'étudiant sur le contenu partagé dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	67
Tableau 24: La répartition de l'échantillon selon la compréhension de l'étudiant les droits d'un citoyen de la wilaya Bejaia grâce au contenu partagé sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	68
Tableau 25: La répartition de l'échantillon selon les droits soulevés par l'étudiant à travers la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	69
Tableau 26: La répartition de l'échantillon selon le degré de l'information de l'étudiant sur toute actualité qui s'intéresse le citoyen de la wilaya de Bejaia grâce à la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	70
Tableau 27: La répartition de l'échantillon selon la compréhension et la clarté des messages partagés sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur en ce qui concerne la sensibilisation sur ce qui se passe dans la wilaya de Bejaia -----	71
Tableau 28: La répartition de l'échantillon selon le partage des publications de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur sur le profil de l'étudiant -----	72
Tableau 29: La répartition de l'échantillon selon l'appréciation de la langue utilisée dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur -----	73
Tableau 30: La répartition de l'échantillon selon la langue utiliser souvent dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur et préférer par l'étudiant -----	74
Tableau 31: La répartition de l'échantillon selon les techniques de partage de contenu privilégiées par l'étudiant sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur »-----	75

Liste des figures

Figure 1 : une courte histoire des RS entre 1972/2003 -----	32
Figure 2 : courte histoire des RS entre 2004/2012 -----	32

Sommaire

Remerciement

Dédicace

Liste des abréviations

La liste des tableaux

Liste des figures

Introduction 1

Cadre méthodologie

Chapitre 01

Analyse conceptuelle

1. Problématique	3
2. Les hypothèses de recherche	5
3. Les objectifs	6
4. Les raisons de choix du thème	6
5. Définition des concepts clés	7

Chapitre 02

Démarche méthodologique :

1. Approche théorique et méthodologique	13
1.1. Approche théorique	13
1.2. Approche méthodologique	14
2. Techniques utilisées	15
3. La population d'étude	18
4. L'échantillonnage et L'échantillon	18
5. Les difficultés rencontrées	19

Chapitre 03

La communication territoriale et les acteurs territoriaux

Section01 : communication territoriale.....	20
---	----

Section 02 : les acteurs territoriaux	23
--	-----------

Chapitre 04

la citoyenneté et les réseaux sociaux numériques

Section 01 : citoyenneté	25
---------------------------------------	-----------

Section 02 : Réseaux Sociaux Numériques	30
--	-----------

Partie Pratique

Chapitre 05

Présentation des données

1. Présentation du lieu de la recherche	38
---	----

Section 02 : Présentation et analyse des données de la recherche	39
---	-----------

Chapitre 06

présentation des résultats

1. Présentation des données liées au rôle de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » dans l'instauration des valeurs de citoyenneté pour la population locale de la wilaya par la qualité de contenu partagé.	39
---	----

2. Présentation des données concernant les techniques de partage de contenu de la page :---	40
---	----

Conclusion	79
-------------------------	-----------

Bibliographie	82
----------------------------	-----------

Introduction

Introduction

Dans un monde de plus en plus connecté et digitalisé, les pratiques de communication évoluent et se transforment, notamment avec l'avènement des réseaux sociaux numériques. Ces plateformes permettent une communication bidirectionnelle, où les citoyens peuvent réagir directement, commenter et participer activement aux discussions sur les projets communautaires, et les initiatives citoyennes.

Dans nos jours, les acteurs territoriaux se sont appropriés à ces outils qui offrent de nouveaux espaces d'interaction et de partage, ouvrant ainsi de multiples possibilités pour les acteurs territoriaux d'atteindre leurs objectifs de communication et de promouvoir les valeurs et des idéaux au sein de leurs communautés afin de favoriser l'engagement et la participation active des citoyens dans leurs territoires.

L'un de ces idéaux fondamentaux est celui de la citoyenneté, qui englobe l'ensemble des valeurs fondamentales comme la sensibilisation, la participation, la responsabilité sociale, la solidarité, et le respect des droits, le respect de bien-public ainsi le respect de la loi, la tolérance sociale, l'appartenance et la paix. Promouvoir ces valeurs est essentiel pour renforcer le tissu social et assurer une cohésion au sein des communautés locales.

Notre recherche se focalise sur « le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques, dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants », notre cas pratique est basé sur un entretien avec le l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » et un questionnaire avec les étudiants de l'université Abderrahmane Mira, Bejaia afin de savoir les étudiants qui s'intéressent à suivre la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » et l'impact de ce suivi.

Nous avons réparti notre travail de recherche en trois chapitres pour l'élaboration de ce travail :

Première partie : cette partie est dédiée au cadre méthodologique de notre étude. Nous y présentons d'abord la problématique, suivie des hypothèses de recherche. Ensuite, nous définissons les concepts clés liés à notre thématique. Nous passons ensuite en revue les études antérieures en rapport avec notre thématique, et expliquons les objectifs et les raisons qui nous ont conduit à choisir ce thème. Nous abordons ensuite l'approche théorique, en mettant l'accent sur « **la responsabilité sociétale** » et « **l'engagement civique** ». Enfin, nous décrivons les

méthodes et les techniques appropriées que nous avons adoptées pour mener à bien cette recherche.

Deuxième partie : Cette partie aborde la partie théorique de notre recherche, qui se divise en deux chapitres, chaque chapitre étant subdivisé en deux sections.

Le premier chapitre : Intitulé « la communication territoriale et les acteurs territoriaux », ce chapitre comprend un première section intitulée « communication territoriale », qui aborde les points suivants : l'évolution du concept, ses objectifs, ses spécificités, ses missions et les enjeux qui lui sont propres. La second section, intitulée « les acteurs territoriaux », traite des généralités sur les acteurs territoriaux, du rôle des acteurs territoriaux dans le développement local, de la définition du développement local, et de ses acteurs, ainsi que de la répartition de ces derniers.

Le deuxième chapitre : ce chapitre intitulé « la citoyenneté et les réseaux sociaux numériques », comporte une première section intitulée « la citoyenneté » qui explore son histoire, ses types, ses dimensions et les valeurs. La dernière section intitulée « réseaux sociaux numériques », couvre l'histoire des réseaux sociaux numériques, les différents RSN, leurs spécificités, leurs caractéristiques, ainsi que les opportunités et les risques associés à ces réseaux, pour conclure sur la citoyenneté numérique.

Troisième partie : cette partie de l'étude traite le cadre pratique, elle est composée de deux sections ; la première section concerne la présentation des données d'analyse en abordant les points suivants : présentation de lieu d'étude, présentation de la page « Facebook Bejaia Sois l'Observateur » et le déroulement de l'enquête, l'analyse des données de l'entretien. La deuxième section se focalise sur : discussion et interprétation des résultats.

Cadre méthodologie

Chapitre 01

Analyse conceptuelle

1. Problématique

Au cœur de nos sociétés contemporaines, la communication émerge comme un pilier fondamental, transcendant les barrières individuelles pour tisser le tissu complexe de nos interactions. Ce processus incessant d'échange d'idées, d'informations et d'émotions constitue le fondement de notre compréhension collective du monde. Dans cette toile communicationnelle, la dimension territoriale se distingue par son rôle crucial dans la construction de l'identité locale.

Cette communication en tant que manifestation spécifique de cette dynamique, se positionne au croisement des interactions entre acteurs locaux, institutions éducatives et la société civile. Elle se donne pour mission de façonner l'identité d'un territoire, de promouvoir ses valeurs et d'inciter à une citoyenneté active et participative. (Zémor, 1995, p. 5) Définit la communication territoriale « *comme une communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique ainsi qu'au maintien du lien social et dont la responsabilité incombe à des institutions* ». La communication territoriale favorise de plus en plus un dialogue interactif pour placer ses cibles au cœur des préoccupations de la communauté locale.

Cependant, à l'ère numérique, les réseaux sociaux numérique ont émergé comme des acteurs incontournables, redéfinissant les modalités de la communication territoriale, grâce aux outils numériques, les territoires peuvent désormais communiquer de manière plus directe, rapide et ciblée avec leurs habitants. Cela permet de renforcer le lien entre les citoyens et leur territoire, en les tenant informés des actions et projets en cours, mais aussi en les incitant à participer à la vie locale. Ces plateformes virtuelles créant des espaces où les frontières physiques deviennent poreuses, facilitant ainsi une interaction dynamique entre les acteurs locaux et les citoyens, une tendance optimiste considère que l'environnement numérique en réseaux constitue une opportunité pour le territoire, dans cette tendance, l'internet et les autres dispositifs de la communication numérique en réseau représentent d'importants outils de la revitalisation des liens sociaux à caractère territorial et finalement de la citoyenneté et de l'identité locales.

Dans un contexte algérien pour la population locale, la communication territoriale joue un rôle important aussi dans la construction d'appartenances à leur territoire, en mettant en avant les richesses ; plus essentiellement la valorisation de leurs patrimoine culturel, touristique et économique du pays, à attirer les investisseurs et les touristes et à promouvoir les initiatives

locales. En plus, elle peut également jouer un rôle dans la sensibilisation aux enjeux environnementaux, la valorisation des produits locaux.

En somme, Les acteurs territoriaux s'efforcent de maintenir un lien constant avec les habitants en utilisant divers outils de communication tels que les réseaux sociaux et les plateformes en ligne pour faciliter le dialogue entre eux et qui permettant ainsi une plus grande transparence et une meilleure compréhension des enjeux locaux. De tenir les habitants non seulement les informés des services disponibles, des événements et les initiatives locales à venir dans la région mais aussi pour les sensibiliser aux questions environnementales.

En plus de promouvoir les produits locaux et de mettre en valeur le savoir-faire régional, les acteurs territoriaux peuvent également se concentrer sur l'influence et la mobilisation des jeunes pour les encourager à s'impliquer de manière positive dans la société.

Dans ce contexte actuel, les jeunes occupent une place centrale en tant que citoyens de la société. En effet, ces jeunes, par leur familiarité avec les outils numériques et les réseaux sociaux, constituent une cible privilégiée pour les actions de sensibilisation. Ils peuvent être encouragés à se sensibiliser aux actions citoyennes, en comprenant les valeurs de citoyenneté, d'appartenance, de responsabilité sociale, de respect de la loi et de tolérance sociale. Ces actions sont souvent menées par les acteurs territoriaux qui représentent leurs communautés grâce à leur présence active sur les réseaux sociaux numériques.

Dans cette perspective, les étudiants en tant que sous-groupe des jeunes, nécessitent une attention particulière. Leur statut et leurs préoccupations spécifiques font que leurs points de vue, leurs expériences et leurs attentes sont cruciaux. Les étudiants peuvent être sensibilisés aux enjeux de la citoyenneté de manière ciblée afin de les engager dans la vie locale. Il est important de les inciter à participer activement aux initiatives citoyennes, à adopter des comportements responsables et solidaires, car ils représentent l'avenir de notre société.

En analysant les mécanismes, les contenus et les effets de cette communication numérique. Nous choisissons de nous concentrer sur la catégorie des étudiants de l'Université Abderrahmane Mira, Bejaia, car ils constituent d'un échantillon clé dans notre recherche. Pour cela nous voulons comprendre comment les acteurs territoriaux peuvent façonner la citoyenneté à travers ces plateformes revêt une importance particulière.

Prenons notre cas pour la page Facebook « Bejaia sois l'observateur » ; qui est gérée par un acteur territorial, cette page illustre comment les réseaux sociaux peuvent être utilisées pour

engager les jeunes, en particulier les étudiants de l'Université Abderrahmane Mira, Bejaia dans les actions citoyennes.

- C'est dans ce cadre s'inscrit notre travail de recherche ayant pour objectif de savoir :
- De quelle manière la communication des acteurs territoriaux à travers les RSN améliore la perception et l'adoption des valeurs de citoyenneté chez les étudiants de l'université de Abderrahmane Mira, Bejaia ?
 - Pour ce faire, nous avons posé les questions suivantes :
- Quels sont les principales stratégies de communication territoriale mises en œuvre par la page Facebook « Bejaia Sois l'observateur » ?
- De quelle manière les étudiants de l'université Abderrahmane Mira, Bejaia s'intéressent aux contenus publiés sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur ?
- Quel est le rôle de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » dans la diffusion et l'adhésion aux valeurs citoyennes chez les étudiants de l'université Abderrahmane Mira, Bejaia ?

2. Les hypothèses de recherche

- La page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » veille à instaurer les valeurs et la citoyenneté pour la population locale de la wilaya par la qualité de contenus partagés.

Les indicateurs

- Objectifs
- Stratégies
- Techniques
- Les étudiants de l'université Abderrahmane Mira, Bejaia s'intéressent à suivre la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ».

Les indicateurs

- Fréquence
- Raisons
- Objectifs
- L'impact des valeurs de citoyenneté chez les étudiants suite à leurs suivis et à leurs intérêts aux contenus partagés par la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ».

Les indicateurs

- Perceptions
- Evaluations

3. Les objectifs

Dans toute démarche scientifique, il est essentiel de définir clairement les objectifs recherchés afin d'enrichir une compréhension et nos connaissances dans notre domaine d'expertise. Cela permet d'orienter la recherche vers de nouvelles informations pertinentes, contribuant ainsi à l'avancement de la science.

Les objectifs de notre recherche sont multiples et visent à explorer de manière approfondie « le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants » :

- Premièrement, nous cherchons à comprendre comment les messages diffusés par les acteurs sur les plateformes numériques comme canal de communication améliorent les perceptions et les comportements citoyens des jeunes. Nous examinerons également les stratégies de communication employée par ces acteurs pour engager et mobiliser les étudiants, en identifiant les techniques les plus efficaces pour encourager l'engagement civique et la participation active.
- Deuxièmement, notre recherche s'intéressera au rôle des réseaux sociaux sur la diffusion des valeurs citoyennes, en analysant l'interactions entre les acteurs territoriaux et les étudiants, ainsi que les retombées de ces communications sur la cohésion civique et la solidarité communautaire.
- Finalement, enrichir le corpus de connaissances académiques sur la communication numérique et l'engagement civique en offrant une analyse approfondie et des insights basés sur des données empiriques.

4. Les raisons de choix du thème

Le choix du thème « le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques, dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants » est pertinent pour plusieurs raisons parmi lesquels :

- Tout d'abord, sa relation avec notre spécialité en Master 2 CRP « Communication et relation publique » en étudiant cette thématique, nous contribuerons à mieux comprendre comment les technologies numériques peuvent être utilisés de manière innovante pour renforcer l'engagement civique et la participation citoyenne, ce qui peut manifester positivement sur la société dans son ensemble.

- Ensuite, cette recherche nous permettra d'explorer un sujet d'actualité moderne, pertinent et dynamique, qui nous offrira la possibilité d'acquérir de nouvelles connaissances et compétences dans le domaine de la communication territoriale à travers les réseaux sociaux numériques.
- De plus, en explorant cette intersection entre la communication des acteurs territoriaux et la promotion des valeurs de la citoyenneté et la solidarité, nous pourrions mettre en lumière des stratégies innovantes et des pistes de réflexion pour renforcer l'engagement des citoyens et favoriser une société plus démocratique et inclusive.
- Enfin, cette étude permettra de motiver ainsi d'autres étudiants à s'intéresser et à s'engager dans les questions de citoyenneté et d'engagement civique.

5. Définition des concepts clés

• Communication territoriale

Est une communication qui porte sur le « territoire » en tant que collectivités humaines dans un espace donné. Ainsi, prise comme objet d'étude, la communication territoriale peut être définie comme l'ensemble des communication produites dans et sur un territoire (Peysson, 2017, pp. 11-12).

➤ *Définition opérationnelle*

La communication territoriale dans le contexte de notre thématique peut être définie comme l'ensemble des actions de communication mises en œuvre par les acteurs territoriaux qui visent à sensibiliser et mobiliser les étudiants de l'université Abderrahmane Mira, Bejaia sur les enjeux civiques et renforcer leurs engagements et leurs sentiments d'appartenance à leur territoire.

• Acteur territorial

Est celui qui agit, celui qui prend une part déterminante dans une action. En fait les acteurs déterminent l'aboutissement de la démarche par les actions qu'ils vont mettre en œuvre. En outre, chaque acteur agit sur son territoire selon les moyens et des stratégies, en fonction de la représentation qu'il a de ce territoire (Gagnon & Arth, 2019).

➤ *Définition opérationnelle*

Dans notre recherche, nous nous sommes penchées sur le rôle d'un représentant local qui occupe à la fois la fonction d'élu au sein de l'APW de la wilaya de Bejaia et administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur. Il est considéré comme un acteur clé pour notre étude par ses actions déterminantes en mettant en place sur le réseau

social Facebook qui vise à renforcer les valeurs de la citoyenneté chez les jeunes, en particulier les étudiants.

- **Réseau Sociaux Numérique (RSN)**

Est une plateforme en ligne où un utilisateur (qu'il s'agisse d'une personne, d'un groupe de personnes, d'une entreprise ou d'une organisation publique) peut créer un profil ou établir un réseau de contacts personnels, facilitants ainsi la connexion avec d'autres utilisateurs (Deprince & Arone, 2019).

- **Définition opérationnelle**

Les RSN sont des plateformes en ligne qui permettent de publier et diffuser des contenus et interagir avec les citoyens pour communiquer, partager des informations et promouvoir les valeurs de citoyenneté dans le but de créer et de développer des relations dans l'espace virtuel avec une communauté et de gagner ainsi la confiance. Notre recherche se penche sur le réseau social Facebook avec l'analyse de la page « Bejaia Sois l'Observateur ».

- **Valeurs de citoyenneté**

La citoyenneté désigne le statut juridique, politique et social qui reconnaît un individu comme membre d'une communauté politique et lui permet de prendre part à – la vie politique de celle-ci. Par conséquent le citoyen, tirant son nom du terme latin « civis », est celui qui possède le droit de cité dans la communauté politique à laquelle il appartient (Pitsesys, 2017, p. 11).

- **Définition opérationnelle**

Dans notre recherche, les valeurs de la citoyenneté sont des principes d'action qui guident les comportements et les attitudes des citoyens dans leur engagement envers la société et leur participation à la vie démocratique et civique tels. Ces valeurs incluent : appartenance, la responsabilité sociale, le respect de la loi, la tolérance sociale, la solidarité, le respect de bien-public et la paix.

- **Étudiants**

Personne qui fait des études supérieures, qui est inscrite dans un établissement d'enseignement supérieur.

- **Définition opérationnelle**

Dans notre recherche se sont des étudiants s'inscrivent dans l'Université Abderrahmane Mira, Bejaia au niveau de toutes les facultés et les spécialités, poursuivant un cursus académique supérieure des trois niveaux ; Licence, Master et Doctorants.

6. Les études antérieures

Les études antérieures permettent de faire le point sur des recherches qui ont été déjà réalisées sur la thématique envisagée,

➤ Etude N°01

ABD ALLAH BRN SAID AL ABOUD AL QAHTANI : 2010, université Arabe Naif des sciences de sécurité, collège des études supérieures, département des sciences conditionnelles en pays d'Arabie Saoudite exactement dans la ville AL RIYAD, thèse soumise dans le cadre des conditions d'obtention du diplôme de Doctorat en philosophie science de sécurité, intitulée « les valeurs de la citoyenneté chez les jeunes et leur contribution au renforcement de la sécurité préventive »(2010، الفحطاني). Cette thèse repose sur deux objectifs, d'une part l'objectif scientifique réside dans l'importance d'aborder le concept de la citoyenneté chez les citoyens, en particulier les jeunes à la lumière des conditions contemporaines et le future possible, et d'autre part l'objectif pratique réside dans l'examen des opinions d'un segment important de la société saoudienne, à savoir le segment des jeunes sur la mesure dans laquelle ils pratiquent ou non leurs valeurs citoyennes sur le terrain.

- La question principale est la suivante :

- ✓ Dans quelle mesure les valeurs de citoyenneté chez les étudiants Saoudiens contribuent au renforcement de la sécurité préventive ?

La population d'étude est composée de tous les étudiants Saoudiens des différentes universités publiques de toutes les régions d'Arabie Saoudite, il s'agit d'une catégorie de jeunes dont l'âge varie entre 19ans et 33ans, parce que la période caractérisée par la maturité et la responsabilité sociale et juridique. Ils ont choisis cinq universités dans chaque région d'Arabie Saoudite, la première c'est dans le côté ouest est considérée comme la plus grande université saoudienne en termes de nombre d'étudiants venus de tout le royaume, la deuxième est dans la région centrale car c'est l'université la plus spécialisée dans les études sur la charia, la troisième est dans le côté est parce que c'est l'université la plus spécialisée en études scientifiques et appliquées, la quatrième c'est dans la région sud est considérée comme la plus grande université de la région, desservant de nombreux gouvernorats, villages et la dernière dans la côté nord est considérée comme l'une des universités modernes. L'échantillon aléatoire proportionnel.

Et comme résultat : les valeurs de citoyenneté qui fait l'objet d'étude (participation et ordre), est l'une des valeurs de très haute importance dans le domaine de contribution au renforcement de la sécurité préventive

Le chercheur a utilisé la méthode de description et d'analyse à travers l'approche par sondage en utilisant un questionnaire pour collecter les données. Et dans notre recherche on a utilisé deux méthodes ; la première c'est qualitatif afin de faire un entretien avec la page Facebook Bejaia Sois L'observateur sur les valeurs de la citoyenneté dans la wilaya de Bejaia. En revanche, dans l'étude antérieure ils ont utilisé un questionnaire afin de savoir le degré des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants dans toutes les universités d'Arabie Saoudite.

Les points de ressemblances les deux variables les valeurs de la citoyenneté et les étudiants. Les points de divergences dans notre recherche le recueil des données sur les valeurs de citoyenneté on a utilisé un entretien directif avec l'administrateur de la page Facebook Bejaia Sois L'observateur qu'est un élu de l'APW, et cette étude antérieure ils ont utilisées un questionnaire aux prés des étudiants de toutes les universités d'Arabie Saoudite.

On a pris cette thèse comme une étude antérieure parce que nous a fournis des connaissances sur notre thématique de recherche, et sa consultation a permis d'obtenir des nouvelles informations sur notre thème.

➤ **EtudeN°02 :**

KARIMA BOUDJEDRA, juillet 2013, université Paul Valéry-Montpellier 3, thèse intitulé « les acteurs et le développement local : outils et représentations »(Boudjedra, 2013). Son objectif c'est d'appréhender les représentations sociales collectives et leur influence sur les outils mobilisés par les acteurs de développement local face aux pratiques des jeunes « poussés » à créer leur propre activité dans les territoires ruraux difficiles et complexes au Maghreb.

✓ **La question principale :**

- Quel impact de représentations différenciées des acteurs sur la construction collective du territoire, dans un contexte complexe d'émergence de nouveaux acteurs, de nouveaux modes d'intervention et de nouvelles demandes socio-économiques des populations, surtout les jeunes, dans les territoires ruraux au Maghreb ?

✓ **Les hypothèses de recherche :**

- **Hypothèse 1 :** Les initiatives des populations rurales basées sur l'exploitation des ressources locales, dans les territoires longtemps marginalisés sont, aujourd'hui, le résultat de la résignation des jeunes vis-à-vis des diverses tentatives échouées de rattrapage des inégalités et même des approches territoriales appliquées actuellement.
- **Hypothèse 2 :** Les représentations du territoire de la part des acteurs de développement sont le résultat de croyances et idéologie héritées et pratiques actuelles uniformisées qui déterminent le rapport au territoire.
- **Hypothèse 3 :** Les acteurs publics et les groupes sociaux dominants sont engagés dans un processus de maintien des positionnements classiques dans le système existant et non pas dans un processus de changement institutionnel.

✓ **Les résultats d'étude :**

- **Résultat 1 :** les territoires ruraux marginalités connaissent aujourd'hui une animation dite de développement local basée sur l'approche territoriale, mais leurs populations ont adopté une forme de repli sur soi en tentant de trouver des solutions de survie et non de développement en dehors de toute stratégie officielle ce qui s'apparente à de la résignation locale et non à des initiatives locales.
- **Résultat 2 :** la création de nouveaux acteurs locaux et le remaniement des acteurs locaux, notamment civils existants n'a pas conduit à l'instauration de mécanismes de gouvernance territoriale qui permettent une prise de décision partagée dans le cadre de projets de construction collective de territoires.
- **Résultat 3 :** les représentations sociales et territoriales des acteurs locaux et des populations, notamment les jeunes, sont dues soit à des croyances liées à l'histoire de ces territoires, dans le cas des jeunes et des organisations traditionnelles locales, soit à la fidélité aux missions et aux pratiques de ses organisations en ce qui concerne les acteurs publics et les acteurs exogènes.

La population étudiée ils ont opté pour un échantillonnage des jeunes par quota, l'objectif est de reproduire dans l'échantillon la distribution selon deux critères d'abord selon le genre (hommes-femmes) puis selon l'obtention ou pas d'un financement d'une organisation d'appui qu'elle soit publique ou associative. Ils auront donc dans l'échantillon : les jeunes qui ont bénéficié et qui n'ont pas bénéficié de financement ainsi les jeunes femmes qui ont bénéficié et non bénéficié au financement.

La méthode utilisée c'est la méthode qualitative, comme outils (observation, des entretiens semi-directifs et les focus groups) et la méthode quantitative, comme outils (le questionnaire). Tout comme notre recherche. Ainsi l'utilisation d'étude de cas.

Les points de ressemblances c'est juste la variable acteurs, et les points de différences c'est que dans notre étude, la méthode qualitative suivie par l'entretien directif.

Cette étude nous permettons d'avoir une idée générale sur notre thème de recherche.

Chapitre 02

Démarche méthodologique

Dans cette démarche méthodologique, nous allons parler de l'approche théorique, les méthodes, les techniques et la population d'étude, le type de l'échantillonnage et enfin des difficultés que nous avons rencontrées.

1. Approche théorique et méthodologique

1.1. Approche théorique

L'approche est la manière avec laquelle le chercheur aborde sa recherche ; c'est-à-dire la conception ou la vision théorique qu'il adopte pour sa recherche : « *l'approche est à considérer comme une démarche intellectuelle qui n'implique ni étapes, ni cheminement systématique, ni rigueur particulière. C'est à peu près un état d'esprit, une sorte de disposition générale qui situe l'arrière-fond philosophique ou métathéorique du chercheur ou de la recherche* » (Aktouf, 1987, p. 27)

Le chercheur est appelé à choisir une théorie ou un modèle conformément à son étude et ce quel que soit la thématique de la recherche et pour objectif d'orienter cette dernière dans un cadre théorique bien précis. Pour le cas de notre étude nous avons opté deux approches la « Responsabilité Sociale » et « Engagement civique », on considère que ces derniers nous permettent de réunir les éléments liés à notre étude selon les variables qui découlent de nos hypothèses de recherche et qui se verront dans l'étape de discussion des résultats.

- **La responsabilité sociale** s'est exprimée de façon explicite après la Seconde Guerre mondiale aux États-Unis avec un premier courant « business ethics » mettant l'accent sur la responsabilité personnelle morale du dirigeant envers la société. Pour cela, nous reviendrons dans un premier temps sur la conceptualisation de la responsabilité sociale comme étant une éthique de responsabilité, prolongeant et amplifiant le courant ancien de l'éthique des affaires. « La responsabilité est d'abord une notion morale : elle évoque l'obligation de justifier toute acte ou décision en fonction de normes morales et de valeurs rationnellement défendables » (Van Luijk 1990-1991 :40). Ces normes et valeurs doivent être aussi reconnues par la collectivité. Plus précisément, la responsabilité sociale peut être perçue comme un prolongement, « une continuation-amplification » de l'éthique des affaires (Ramonjy, 2010, pp. 208-227).
- Le choix de l'approche « **Responsabilité social** » met en lumière pour les acteurs territoriaux de prendre en comptes les enjeux et préoccupations sociaux, environnementaux et économiques de leur territoire dans leurs actions socialement responsable.

En intégrant cette dimension de responsabilité dans leurs actions sur les réseaux sociaux numériques, ces acteurs peuvent sensibiliser les étudiants aux défis actuels et inciter aux valeurs citoyennes pour adopter des comportements responsables et solidaires envers leur environnement local.

Notre choix de cette approche s'avère qu'il le plus adopté à notre variable, ce qui nous permettra de clarifier le respect des acteurs territoriaux face aux enjeux citoyens et d'avoir un comportement exemplaire, cohérent avec les valeurs de la citoyenneté.

- « **Engagement civique** » « refaire aux actions, aux croyances et aux connaissances qui lient les citoyens à leur société et qui établissent les bases de collaboration et des comportements de coopération » (Oneill,2006, p.5).

Elle implique le citoyen à s'engager directement auprès de la société qui cherche à créer un impact positif sur la vie civique de la communauté et améliorer la qualité de vie d'une population que ça soit au niveau communautaire ou sociétal.

Encourager les jeunes à s'engager civiquement est très important pour une société. En effet une jeunesse qui s'intéresse aux enjeux civiques et politiques ne peut que contribuer à l'essor d'une démocratie en santé. De plus il permet de développer toute en série de connaissances, des compétences, valeurs et de motivations qui leur permettront d'être des citoyennes et citoyens capables à s'engager.

Donc, il est crucial de souligner que les acteurs territoriaux peuvent jouer un rôle déterminant dans la mobilisation des étudiants à travers les RSN pour promouvoir la citoyenneté et encourager leur participation active dans la vie de la communauté locale ainsi contribuer à former une nouvelle génération de citoyens conscients, engagés et actifs, capables de participer de manière constructive à la vie démocratique et à la construction d'une société plus solidaire et inclusive.

1.2. Approche méthodologique

Toute recherche scientifique doit faire recours à une méthodologie de recherche cohérente, parce que la validité de la recherche sera jugée principalement à partir de la pertinence de la méthode.

« Le choix de la méthode est un ensemble organisé d'opérations en vue d'atteindre un objectif et ce choix de méthode est déterminé sous la nature du thème étudié »(Angers M. , 1997, p. 58).

Dans notre recherche nous avons choisis une méthode mixte ; la méthode qualitative et la méthode quantitative afin de traiter notre thème de recherche car les deux méthodes sont valables pour identifier et mieux clarifier notre sujet de recherche, renforçant ainsi la fiabilité et la validité et la richesse de notre analyse.

« La méthode qualitative vise d'abord à comprendre et expliquer le phénomène à l'étude il s'agit d'établir le sens de propos recueillis ou de comportement observés »(Angers M. , 1997, p. 58),

Dans le cadre de la vérification de notre première hypothèse qui s'intéresse aux stratégies utilisées par l'acteur territorial qui gère la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ».

Dans la méthode quantitative vise d'abord à mesurer le phénomène de l'étude. Les mesures peuvent être ordinales du genre les plus grands ou les plus petits ou numérique avec l'usage de calcul.

Dans le cadre de l'évaluation de nos deuxièmes et troisièmes hypothèses, qui se base sur la motivation des citoyens à évaluer leur perception et à mesurer leur évaluation, tout en examinant le rôle de la page « Bejaia Sois l'Observateur » dans le renforcement et l'amélioration des valeurs de la citoyenneté.

2. Techniques utilisées

La technique « *est un moyen précis pour atteindre un résultat partiel, à un niveau et à un moment précis de la recherche. Cette atteinte de résultat est directe et relève du concret, du fait observé, de l'étape pratique et limitée* »(Aktouf, 1987, p. 31)

Afin de collecter les informations nécessaires à notre investigation on a fait appel aux techniques suivantes :

a. L'entretien

Selon **Grawitz**, l'entretien comme « *un procédé d'investigation scientifique, utilisant un processus de communication verbale, pour recueillir des informations, en relation avec le but fixé* »(Grawitz, 1990, p. 742)

Nous distinguons trois types d'entretien : l'entretien directif (l'entretien dirigé), l'entretien semi-directif (entretien semi-dirigé) et l'entretien non directif (entretien non-dirigé).

Cependant nous allons arrêter à l'entretien semi-directif que nous trouvons adéquate pour le sujet de notre étude. Selon (Blanchet & Gotman, 2010) définit l'entretien semi-directif comme suit « *ce type d'entretien se situe entre l'entretien directif et l'entretien non-directif. Il se caractérise par le fait qu'il laisse à l'interviewer un espace assez large pour donner son point de vue, l'enquêteur pose des questions et laisse l'enquêteur répondre en toute liberté. Le rôle de l'enquêteur dans ce type d'entretien est d'encourager l'interviewé à parler et donner d'avantage d'information sur la thématique de sa recherche. Les questions posées dans ce type d'entretien sont relativement ouvertes, l'enquêteur doit les recentrer afin de ne pas perdre de vue l'objectif qu'il s'est fixé* ».

Toutefois, notre entretien est composé de trois axes et à leurs tours chaque axe porte des questions ouvertes afin de réaliser notre enquête avec l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur », et ces axes sont les suivants :

- L'objectif de contenu partagé sur la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur », ce premier axe contient deux questions, la première c'est quel est l'objectif de la page et la deuxième question c'est son rôle.
- Les stratégies de contenu partagé sur la page, ce premier axe trois questions, sont ; quels types de contenu, par quelle méthode sensibiliser le citoyen sur les types, est ce que le citoyen respecte la diversité culturelle.
- Les techniques utilisées par cette page dont on a posé une question sur les techniques par l'administrateur partage le contenu avec, cependant on a ajoutée d'autres questions une sur les défis rencontrés par la page, les critiques reçues de la part des utilisateurs, et c'est quoi le projet à venir de la page.

Dans notre étude on a utilisé l'entretien semi-directif, en vue d'élaborer un dialogue face à face avec l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur », dans le but de collecter les différentes informations correspondantes à notre enquête, tout en s'assurant de ne pas nous éloigner de notre étude.

b. Le questionnaire

Le questionnaire est un genre de test écrit, composé d'un certain nombre de questions, proposées à ensemble plus ou moins élevé d'individus, et qui vise à déceler des opinions, des attitudes, ...afin de comprendre et expliquer des faits : « *Le questionnaire est un outil qui permet de prélever des réponses de manière systématique* » (Anger, 1997, p. 16). C'est la

technique la plus utilisée et la plus répondue après l'entretien et qui se différencie du sondage d'opinion par son objectif visant la vérification d'hypothèses.

Dans le cadre de la méthodologie de notre étude, le questionnaire de recherche est structuré autour de trois axes principaux pour une analyse approfondie.

- ❖ **Le premier axe** nommé « **Informations démographique des répondants** » est consacré aux données personnelles des membres de notre échantillon, incluant des informations sur le genre, l'âge, la faculté, la spécialité et le niveau d'étude des étudiants, permettant ainsi de recueillir des informations démographiques des participants ainsi de dresser un profil détaillé des participants et de contextualiser les résultats obtenus.
- ❖ **Le deuxième axe** : S'articule autour de notre deuxième hypothèse, qui postule que « Les étudiants de l'Université de Abderrahmane Mira, Bejaia s'intéressent à suivre la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». Ce volet est divisé en trois indicateurs distincts :
 - **Fréquence** : Ce segment comporte quatre questions visant à mesurer la fréquence avec laquelle les étudiants consultent la page, incluant les moments de la journée où ils sont les plus actifs et comment ils ont découvert la page Facebook « Bejaia sois l'observateur.
 - **Raisons** : Quatre questions sont posées pour identifier les motivations principales des étudiants à suivre cette page, telles que le besoin d'information locale, l'intérêt pour les événements civiques, et le type de contenu à suivre par les étudiants pour la recherche de renseignement pratique.
 - **Objectifs** : Enfin, quatre questions visent à comprendre les attentes des étudiants vis-à-vis de la page, qu'ils cherchent à se tenir informés, ou à atteindre d'autres objectifs spécifiques.
- ❖ **Le troisième axe** : Est dédié à notre troisième hypothèse, qu'est « l'impact des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants suite à leurs suivis et à leurs intérêts aux contenus partagé par la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur ». Cette hypothèse est composée de deux indicateurs distincts :
 - **Perceptions** : onze questions sont posées pour montrer comment les étudiants perçoivent le contenu partagé sur la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur », telles que les actions qui attirent le citoyens, les sujets qui les intéressent, le contenu relatif aux aides sociales, implication des citoyens dans les activités citoyennes,

l'engagement dans la communauté locale, l'influence de contenu envers les activités citoyennes, la sensibilisation par le contenu partagé, la compréhension des droits de citoyen, Les droits soulevés par la page.

- **L'évaluation** : cet indicateur porte six questions qui déterminent comment les étudiants évaluent le contenu de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » : l'information sur les actualités de la wilaya de Bejaia, la compréhension des messages, l'appréciation de la langue, le partage des publications de la page sur le profil personnel, la langue préférée et les techniques de partage de contenu.

En structurant le questionnaire de cette manière, nous visons à obtenir une compréhension holistique des interactions entre les étudiants et la page Facebook, et à évaluer les effets potentiels sur leur perception et leur pratique de la citoyenneté.

3. La population d'étude

La population d'enquête « est ensemble du groupe humain visé par les objectifs de l'enquête » (Mallen, 1982). Il est crucial d'assurer la représentativité de l'échantillon pour pouvoir appliquer les informations recueillies à l'ensemble de la population et tester les hypothèses dans la réalité.

Notre population est l'ensemble des étudiants abonnés à la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » concernées toutes les facultés ainsi de différentes spécialités de l'université Abderrahmane Mira, Bejaia.

4. L'échantillonnage et L'échantillon

« L'échantillonnage est l'ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon » (Angers M., 1992, p. 352).

« Echantillon est un sous-ensemble d'éléments d'une population donnée ». (Angers M. 1992, p. 353).

Dans notre étude, par rapport à notre population d'étude, nous supposons qu'une méthode d'échantillon non probabiliste plus précisément par accidentel et volontaire sont adéquates à notre terrain et qui nous a permis ainsi de prélever l'ensemble de personnes concernées par notre thème ; le caractère accidentel est dû à la diffusion en ligne du questionnaire. En ce qui concerne le caractère volontaire, leurs réponses sont fournies de leur propre initiative.

Nous avons opté pour un échantillon de 120 répondants grâce à notre questionnaire qui s'est partagé dans la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » qu'est un avantage que notre enquête dure seulement deux jours de 29 mai 2024 au 5 juin 2024.

5. Les difficultés rencontrées

Tout au long de notre recherche, nous avons dû surmonter plusieurs obstacles qui ont mis à l'épreuve notre travail. Ces défis ont été nombreux et variés, et nous les avons identifiés dans les points suivantes, résumés de façon concise mais signifiante :

- Le manque d'études antérieures sur notre thème de recherche a limité notre capacité à nous appuyer sur des travaux existants pour orienter notre propre recherche.
- Nous avons été confrontées à un manque de ressources documentaires sur notre sujet de recherche, ce qui a rendu difficile notre recherche d'informations pertinentes de plus.
- L'indisponibilité de la connexion Internet dans notre bibliothèque, ce qui a compliqué nos recherches de manière efficace.
- Certains répondants n'ont pas fourni toutes les réponses attendues.
- L'insuffisance du temps pour mener à bien cette recherche.
- Nous avons eu des difficultés à contacter l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » pour obtenir son accord afin qu'il accepte de nous promouvoir dans notre étude.

Chapitre 03

La communication territoriale et les acteurs territoriaux

Section01 : communication territoriale

1. Évolution du concept

L'adoption de la politique de communication territoriale pour planifier et gérer les territoires est très ancienne. L'historien Stephen Ward (1998), considère que cette politique a commencé dès le 19^e siècle. Encore, pendant la période coloniale aux Etats-Unis, la communication territoriale considère comme un outil essentiel dans le secteur agricole pour promouvoir et commercialisé des terres agricoles, dans le but d'attirer de nouveaux résidents et favoriser la construction

Pourtant, nous constatons un manque dans les recherches théoriques traitant du concept de la communication territoriale dans la littérature française. A l'exception des travaux de « Pailliat » qui a traité le concept du territoire dans la recherche en communication, les études présentant une analyse (théorique ou historique) du concept de la communication territoriale, de communication municipale ou communication locale restent quasiment absentes. Le sujet de la communication (ou d'information) dans l'espace local était fortement présent dans la recherche en sciences de la communication. En outre, ce sujet a fait l'objet de traitement dans d'autres disciplines tels que la politique, la géographie et enfin l'urbanisme. Alors qu'il est dans l'espace francophone comme domaine littéraire, le concept de la communication territoriale était présent dans l'espace anglophone comme étant une pratique.

En se référant aux travaux déjà réalisés par des chercheurs en la matière, le concept de communication territoriale a été considéré de différentes manières, que ce soit : « communication territoriale » « communication publique territoriale » « communication des collectivités locales », « communication municipale », « information municipale », « information locale »... etc. cette évolution lexicale à travers le temps est due essentiellement aux modifications apportées aux textes juridiques et constitutionnels des pays.

La communication territoriale s'adresse par défaut à un territoire. Ce territoire désigne « une « portion de l'espace terrestre dépendant d'un État, d'une ville, d'une juridiction ; espace considéré comme un ensemble formant une unité cohérente, physique, administrative et humaine : Le territoire national » (définition : territoire-dictionnaire de français Larousse. En outre, étymologiquement, le concept de territoire est issu de latin « territorium » et désigne « un système complexe, dynamique et caractérisé par de nombreuses variables interdépendantes, c'est une organisation collective animée par les

acteurs qui composent, le territoire désigne aussi un lieu de maîtrise de synthèse, de compromis, d'expérimentation et d'évaluation».

Est donc un produit intangible et entité à multiples facettes qui peut être consommée de différentes façons.

Ainsi, la communication crée une empathie réelle entre habitants d'un territoire et son avenir. Elle est censée donner ou redonner de la fierté d'appartenance ; elle devrait valoriser l'identité et l'image du territoire. Une image positive est bénéfique pour assurer et pérenniser le dynamisme et partant, l'économie, la culture, l'éducation, la qualité de vie..., tout ce qui tisse le quotidien des individus qui y vivent. (EL ABBADI A. E., 2023, p. 245à246)

2. Les objectifs et les spécificités de la communication territoriale

2.1. Les objectifs

La communication territoriale vise à atteindre des objectifs au près des citoyens au sein d'un territoire, et parmi ses objectifs en trouve les suivants :

- 1- Promouvoir l'attractivité des territoires visé à vis d'une audience externe ce qui veut dire c'est de valoriser l'attrait des régions auprès d'un public extérieur, et rendre les endroits plus attirants pour ceux qui ne les connaissent pas encore.
- 2- Faire connaître les engagements, les succès et les actions menées par la collectivité.
- 3- Promouvoir des causes d'intérêt général et d'encourager des initiatives pour le bien commun.
- 4- Mobiliser la participation des populations et d'encourager l'implication des citoyens.
([slideshare.net.communication-territorial-12](https://www.slideshare.net/communication-territorial-12) ; p. 5)

2.2. Les spécificités

La communication territoriale comprend quatre principales spécificités :

- 1- Le fait que ce soit un territoire qui interagit, c'est-à-dire une entité géographique et sociologique.
- 2- Étant donné qu'il s'agit d'une institution représentative : elle n'est ni une entreprise, ni une structure commerciale. Par conséquent, Elle s'adresse donc au citoyen qui n'est ni client, ni consommateur, mais usager.
- 3- Au tant qu'une administration : elle valorise les services publics et rend compte de sa gestion.

- 4- Enfin, elle doit inclure un objectif d'intérêt général, tel que l'animation de la vie démocratique au niveau local. (slideshare.net.communication-territorial-l2, p8)

3. Les principales missions de la communication territoriale

Habituellement, il y'a six missions sont données à la communication territoriale parmi ses missions en trouve les suivantes :

- Une mission citoyenne, confirmée par la loi : rendre compte de l'action des institutions élus, rendre lisible la décision publique, animer la vie démocratique locale pour favoriser la participation des habitants qui veut dire qu'elle vise à surveiller que les lois sont correctement mises en œuvre, rendre transparentes les actions des représentants élus, clarifier les décisions publiques et dynamiser la vie démocratique locale pour encourager la participation des résidents.
- Une mission d'information publique : contribuer au bon fonctionnement des services publics en assurant l'accès aux droits, c'est-à-dire garantir l'accès aux droits et à soutenir l'efficacité des services publics.
- Une mission sociétale : éclairer les enjeux collectifs (civisme, prévention, santé...) et chercher à faire évoluer les comportements individuels, veut dire elle cherche à encourager un changement dans les comportements individuels, visant à éclairer la société sur des questions importantes et à promouvoir des actions individuelles contribuent à leur résolution.
- Une mission de promotion du territoire : porter l'identité, valoriser les atouts, attirer les activités économiques ou touristique, elle vise à promouvoir le territoire, consiste à mettre en valeur les atouts, les ressources et les opportunités d'une région dans l'objectif de stimuler le tourisme et l'attractivité globale du territoire.
- Une mission d'animation de territoire ; soutenir ses activités culturelles, sportives, économiques et sociales, elle consiste à appuyer les activités culturelles, sportives, associatives, économiques et sociale dans le cadre de l'animation territoriale.
- Une animation interne : consiste à informer les agents et à participer à la gestion des équipes (Bonnetain & Deljarrie, 2014, pp. 30-39).

4. Les enjeux de la communication territoriale

L'information des citoyens signifie que les grands médias sont responsables de diffuser des informations sur les événements nationaux et internationaux de manière publique, accessible, compréhensible cohérente.

- La mise à disposition des services qui veut dire que la mise à disposition des services modernes jouent un rôle crucial pour informer les citoyens sur leurs droits et leurs responsabilités.
- La rupture de l'isolement pour les chômeurs, les handicapés et les habitants des quartiers défavorisés par un accès limité aux avantages de la considération mais en leur offrant une écoute attentive et des services adaptés.
- La variation de la vie locale c'est-à-dire que la communication locale tire parti des ressources promotionnelles pour mettre en valeur la dynamique de la communauté en mettant en lumière ses attraits, ses aspirations et ses ressources. (Nassima, pp. 99-100)

Section 02 : les acteurs territoriaux

1. Généralités sur les acteurs territoriaux

Il semble que les élus locaux, comme Georges Frêche, le maire de Montpellier dans les années 1980, ont été des pionniers dans la promotion de la communication territoriale, en s'impliquant directement dans l'action et en utilisant leur territoire. Cela montre l'importance de la communication locale dans le développement des communautés. C'est-à-dire c'est intéressant de voir comment certains élus locaux ont pu jouer un rôle clé dans la promotion de leur territoire grâce à leur implication directe, cela montre à quel point la communication locale est cruciale pour façonner l'image et le développement d'une région.

Les acteurs locaux ont rapidement pris le contrôle de la communication en utilisant le discours politique. Dans ce contexte, l'importance de la communication a souvent été justifiée comme étant essentielle à la démocratie. Pierre Mauroy, qui a été le maire de Lille de 1973 à 2001, partage cette vision de l'importance de la communication dans la vie politique locale.

Pour que la démocratie locale prospère, il est essentiel que les citoyens aient accès à une information transparente, leur permettant de former leurs propres opinions sur la manière d'impliquer le plus grand nombre dans la vie communale et de favoriser un dialogue continu entre les habitants et les élus locaux.

De plus, l'engagement des élus dans la communication s'inscrit dans une volonté d'adaptation aux nouvelles pratiques de gestion. L'accroissement des responsabilités des maires les oblige à adopter un rôle de gestionnaire, exigeant ainsi d'avantages de professionnalisme. Dans les années 1980, avec la montée de la puissance de la légitimité de communication organisationnelle, la gestion professionnelle s'impose notamment à travers la communication managériale. Selon Garry 1993, les élus locaux ont commencé à externaliser la communication

de leur collectivité en recourant à des agences externes, démontrant ainsi leurs professionnalismes dans la gestion à une époque où les compétences internes en communication étaient encore limitées. (Awono, 2015, pp. 96-97)

Acteurs territoriaux et développement local

Le développement local se définit comme « une stratégie de développement orientée vers l'action qui valorise les potentiels locaux, mise sur les acteurs locaux et la dynamique qui les anime, et interprète et tire avantage des politiques gouvernementales et de l'aide externe » (NAIMA, 2018, p. 7)

➤ Parmi les objectifs de développement local comme suit :

- Le développement local vise à mobiliser l'opinion publique et à intégrer dans le processus d'information et de transformation. Il encourage cette opinion à s'impliquer dans les activités quotidiennes, en cultivant un sentiment collectif qui influence les pensées, les comportements et les actions pour assurer la réussite.

- Il vise à unifier les communautés locales, et les transformer en un état de cohésion et d'interdépendance afin de favoriser une croissance d'une façon équilibrée.

- Il suscite une participation émotionnelle et établir des liens entre le plus grand nombre de projets et de collectivités locales, en créant ainsi un nouvel esprit dans les relations de production et les services.

❖ Il y a aussi ceux qui résumant les objectifs de développement local en deux objectifs principaux qui sont :

- **Objectifs de réalisation** : comprend l'ensemble des réalisations matérielles issues du développement local.

- **Objectifs moraux** : incluent tous les changements comportementaux, cognitifs et compétences qui émergent chez les membres de communauté pendant leur participation dans le processus de développement local. (Rabia, 2023, pp. 356-357).

2. Les acteurs de développement local

Les acteurs locaux jouent un rôle primordial en tant que représentants du gouvernement. Mais ils sont également des acteurs clés de la gouvernance territoriale, en recherche d'une participation active de la société civile. Les pratiques des acteurs publics des collectivités locales renseignent sur la volonté des Etats d'instaurer ou pas les conditions favorables à un travail collectif de construction de territoire.

Les programmes et les projets de développement local ont été le fruit d'une gestion étatique, où la majorité des acteurs travaillaient pour « l'Etat providence » les décideurs au niveau de la wilaya, daïra et communes, les entreprises de wilaya communales, les cadres administratifs et techniques.

Le financement provenait de l'Etat, par le biais des programmes sectoriels décentralisés (PSD) ou des plans communaux de développement... Ainsi, les populations ont vu leurs conditions de vie s'améliorer pratiquement de manière passive étant rarement consultées même pour exprimer leurs priorités. Cependant, peu d'efforts pour la création d'emplois stables, l'augmentation des revenus, la création de richesses..., l'aspect économique, n'a pas été suffisamment pris en compte et l'exode a continué même dans les zones dans lesquelles les conditions de vie ont été améliorées. Car la pauvreté de revenus a aggravé les effets de la pauvreté de potentiel (désertification, érosion, sécheresse persistante...).

Le passage de l'économie administrée à une économie de marché et le passage d'un système étatique à un système libéral été annoncé depuis 1988. Cependant, ces changements ont été mis en œuvre que depuis 1994 et 1995. Correspondant, à la période de négociation pour rééchelonnement de la dette extérieure avec la banque mondiale suivie d'un accord de facilité de financement élargie. L'octroi de prêt au titre de soutien à la balance des paiements et la reprise du développement par le biais de stimulation de la croissance et la stabilisation, constituait un avantage conditionnel qui devait être accompagné de réformes économiques et d'un programme d'ajustement structurel approprié. (NAIMA, 2018, p. 16)

3. La partition des acteurs territoriaux

L'ensemble de ces acteurs participe, chacun à sa manière, à la mise en œuvre d'une politique économique locale. Il trouve « placé » et intégré au sein d'une partition d'ensemble qui se compose, autour du ou porteurs de projet, des acteurs suivants :

- Dans le domaine économique, les entreprises, puis les chambres consulaires. Les atouts des entreprises présentes sont l'alliance dans la concurrence, les services, la demande de sous-traitance.
- Les services centraux puis les services déconcentrés de l'Etat avec les Ministères, incluent l'aménagement du territoire, les préfectures ainsi que les secrétaires et directeurs généraux de leurs services. Ils ont pour mission fournir des formations.
- Les personnels qualifiés : experts universitaires et chercheurs. Ont pour atouts l'information, la valorisation des connaissances et la communication.

- Les associations de population, clubs et réseaux professionnels, agissent comme contrepoids des lourdeurs institutionnelles. Leur atout réside dans leur capacité à gérer et accompagner l'insertion.
- Les structures territoriales telles que les élus, les mairies, les conseils généraux et régionaux, les comités régionaux et les agences de développement, sont des sources de dynamisme, qui se substituent au modèle centralisateur car elles sont mieux à même de répondre aux effets d'une crise économique et sociale que l'Etat ne peut pas juguler. Ils ont plus souvent la maîtrise de foncier et des finances.(Denieuil, 1999, pp. 7-8).

Chapitre 04
La citoyenneté et les
réseaux sociaux
numériques

Section 01 : citoyenneté

Dans cette première section, nous allons illustrer certains points essentiels relatifs à la citoyenneté, ses origines historiques, ses types et ses dimensions.

1. Origines historiques

Bien que la notion de citoyenneté soit largement présente dans la pensée politique moderne, son évolution historique s'avère être un processus complexe et multifactoriel, intrinsèquement lié aux variables socioculturelles spécifiques à chaque group social, ainsi qu'aux influences globales environnantes. En générale, ce concept a traversé trois phases distinctes, intimement liées aux mutations politiques qui ont façonné l'établissement des Etats- et la définition de leurs bases culturelles et politiques :

1.1. La première étape

Après les guerres de religion et la ratification du traité de Westphalie, qui a mis fin à de nombreuses années de conflits entre l'Église catholique et le protestantisme, un consensus a émergé sur l'adoption des principes régissant les relations internationales. Ces principes peuvent être résumés comme suit :

1.1.1. Le principe de loyauté nationale

Cela implique que la loyauté des individus et des peuples est envers la nationalité plutôt que l'Église, et que la relation individuelle avec l'Église est une relation spécifique avec son signeur. Par conséquent, il est nécessaire de distinguer entre l'aspect idéologique et les questions politiques. Cette distinction a conduit à l'émergence du principe de laïcité, qui vise à séparer la religion de l'Etat afin de prévenir l'éclatement de nouveaux conflits armés.

1.1.2. Le principe de souveraineté

Un Etat d'éteint le pouvoir de prendre des décisions autonomes à l'intérieur de ses frontières et peut rejeter les décisions provenant de l'extérieur. En conséquence, la souveraineté de l'États s'étend sur son territoire, où il exerce son autorité décisionnelle.

1.1.3. Le principe de non-ingérence dans les affaires intérieures des Etats

Il se résume au droit de chaque Etat de choisir librement ses systèmes politiques, culturels, sociaux et économiques sans ingérence de forces extérieures.

1.2. La deuxième étape

Elle se résume à l'approbation du principe de la participation politique et au développement qui l'accompagne dans les formes de pouvoir et à la délibération pacifique à leur sujet.

1.3. La troisième étape

La pensée politique occidentale, tout en façonnant les institutions de l'État-nation moderne fondé sur le principe de la légalité et l'inclusion de tous les citoyens, reflète une évolution constante. Ainsi, la citoyenneté n'est pas un statut immuable ou prédéfini, mais plutôt un processus dynamique, influencé par des facteurs historiques, culturels et contextuels. Elle émerge et se développe à travers des conditions et des éléments objectifs qui doivent être présents pour se maintenir et se propager. (Mimoun, 2021, pp. 662-663)

2. Les types de la citoyenneté

2.1. La citoyenneté conçue selon le modèle de la famille

Dans cette perspective, ce qui compte le plus, ce sont les valeurs de vivre ensemble et des liens émotionnels. Ainsi, dans ce type de citoyenneté, l'essence est souvent liée à des réalités collectives, telles que l'appartenance à une communauté ethnique, linguistique ou culturelle, ou à une vision du monde partagée.

Comparé à l'idée de la citoyenneté démocratique, ce modèle a ses limites en raison du risque de comportements paternalistes et de la tendance à privilégier les émotions plutôt que la discussion rationnelle. Cela peut conduire à des dérives nationalistes, comme l'histoire l'a montré à maintes reprises.

De plus, ce modèle est naturellement hiérarchique : tout comme une famille a une structure hiérarchique avec des parents et des enfants, une société basée sur ce modèle tend à avoir des couches sociales que ne correspondent pas vraiment à l'égalité républicaine.

En ce qui concerne l'éducation, ce modèle inclut toutes les pratiques qui encouragent l'expression dans la classe et favorisent le respect et la reconnaissance des différences mutuelles. Par exemple, dans la pédagogie Freinet, cela se reflète dans les discussions autour des sujets libres et les activités où chacun peut partager ses nouvelles.

2.2. La citoyenneté inspirée du modèle du travail

En ce qui concerne l'éducation, ce modèle encourage toutes les pratiques pédagogiques qui mettent en avant le travail en groupe, les activités collaboratives et productives. Des approches telles que celles de Dewey et de Freinet valorisent ces activités qui impliquent un type de communication pratique, différent de l'expression personnelle mentionnée précédemment. Des exemples incluent les conseils coopératifs et les projets pédagogiques.

Dans le cadre de la méthode Freinet en particulier, la classe est comparée à une entreprise en marche ou à un atelier.

Cependant, tout comme la famille, ce modèle de travail a ses limites du point de vue de la citoyenneté républicaine et démocratique. Bien qu'il encourage la collaboration, il peut également nourrir la compétition. De plus, Il comporte une structure hiérarchique (patron, cadres, contremaître, ouvriers) qui n'est pas compatible avec l'idée d'égalité citoyenne.

En outre, l'accent mis sur l'efficacité et la productivité peut entraîner l'exclusion des moins performants, contredisant ainsi les valeurs civiques de solidarité universelle.

2.3. La citoyenneté inspirée du modèle de la discussion

Comme les précédents, ce paradigme comporte lui aussi certaines limites : il réduit la citoyenneté à une relation purement discursive et intellectuelle (débat, confrontation des opinions en vue d'aboutir à une décision collective. (Glichet, 2002, pp. 105-124)

3. Les dimensions de la citoyenneté

- Pour Marshall, la citoyenneté moderne se compose de trois dimensions :
- **La citoyenneté civile** comprend les droits nécessaires à la liberté individuelle de la personne. Marshall cite la liberté de parole, de pensée et de religion, la liberté d'établissement, le droit à la propriété, le droit de conclure des contrats valides, le droit à la justice (consistant dans le droit de défendre et de faire valoir ses droits de manière légal défini). La citoyenneté civile a également pour Marshall une composante économique, dont l'élément fondamental est le droit au travail, entendu ici comme le droit d'avoir l'occupation de son choix au lieu de son choix et de contracter librement un contrat de travail.
- **La citoyenneté politique** consiste dans « le droit de participer à l'exercice du pouvoir politique, comme corps investi d'une autorité politique, ou comme électeur des membres de ce corps. Plus que l'ajout de nouvelles composantes, l'histoire du

développement de la citoyenneté politique est celle de son extension à de nouveaux segments de la population.

- **La citoyenneté sociale** quant à elle est constituée de l'ensemble qui va « du droit à un bien-être et une sécurité économiques minimums au droit de partager pleinement l'héritage social et de vivre la vie d'un être civilisé conformément aux standards existants dans la société ». (Bickel, 2007, pp. 11-28)

4. Valeurs de citoyenneté

Les principes de la citoyenneté englobent le respect des droits et des devoirs envers la collectivité, ainsi que la défense de l'égalité et de la justice dans les actions et les attitudes. Cela implique également un engagement à collaborer avec autrui pour le bien général, conformément à la loi, et à contribuer au progrès de la société par une participation active à des initiatives bénéfiques. Cette approche repose essentiellement sur le respect et la protection des droits humains. Il est crucial de souligner l'importance de valeurs comme la dignité, le respect de soi, ainsi que la promotion de la justice, de la responsabilité et de l'égalité. Ces valeurs doivent être intégrés dans notre quotidien afin de garantir un avenir meilleur pour tous.

❖ Parmi les valeurs de citoyenneté comme suit :

- **L'appartenance** : est un sentiment de fierté et d'attachement que ressent un individu envers sa nation. Cette fierté se manifeste par un engagement concret envers les valeurs, les normes et les lois du pays, et par un désir de mieux connaître les spécificités de cette appartenance. La citoyenneté se mesure par la participation active de l'individu à la communauté, où il exerce ses droits et assume la responsabilité de sa protection, renforçant ainsi son sentiment d'appartenance et son amour pour son pays. L'appartenance est un sentiment profond présent en chaque individu, qui se développe grâce à l'éducation et se traduit par des actions positives au sein de la société.
- **La responsabilité sociale** : quant à elle, est une valeur essentielle de la citoyenneté, qui a pris de l'importance après la Seconde Guerre mondiale. Chaque citoyen est responsable de son poste de travail et doit aussi contribuer dans d'autres domaines en fonction de ses capacités. Cette responsabilité implique que l'individu respecte l'autorité sociale, les normes, traditions et opinions publiques. Elle se caractérise par un retour aux valeurs culturelles et sociales. La responsabilité sociale représente la

responsabilité morale en action, tant envers le groupe qu'envers soi-même, et elle engage l'individu à des comportements socialement responsables.

- **Le respect de la loi** : est un pilier de la citoyenneté, impliquant que chaque individu doit respecter les lois en toutes circonstances. L'état de droit doit être une réalité pour tous, et le respect des lois repose sur l'accomplissement des devoirs citoyens. Le non-respect de ces devoirs entraîne des sanctions légales. La légitimité d'une loi pour un individu dépend de sa capacité à garantir ses droits et à préserver sa dignité, sans lui demander plus ce que ce qu'il peut accomplir.
- **La tolérance sociale** : est un comportement essentiel et civilisé pour permettre la coexistence harmonieuse entre les individus. Cela implique de s'habituer à accepter les autres, même lorsqu'ils ont des idées différentes des vôtres, et de percevoir cette diversité comme une caractéristique naturelle de la vie et de la société. La tolérance signifie aussi la capacité de chacun à cohabiter avec des personnes de religions, races et courants intellectuels variés, tant au sein de sa propre société qu'à l'extérieur. Cette coexistence doit être fondée sur l'affection et la convivialité, chacun respectant les droits, coutumes, traditions, religions et valeurs de l'autre. (Hussein & Gomaa, 2019, pp. 132-133)
- **La solidarité** : est une valeur qui implique d'être ouvert et fraternel envers les autres, en faisant preuve d'attention et de soutien envers leur vie. Elle repose sur la reconnaissance que chaque citoyen ne constitue pas une entité isolée, mais fait partie intégrante d'une communauté unie par un objectif commun.
- **Le respect de bien-public** : implique que les citoyens prennent soin et préservent les installations et les équipements destinés à être utilisés par tous. Cela signifie que chacun doit prendre ses responsabilités pour protéger les biens communs et les maintenir en bon état pour le bien-être de la collectivité.
- **La paix** : représente un état de tranquillité et de coexistence pacifique, caractérisé par l'absence de conflits et de tensions entre les individus, les groupes et les communautés. C'est un équilibre social où l'harmonie et la solidarité, favorisant la collaboration et le respect mutuel entre tous les acteurs de la société (Zongo, 2019).

Section 02 : Réseaux Sociaux Numériques

1. Histoire

L'étude des réseaux sociaux n'est pas une science nouvelle puisqu'au cours des années 30, certains théoriciens avaient déjà mis au point des méthodes complexes afin d'étudier les interactions au sein des réseaux. Dans les années 60, l'Ecole de Manchester a également employé dans ses études menées sur l'urbanisation « la théorie des réseaux sociaux »

« La notion de « réseau social » (social network) fait sa première apparition dans un article de l'anthropologue britannique John Arundel. Banes (1960). Depuis, le recours à la notion de réseau pour désigner des ensembles de relation entre personnes ou entre group sociaux s'est largement répandu, à l'intérieur des sciences sociales puis par l'ensemble des individus.

Dans un monde qui s'élargit de plus en plus vite et où les interactions entre les personnes éloignées les unes des autres sont indispensables, il a fallu mettre en place ces réseaux qui permettent de communiquer plus facilement et surtout avec des individus qui partagent des points communs afin de créer des relations plus profondes.

« La théorie des Réseaux Sociaux » développée par Granovetter s'intéresse à ces structures relationnelles, notamment la force des liens faibles entretenus à l'intérieur du réseau social. Granovetter, sociologue américain, étudie alors la fréquence des contacts avec les relations ayant permis aux individus aux individus d'accéder à un emploi. Il remarque que, contrairement à ce que l'on pourrait intuitivement penser, dans la majorité des cas, ces contacts sont seulement occasionnels.

En 1973, Granovetter développe l'idée que les « liens faibles » permettent aux individus de saisir des opportunités dont ils n'auraient pas eu connaissances par le biais de leur « liens forts » parce que les contacts avec lesquels l'on est faiblement lié évoluent dans des environnements sociaux plus variés.

Donc plus les réseaux sont ouverts avec de nombreux liens faibles, plus les relations sociales sont susceptibles d'introduire de nouvelles idées et de possibilités à leurs membres. Pour lui, défend l'idée que les liens faibles sont souvent plus efficaces pour la diffusion de l'information et des opportunités dans un réseau social. En effet, les liens faibles permettent de relier des individus appartenant à des groupes sociaux différents, favorisant ainsi l'ouverture à de nouvelles idées et ressources.(Zammar, 2012, pp. 54-55-56)

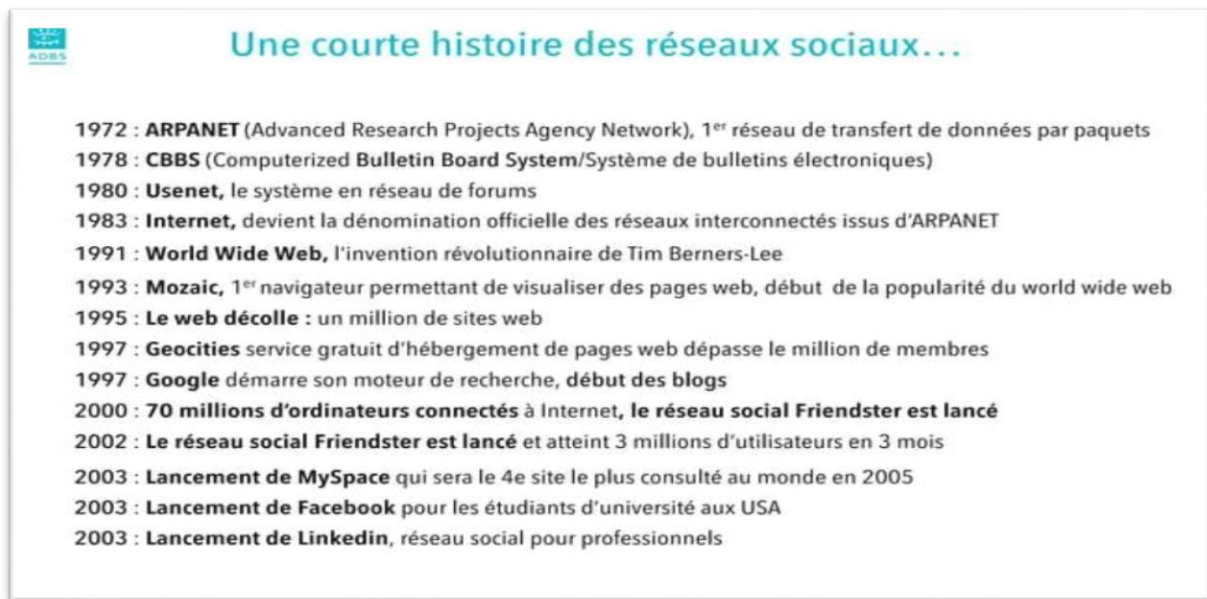
Le réseau est alors vite perçu comme un outil de socialisation. En 1999, le réseau Black Planet ressemble aux membres de la communauté afro-américaine. La même année, le coréen (CyWorld) fédère la jeune génération qui voit apparaître en 2000 le japonais Mixé. Tous permettent la constitution d'un réseau homogène répondant à la fonction première du réseau social : l'entre soi.

Les premiers services de réseaux sociaux répondent ainsi à la fonction de mise en relation des personnes appartenant à des populations définies par un besoin ou une situation.

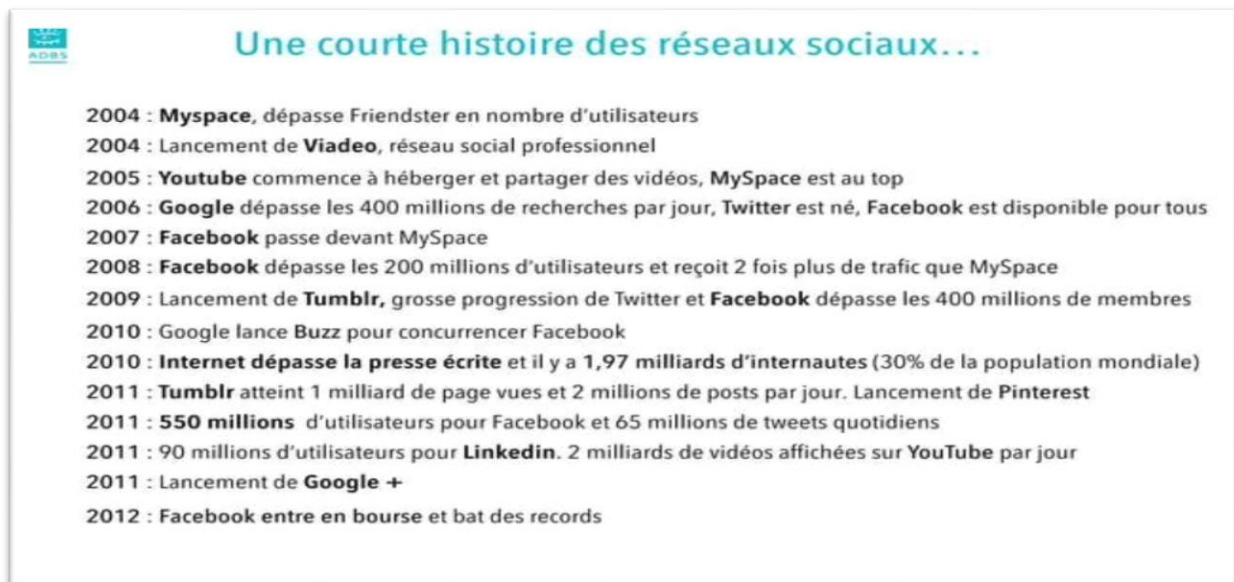
Le mouvement s'accélère et en 2002, (Friendster) permet de rencontrer les amis de ses amis. L'année suivante. Myspace se pose comme un réseau fédérateur de différents artistes.

Les révolutions technologiques permettent des interactions plus rapides entre les membres avec la création de partage internet. En 2004, (Mark Zuckerberg), alors âgé de 23 ans, crée Facebook. D'abord restreint à l'usage des étudiants d'Harvard, le réseau s'étend aux lycées puis prend une ampleur inouïe. Aujourd'hui, Facebook est le premier réseau social dans le monde.

Internet a connu une évolution avec l'arrivée du web 2.0, qui permet grâce aux divers appareils comme les ordinateurs, Smartphone, tablette, tactile, une interaction permanente entre les utilisateurs d'Internet à travers les blogs et les réseaux sociaux, qui peuvent aussi diffuser des informations ou créer du contenu par eux-mêmes grâce au développement des navigateurs(Tabti & Tatachak, 2021/2022, pp. 49-50)

Figure 1 : une courte histoire des RS entre 1972/2003

(Séguin, 2013)

Figure 2: courte histoire des RS entre 2004/2012

(Séguin, 2013)

- Deux figures illustrant la courte histoire des RS ont été intégrés afin de comprendre l'évolution de ces plateformes au fil du temps. Les figures présentent les étapes clés de l'évolution des réseaux sociaux, depuis la création des premières plateformes dans les

années 1972 jusqu'au 2012. En analysant ces données, il est possible de dégager les tendances majeurs, telles que l'importance croissante des RS dans la vie quotidienne des individus et son importance dans notre société moderne.

2. Les différents réseaux sociaux et leurs spécificités

La présence d'une association sur les réseaux sociaux ne relève presque pas d'un choix, mais plutôt d'une nécessité. En revanche, pour cette décision soit productive et diffuse le meilleur de vous-mêmes, il s'agit d'être pertinent quant à la qualité de votre présence digitale. En effet, tous les médias sociaux ne se valent pas. Le choix de la plateforme sur laquelle vous souhaitez être présent doit correspondre à l'essence même de votre association, aux types de contenus que vous souhaitez partager, ainsi qu'à la présence de votre audience cible. Prenez le temps de sélectionner les médias qui vous permettront de diffuser votre message de manière pertinente et d'atteindre votre public.

- **Facebook** C'est un réseau social qui permet de partager tout type de contenu (textes, vidéos, images, être en direct, partager des liens, etc.) et animer une conversation avec vos publics.
- **Twitter** Est un outil de micro-blogging ; veut dire que vos postes sont limités en caractère, qui permet d'envoyer des messages ou (tweets) de 140 signes aux internautes qui suivent chaque compte : les « followers » ou abonnés. Très populaire aux Etats-Unis où il est utilisé pour commenter les matchs de football américain et suivre les faits et gestes des stars, ce réseau se développe également en France. La communication Twitter française connaît en effet une croissance exponentielle.
- **LinkedIn** Réseau professionnel par excellence, LinkedIn permet de diffuser du contenu de qualité relatif à des sujets directement ou moins directement reliés à votre activité, auprès de professionnels et de prospects de vos secteurs d'activité.
- **Google +** Dès son lancement en 2011, ce réseau avait pour objectif d'allier les caractéristiques de Facebook à celle Twitter. Il a notamment fait polémique à cause de l'inscription automatique à chaque création d'un compte Gmail. Malgré les efforts de Google pour l'imposer, Google + n'a pas vraiment rencontré son public, l'activité des utilisateurs demeure relativement faible, sauf dans quelques secteurs comme le marketing digital ou les nouvelles technologies où la conversation est régulièrement nourrie par des communautés de fans. Ce réseau se distingue essentiellement par quelques services originaux comme le service de chat vidéo Hangouts.

- **Pinterest et Instagram** Applications concurrentes permettant de diffuser de l'information sous forme de visuels qui connaissent une forte progression en termes d'usage par les internautes.

Très utile donc pour une association ayant une activité visuelle et pour le E-commerce. Tout comme Twitter, les célébrités de la mode et du sport (ainsi que la télé réalité) sont très présentes sur Instagram, entre autres, dans le but de faire suivre leurs activités et leurs publics. Les plateformes vous permettent de créer vos contenus sous forme d'images, de vidéos, mais aussi d'aller en direct pour transmettre directement l'image d'un évènement. Possibilité de création de visuels, photos, etc. Très utilisés par les jeunes.

- **YouTube** Appartenant à Google et inscrit au sein du réseau Google+, YouTube est l'une des plus célèbres plateformes de partage et de diffusion de vidéos. Sa dimension sociale passe notamment par Google+ mais également par l'ensemble des échanges possibles directement sur la plateforme (commentaire, partage de playlist, etc.)
- **Snapchat** Lancé en septembre 2011, l'application Snapchat permet d'envoyer des messages avec des images ou des vidéos qui s'autodétruisent au bout de 1 seconde à un temps infini (la durée est choisie par l'expéditeur). Les utilisateurs peuvent notamment s'adresser des selfies, agrémentés ou non de « lenses » permettant aux utilisateurs d'ajouter des masques en réalité augmentée à leurs photos et vidéos. Plusieurs centaines de millions de Snap sont échangés chaque jour dans le monde.
- **Tumblr** plateformes de micro-blogging créée en 2007 et permettant à l'utilisateur de poster du texte, des images, des vidéos, des liens et des sons sur son tumblelog, son slogan est « Postez n'importe quoi de (n'importe où), personnalisez tout ». Tumblr a été racheté en 2013 par Yahoo!. Après l'achat de Yahoo! Et son union avec AOL, orchestrée par Verizon, la nouvelle entité, rebaptisée Oath, devient la mère de Tumblr en juin 2017. (Adary & Mas, 2018, p. 403)

3. Les caractéristiques des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux offrent à des individus la possibilité de créer des comptes gratuitement, induisant la notion d'**identité numérique**. Ils ont comme caractéristiques d'être faciles à utiliser. Des fonctionnalités diverses permettent aux utilisateurs de communiquer et de partager des informations entre eux. Voyons quelles sont ces fonctionnalités qui favorisent facilement le partage de contenus et l'interaction entre membres.

- **Création d'un espace personnel** Proposé par le réseau social pour se faire connaître, l'espace personnel permet à l'utilisateur de renseigner son identité. Il personnalise ainsi son profil avec photo de son profil ou un avatar. Ce profil, une fois créé, peut être rendu **public, privé ou limité** à des membres choisis par l'utilisateur.
La plupart des réseaux sociaux exigent tout de même une véritable identité, un prérequis qui permet aux utilisateurs de se reconnaître et de se retrouver rapidement. D'autres champs peuvent être renseignés, comme le lieu de résidence, l'âge, la situation maritale, la profession... La plupart du temps, ces demandes varient d'un réseau à l'autre.
- **Outil de recherche et carnet d'adresses** Le réseau offre la possibilité de créer un carnet d'adresses. Ce carnet se constitue en lançant des invitations directement sur la plateforme. Il est possible d'identifier des contacts par mots clés, thèmes, liens professionnels, cursus scolaire, vidéo... etc. Les possibilités de communiquer et d'échanger avec sa communauté ou au sein du réseau sont multiples en fonctions des réseaux, les fonctionnalités varient selon les supports utilisés pour les échanges, comme le partage de vidéos, de musique, de photographies, la publication écrite ou éditoriale. Les RS proposent des versions mobiles qui permettent de toucher un maximum d'utilisateurs partout et à tout moment.
- **Un fil d'actualité** permet de suivre l'évolution des contenus postés par les contacts de l'utilisateur. Ils peuvent organiser des événements et partager des liens sur projet professionnel ou artistique, de liens familiaux, d'un sport ou d'un produit d'une idéologie. On retrouve ce fil d'actualité maintenant sur d'autres réseaux, comme LinkedIn.(Libaert, 2021, pp. 50-51-52)

4. Les opportunités et les risques des réseaux sociaux

4.1. Opportunités

- 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 qui séduisent et fidélisent encore les internautes.
- La possibilité offerte aux internautes d'interagir directement avec une organisation ou une entreprise.
- L'occasion offerte de toucher une audience ciblée sur des supports qu'elle utilise régulièrement.
- Fidéliser la clientèle ou les communautés grâce à la proximité qu'offrent les réseaux.

- Créer un lien personnel avec les utilisateurs ou clients.
- Le rayonnement planétaire et le multilinguisme possible qui permet de partager du contenu avec le monde entier.

En somme, les réseaux sociaux numériques offrent de nombreuses opportunités pour les individus en dehors du contexte professionnel, notamment en termes de connectivité, d'interaction sociale, de partage d'expériences, de découverte, de formation, d'éducation, de soutien et de solidarité. Il est donc important de tirer parti de ces opportunités pour enrichir son expérience en ligne et développer des relations positives avec les autres utilisateurs des réseaux sociaux.

4.2. Risques

- Les changements réguliers d'interfaces qui peuvent s'avérer désastreux auprès des utilisateurs. Par exemple Snapchat et son changement d'interface ; les utilisateurs peuvent ressentir un sentiment d'insatisfaction en comparant leur vie à celles des autres sur les réseaux sociaux, ce qui peut nuire à leur bien-être émotionnel.
- Les failles possibles sur la sécurité, notamment sur les données personnelles des utilisateurs ;
- L'impossibilité de réguler totalement les interventions des internautes et les contenus.
- La confrontation directe aux avis et opinions du grand public, surtout les avis et commentaires négatifs.
- Faire face en permanence à l'arrivée de nouveaux entrants parfois très segmentés.
- Le temps et le coût pour créer et fédérer une communauté.
- Les réseaux sociaux peuvent favoriser la propagation de fausses nouvelles, contribuant ainsi à la désinformation et à la manipulation de l'opinion publique. (Libaert, 2021, pp. 78-79-80)

Donc, il est important pour les utilisateurs de prendre des mesures pour protéger leur vie privée, gérer leur temps passé sur les réseaux sociaux et développer un esprit critique vis-à-vis des contenus partagés en ligne.

5. La citoyenneté numérique

La citoyenneté numérique, également appelée e-citoyenneté ou cyber-citoyenneté, est la version française de l'anglo-saxon digital citizenship. Selon nous, cela désigne une personne connectée, exerçant ses droits et jouissant de libertés dans l'espace numérique. Certains voient cela comme « *la capacité à participer à la société en ligne* » tandis que les autres parlent d'un

« *citoyen dont la relation au politique est médiatisée par les technologies numériques* ». Les travaux de Conseil de l'Europe définissent la citoyenneté numérique de manière plus ambitieuse : c'est « *la capacité à s'engager de manière positive, critique et compétente dans l'environnement numérique, en utilisant de compétence de communication et de création efficaces, pour pratiquer des formes de participation civique respectueuses des droits de l'homme et de la dignité, grâce à l'utilisation responsable de la technologie* »(TÜRRC, 2022).

En effet, le plan d'action lancé par le Ministère de l'éducation supérieur en 2018 établit un premier lien formel entre citoyenneté et numérique.

Le plan d'action prévoit également le développement d'un cadre de référence, qui voit le jour de l'année suivante. Ce cadre renforce le lien formel entre citoyenneté et numérique en faisant de la dimension « Agir en citoyen éthique à l'ère numérique » Il décline la citoyenneté numérique en quatre composantes, permettant de définir ces contenus curriculaires : les interactions en ligne éthique. Autrement-dit, il s'agit de prendre en compte la diversité des personnes et des contextes. (Collin, 2021)

En outre, la citoyenneté numérique se définit comme la capacité à participer à la société en ligne. En d'autres termes, ce concept indique que l'implication dans la vie politique et civique peut se réaliser via les plateformes numériques, qui peuvent même favoriser et intensifier cette participation active à l'amélioration à leur vie politique et civique. Au niveau régional, voire local, certaines mobilisations et pratiques citoyennes se développent également à l'aide de ces technologies.

En effet, le développement des réseaux sociaux semble donner aux citoyens un rôle plus actif dans la participation civique dépendent en partie des canaux de diffusion de l'information et de la coordination des actions via les outils de communication.(Mountasser, Ouzid, & Ouzid, 2021)

Partie Pratique

Chapitre 05

Présentation des données

1. Présentation du lieu de la recherche

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fil d'étude, intitulé « le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques, dans la promotion des valeurs de citoyenneté chez les étudiants », et dans le but de répondre à notre problématique par confirmer ou infirmer les hypothèses de la recherche, on a opté pour la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur ».

1.1. Présentation de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur »

« Bejaia Sois L'observateur » est une page Facebook créée le **9 avril 2015** par Mr **MOUALES Kada** élu de l'APW de la wilaya de Bejaia, il s'est considéré comme un influenceur et activiste citoyen, il est actif dans la société de Bejaia et a été impliqué dans plusieurs actions de sensibilisation et de communication sur des questions locales. Sa page contient **1.3 millions** ce qui fait **1 300 000** followers, **985 k** ce qui fait **985 000** montions j'aime sur la page. Cette dernière est considérée la source la plus fiable et la plus crédible de toutes informations locales pour les citoyens de la wilaya de Bejaia.

Cette page couvre divers sujets à la vie quotidienne à Bejaia, tels que l'état des routes, la santé, le sport, le social, environnemental et bien d'autres services locaux.

- La page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » a pour objectifs :
- Défendre l'intérêt général dans la wilaya de Bejaia.
- Sensibilisé le citoyen sur ce qui se passe dans la wilaya de Bejaia.
- Faire connaître aux citoyens leurs droits.
- Sensibilisé les gens à respecter les devoirs.
- Offrir des informations sur l'actualité de la wilaya de Bejaia.
- Diffuser des publications sur les aides sociales.
- Engager le citoyen dans la population locale.

Pour finir, « Bejaia Sois L'observateur » est une page communautaire et informative qui sert de relais entre les habitants de la wilaya de Bejaia et les informations locales importantes.

1.2. La période de la recherche

Notre enquête s'est déroulée exclusivement dans son bureau au bloc d'enseignement à l'université Abderrahmane Mira, après avoir préparé les questions de notre entretien, nous avons élaboré un entretien face à face avec l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur », nous avons interviewé cet homme on a discuté on s'est échangé tout ça dans

le but de récolter le maximum d'informations pour les analyser et traiter les réponses dans l'objectif d'affirmer ou d'infirmer la première hypothèse de notre recherche. Cet entretien a duré 50 minutes.

Notre investigation est basée sur deux outils de recueil des données, dont la première technique est l'entretien qui est officiellement déroulée le lundi 13 Mai 2024 au niveau du bloc d'enseignants de l'université de Bejaia Abderrahmane Mira de 10h 30min jusqu'à 11h 20min. La deuxième technique est le questionnaire qui s'est publié dans la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » le 29 Mai 2024 jusqu'au 05 juin 2024.

Section 02 : Présentation et analyse des données de la recherche

La profession de l'enquêté

Nom : KADA.

Prénom : Mouales.

Age : 30 ans.

Diplôme : préparation de sa thèse doctorat.

Grade : chercheur doctorat. Elu de l'APW et enseignant dans la faculté des droits chargé des travaux dirigés

1. Présentation des données liées au rôle de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » dans l'instauration des valeurs de citoyenneté pour la population locale de la wilaya par la qualité de contenu partagé.

Notre enquête porte sur l'hypothèse suivante : « la page Facebook Bejaia Sois L'observateur veille à instaurer les valeurs de la citoyenneté pour la population de la wilaya par la qualité de contenu partagé ».

Cette hypothèse à trois indicateurs (les objectifs, les stratégies, les techniques) sur lesquels on a entamé notre enquête par poser de questions ouvertes avec l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur ».

1.1. Présentation des données liés à l'objectif de la page

Dans ce volet nous avons posés plusieurs questions telles que ; c'est quoi l'objectif de contenu partagé sur la page, la réponse de notre enquêté était de sensibiliser, de montrer et d'informer les citoyens sur ce qui se passe dans la wilaya parce que c'est important, il existe un principe constitutionnel s'appelle la démocratie participative, sa gestion c'est que le citoyen il doit participer, et pour qu'il participe il faut le sensibilisé, et aussi de lui mettre des médias. Et une autre question sur le rôle de la page ; la réponse de notre enquêté était qu'on

informe on arrive à rendre le citoyen intéressé, parce qu'avant le citoyen ne savent pas ce qu'est l'assemblée populaire mais maintenant c'est le contraire tout le monde le savez grâce à la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur ». Enfin, une question c'est quoi exactement son intérêt par cette page ; la réponse de notre enquêté était de défendre les habitants de la wilaya, mais ne les incite pas à accomplir leurs devoirs civiques. Selon lui, il n'est pas de son ressort d'obliger un citoyen à remplir ses obligations. Ainsi la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » se concentre sur l'intérêt général de la population de la wilaya de Bejaia.

1.2. Présentation des données en relation avec les stratégies de contenu partagés

Dans cette partie nous avons posé plusieurs questions ; toutefois, quels sont les types de contenu partagé sur la page Facebook Bejaia Sois L'observateur, la réponse de notre enquêté réponse était précisant que ce contenu varie en fonction de l'actualité. Cela signifie que toute nouveauté ; qu'elle soit sportive, politique, sociale ou environnementale, sera diffusée. Les citoyens de la wilaya de Bejaia montrent un intérêt particulier pour les actions sociales et la solidarité. Et une autre question sur la meilleure méthode pour sensibiliser les citoyens, la réponse de notre enquêté était de leurs montrer à travers des images, ce qui se passe dans la wilaya, car l'image est le moyen le plus efficace. Il s'agit d'avoir un discours clair, de transmettre un message direct aux citoyens et de rester à leur écoute. On passe à l'autre question sur le respect de la diversité culturelle dans la wilaya de Bejaia, la réponse de notre enquêté était que peu de diversité culturelle puisque les coutumes et traditions sont similaires. Cependant, en ce qui concerne la langue, les citoyens respectant la diversité linguistique et accueillent les étrangers avec respect, par exemple lui il a un problème au début de la création de cette page dans la langue, parce qu'il a commencé de parler par la langue arabe et les citoyen son contre, mais après temps il a réussi à les convaincre c'est juste une façon de transmettre son message.

2. Présentation des données concernant les techniques de partage de contenu de la page :

dans ce segment nous avons posés des questions sur par quelles techniques la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » partage son contenu, l'administrateur de la page nous a répondu qu'il utilise plusieurs techniques telles que ; image, texte, vidéos, réel, Live et image plus texte. Comme nous avons ajouté certaines questions dans cette partie, on a posé une question sur les défis rencontré par cette page, la reposte de l'enquêter était qu'il a un défi sur l'accès et la confirmation de l'information. Encore une question sur les critiques reçues par les utilisateurs de la page, la réponse de notre enquêté était qu'il existe

deux types ; des critiques constructives qu'il prend en considération et de travailler pour les améliorer ; par exemple (d'ajouter une autre langue à son contenu, traduction de son contenu), et des critiques subversives (il bloc directement la personne, pour lui c'est des critiques qui viens de la haine). Puis notre dernière question était sur le projet avenir de la page, notre enquêté nous a confirmé qu'il y a un seul projet en cours de préparation qu'est la création d'un site web.

A travers les données recueillaient pendant notre enquêté avec l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » il est clair que l'objectif de cette page est de sensibiliser et d'informer les citoyens de la wilaya de Bejaia, au-delà cette mission inclut la présentation d'informations sur les événements et les actualités locales, ainsi les activités au sein de l'assemblée populaire. Cette démarche vise à promouvoir la transparence et l'engagement civique des citoyens en leur fournissant les informations nécessaires pour comprendre et participer aux affaires locales. Concernant la démocratie participative, il est évident que ce principe est central à la mission de la page. En informant les citoyens, la page cherche à les encourager à participer activement à la vie démocratique de leur région. La sensibilisation et l'information des citoyens est une étape préalable et nécessaire à son engagement. Le rôle de cette page est perçu comme celui d'un défenseur des intérêts des habitants de la wilaya au-delà, mais aussi comme un incitateur direct à l'accomplissement de leurs devoirs civiques, son rôle se limite à informer et à rendre les citoyens intéressés par les affaires publiques, sans les contraindre à remplir leurs obligations civiques.

Cette initiative de sensibilisation et d'information a pour but de créer une base des citoyens informés, indispensable pour une participation démocratique efficace. Toutefois, il reste à établir si l'information seule est suffisante pour inciter à une participation active. L'administrateur souhaite éviter de franchir la ligne entre informer et obliger. Cela soulève des questions sur l'efficacité de cette approche purement informative. Pour que la démocratie participative fonctionne pleinement, il pourrait être nécessaire d'encourager de manière plus activement les citoyens à remplir leurs devoirs civiques.

La page a clairement un impact positif évident sur la sensibilisation et l'intérêt des citoyens pour les affaires locales. Cependant, son influence sur l'action concrète des citoyens, comme la participation aux élections ou aux réunions de l'assemblée.

A travers les réponses de l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur », sur les stratégies de contenu partagé, on a compris que l'administrateur de la

page adaptent le contenu en fonction de l'actualité, cela montre une capacité à maintenir l'intérêt des abonnés en traitant de sujets variés et pertinents, et que la page donne un intérêt pour les actions sociales et solidaire, les citoyens de Bejaia semblent particulièrement sensibles aux actions sociales et de solidarité. Cette sensibilité pourrait être exploitée pour mobiliser et unir la communauté autour des causes communes. Comme nous avons compris que l'outil le plus efficace pour transmettre le message c'est l'image. Cette dernière a un impact visuel fort et peut véhiculer des émotions et des informations rapidement et d'une manière percutante, rendre le message plus accessible et mémorable.

Nous avons compris que la page Facebook Bejaia Sois L'observateur utilise plusieurs techniques de partage de contenu, telle que des images, du texte, des vidéos, des sessions live et des combinaisons d'image et de texte, cette diversité permet de toucher un public plus large et de maintenir l'intérêt des abonnés. Par exemple :

- Images et vidéos : captent l'attention et sont souvent plus engageantes que le texte seul.
- Textes : fournissent des détails et des explications approfondies.
- Live : permettent une interaction en temps réel avec les abonnés, comme augmente l'engagement.
- Images plus texte : combinent l'impact visuel et les détails informatifs, offrant un contenu à la fois attractif et informatif.

Cependant cette variété des techniques de partage de contenu démontre une compréhension des différentes préférences des utilisateurs, continué à diversifier le contenu tout en maintenant une cohérence dans la qualité et la fiabilité peut aider à augmenter l'engagement et à fidéliser les abonnés. Puis son principal défi semble être l'accès et la confirmation de l'information, cela signifie que la page rencontre des difficultés pour obtenir des informations fiables ou pour vérifier la véracité des informations avant de les partager. Ce problème peut affecter la crédibilité de la page et la confiance de ses abonnés. Pour surmonter le défi de l'accès et la confirmation de l'information, la page Facebook Bejaia Sois L'observateur pourrait renforcer ses méthodes de vérification et collaborer avec des sources fiables afin d'obtenir des informations précises. La transparence dans le processus de vérification peut également aider à renforcer la confiance. Comme en trouve que la page reçoit des critiques constructives, qui sont probablement des retours d'utilisateurs qui visent à aider la page à s'améliorer, elles peuvent inclure des suggestions pour améliorer la qualité de contenu, cependant, il y a des critiques subversives qui peuvent être plus négatives et moins utiles

souvent destinées à déstabiliser la page sans offrir de solutions constructives. Toutefois le seul projet en cours est la création d'un site web, cela montre une volonté d'expansion et de diversification des plateformes, parce qu'un site web peut offrir plus de contrôle sur le contenu et améliorer l'accès à l'information, tout en renforçant la crédibilité et la présence en ligne de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur », ainsi que la création de ce site représente une opportunité majeure pour centraliser l'information et attirer un public plus large.

Enfin, la page Facebook Bejaia Sois L'observateur est consciente de ses défis et cherche activement à s'améliorer. La diversification des plateformes et des techniques de contenu est une stratégie solide pour renforcer sa présence en ligne et l'engagement de ses utilisateurs.

Chapitre 06

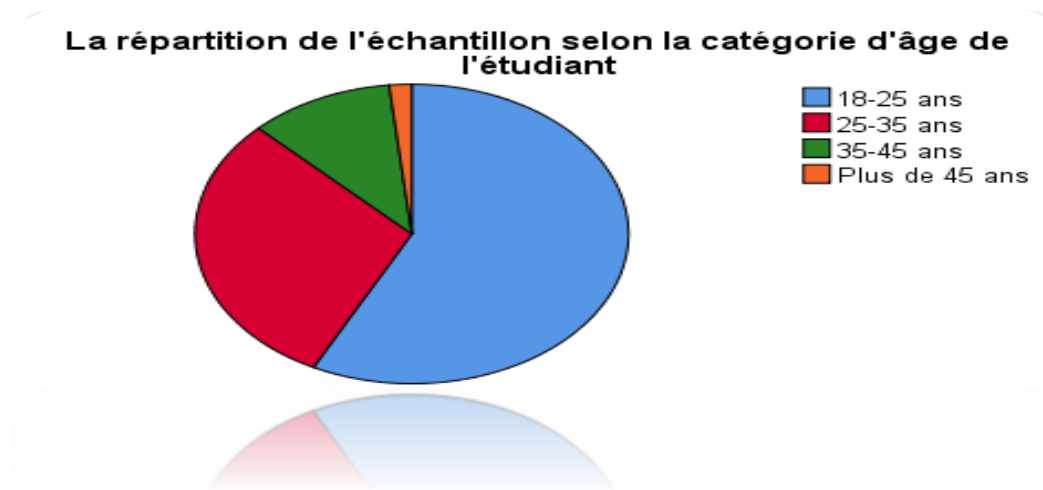
Présentation des résultats

1. analyse et interprétation des données

Tableau 1: La répartition de l'échantillon selon la catégorie d'âge de l'étudiant

Valide		Fréquence	Pourcentage
18-25 ans		69	57,5
25-35 ans		36	30,0
35-45 ans		13	10,8
Plus de 45 ans		2	1,7
Total		120	100,0

Source : étude de notre enquête



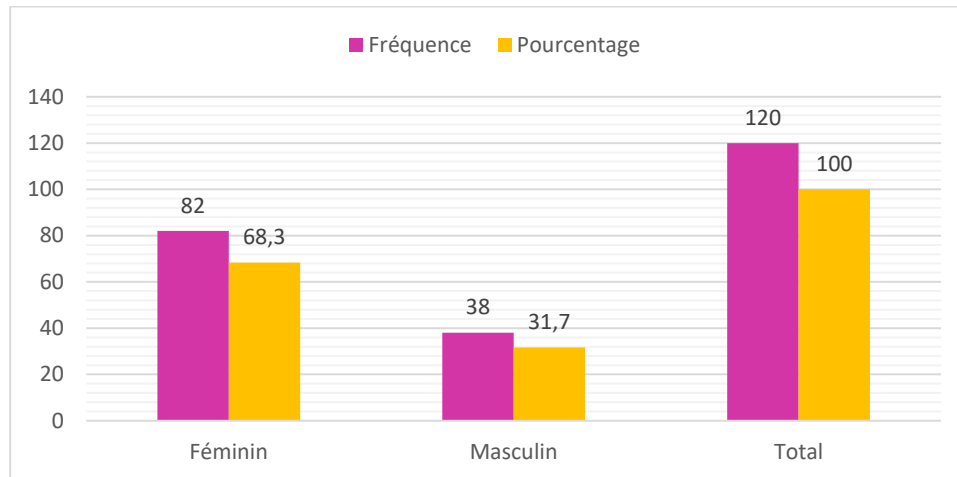
D'après les données de ce tableau, nous analysons la composition démographique de l'échantillon en termes de fréquence et de pourcentage pour diverses tranches d'âge. Les données montrent une forte prédominance des étudiants jeunes, avec 57,5% (69 étudiants) appartenant à la tranche d'âge de 18 à 25 ans. La deuxième tranche d'âge de 25 à 35 ans représente 30% de l'échantillon (36 individus). Les étudiants de 35 à 45 ans constituent 10,8% de l'échantillon, avec (13 étudiants). Enfin, seulement 1,7% de l'échantillon (2 étudiants), sont âgés de plus de 45 ans.

Nous constatons que d'après cette distribution démontre une présence majoritaire de jeunes adultes dans la population étudiée, reflétant probablement la démographie courante des étudiants dans l'enseignement supérieur. Cette répartition démographique peut influencer de manière significative l'interprétation des résultats de l'enquête.

Tableau 2: La répartition de l'échantillon selon le genre de l'étudiant

Valide	Fréquence	Pourcentage
Féminin	82	68,3
Masculin	38	31,7
Total	120	100,0

Source : étude de notre enquête

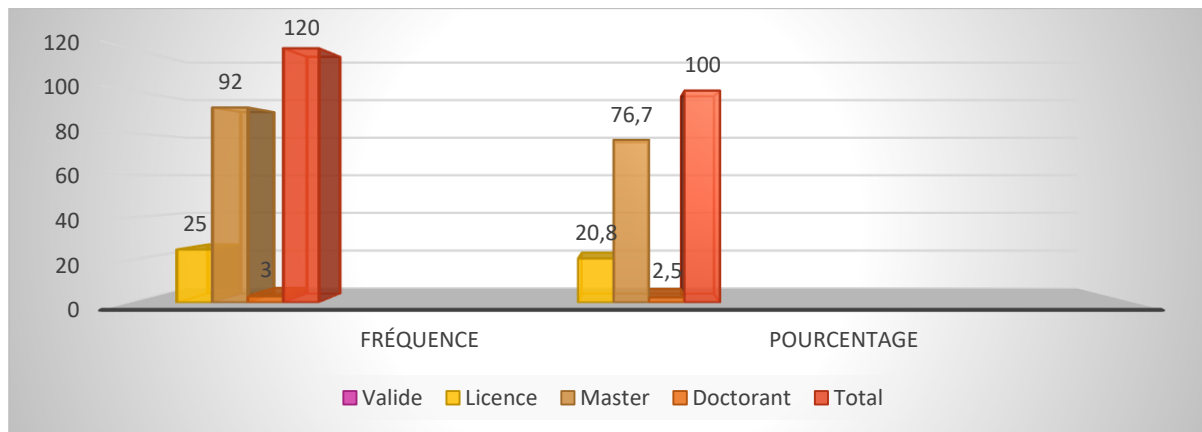


Ce tableau nous montre une prédominance significative des femmes parmi les participants, constituant 68,3% de l'échantillon de 120 étudiants, tandis que les hommes ne constituent que 31,7%. Cette répartition nous montre une nette prédominance des femmes parmi les répondants de l'étude.

Tableau 3: La répartition de l'échantillon selon le niveau d'étude de l'étudiant

Valide	Fréquence	Pourcentage
Licence	25	20,8
Master	92	76,7
Doctorant	3	2,5
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude

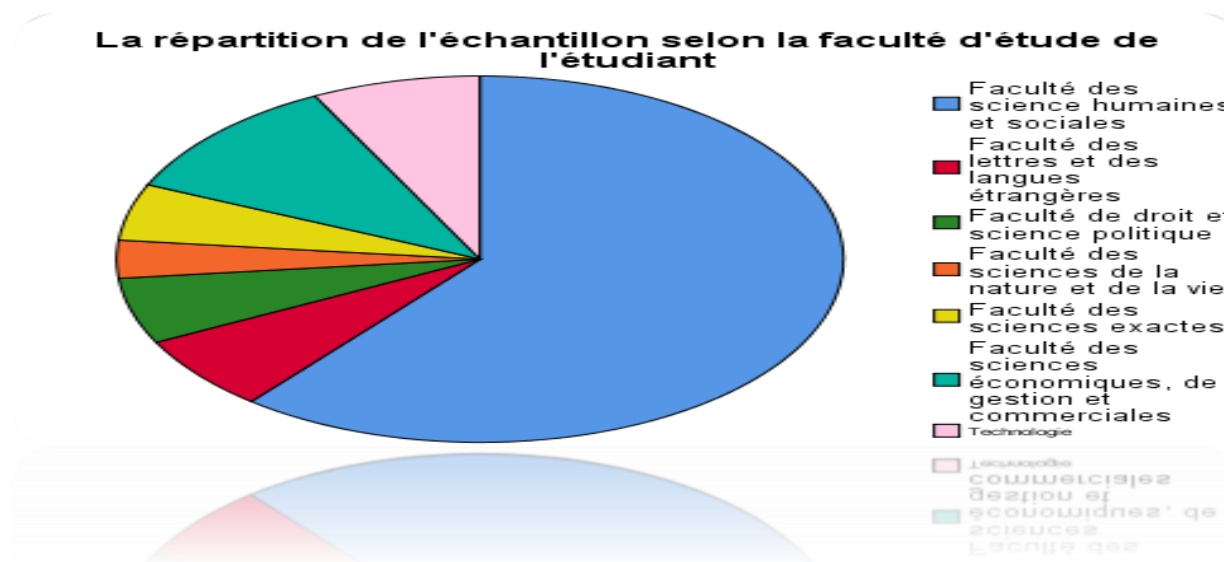


Nous montrons que d’après ce tableau, sur 120 étudiants, 92 sont en master (76,7%), 25 en licence (20,8%), et en 3 répondants en doctorat (2,5%). Nous remarquons la prédominance des étudiants en master pourrait influencer fortement les résultats, grâce à leurs connaissances plus approfondies. Les étudiants en licence, bien que minoritaires, apportent des perspectives diversifiées. La faible proportion de doctorants limite la généralisation des conclusions pour ce groupe.

Tableau 4: La répartition de l'échantillon selon la faculté d'étude de l'étudiant

Valide	Fréquence	Pourcentage
Faculté des sciences humaines et sociales	73	60,8
Faculté des lettres et des langues étrangères	8	6,7
Faculté de droit et science politique	7	5,8
Faculté des sciences de la nature et de la vie	4	3,3
Faculté des sciences exactes	6	5,0
Faculté des sciences économiques, de gestion et commerciales	13	10,8
Technologie	9	7,5
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude

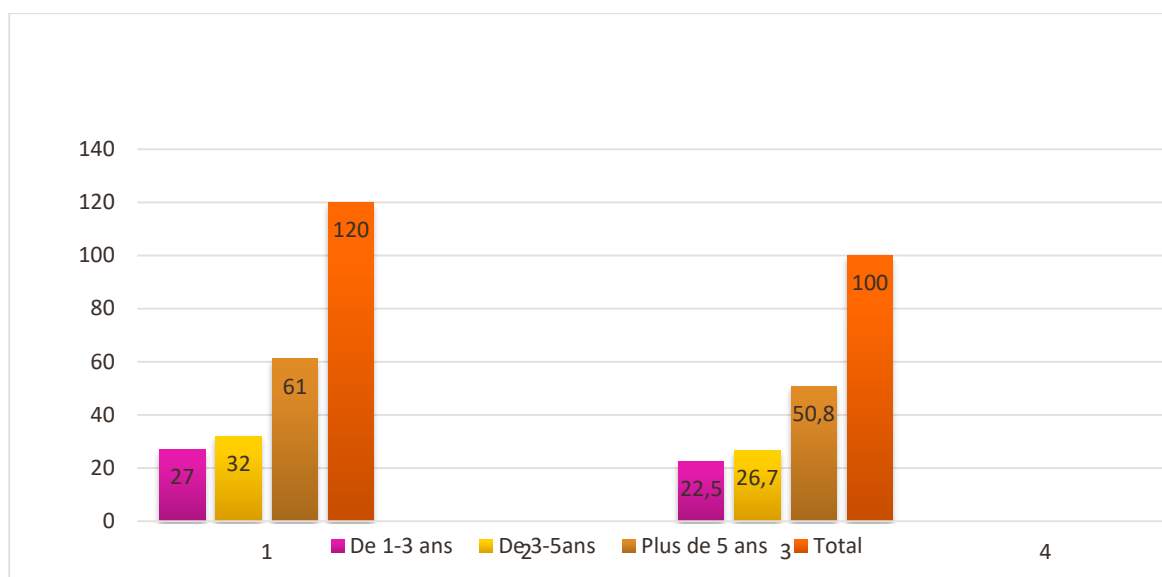


Ce tableau illustre la répartition des réponses selon les facultés d'études des participants, recueillies via un questionnaire diffusé en ligne sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur. Nous constatons que la faculté des sciences humaines et sociales prédomine nettement avec 60,8% des répondants, tandis que les autres facultés affichent des pourcentages plus modestes allant de 3,3% à 10,8% représentant d'une manière moins importante. Cette méthode non probabiliste et volontaire peut introduire des biais, car les répondants sont ceux qui ont choisi de participer activement, probablement influencés par leur intérêt ou leur accessibilité à l'enquête en ligne.

Tableau 5: La répartition de l'échantillon selon la durée de l'abonnement de l'étudiant sur la page Facebook Bejaia Sois L'Observateur.

Valide	Fréquence	Pourcentage
De 1-3 ans	27	22,5
De 3-5ans	32	26,7
Plus de 5 ans	61	50,8
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



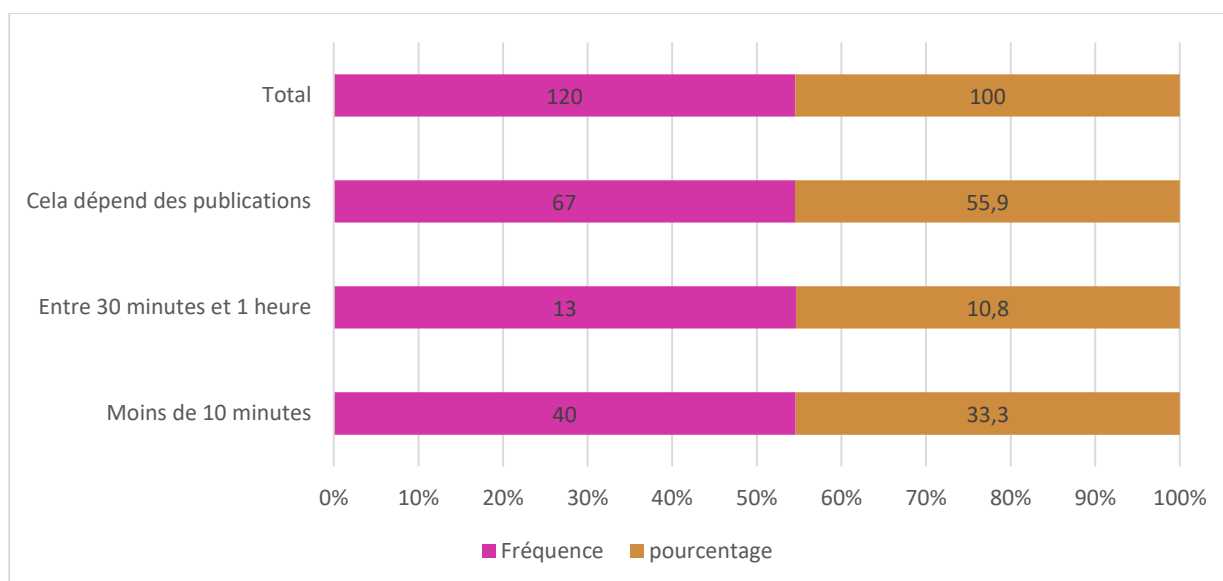
Ce tableau nous représentons la répartition des étudiants selon la durée de leur abonnement à la page Facebook « Bejaia Sois l’Observateur ». Nous observons que les données sont divisées en Trois catégories principales ainsi les pourcentages indiquent la proportion de répondants dans chaque catégorie, avec les fréquences absolues correspondantes. Nous constatons alors que le nombre total d’étudiants enquêtés est de 120. Parmi eux, 27 d’étudiants représentant 22,5% de l’échantillon, sont abonnés à la page depuis une durée comprise entre 1 et 3 ans. Ensuite, 32 étudiants, soit 26,7% de l’échantillon, ont une durée d’abonnement de 3 à 5 ans. Enfin, la majorité des étudiants, soit 61 personnes représentant 50,8% de l’échantillon, sont abonnés depuis plus de 5 ans.

Cette distribution nous montrons qu’une tendance marquée vers une fidélité plus longue à la page Facebook, avec plus de la moitié des étudiants abonnés depuis plus de cinq ans.

Tableau 6: La répartition de l’échantillon selon le temps de la consultation de l’étudiant sur la page Facebook Bejaia Sois l’Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Moins de 10 minutes	40	33,3
Entre 30 minutes et 1 heure	13	10,8
Cela dépend des publications	67	55,9
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



Ce tableau nous représentons la répartition des étudiants en fonction du temps qu'ils consacrent à consulter la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur. Nous observons que les données sont divisées en trois catégories principales : moins de 10 minutes, entre 30 min et 1 h, et cela dépend des publications. Les fréquences absolues montrent combien d'étudiants se situent dans chaque catégorie, avec les pourcentages correspondants indiquant la proportion relative au total de 120 étudiants interrogés.

Nous décortiquons que 40 étudiants (soit 33,3%) consacrent moins de 10 min à consulter la page, tandis que 67 étudiants (55,9%) indiquent que le temps de consultation varie en fonction du contenu publié. Une minorité, soit 13 étudiants (10,8%), consacrent entre 30 min et 1h à la consultation de la page.

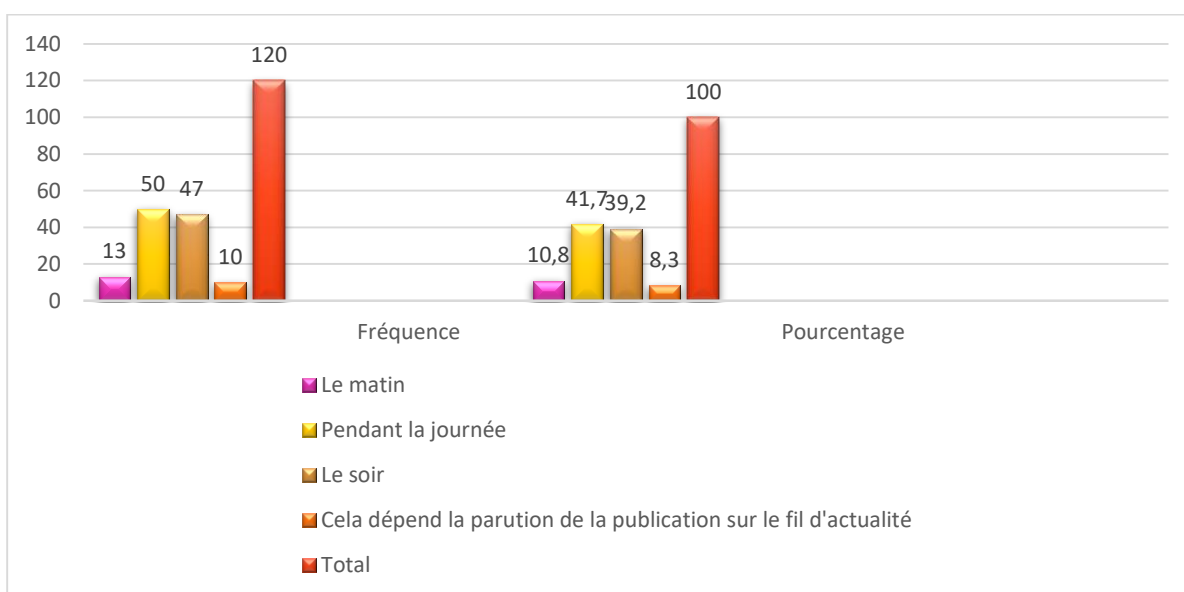
Nous synthétisons que ces résultats mettent en lumière les différents niveaux d'engagement des étudiants vis-à-vis de la page Facebook «Bejaia Sois l'Observateur», reflétant une diversité d'attitudes et d'habitudes quant à la fréquence et à la durée de leur interaction avec le contenu proposé.

Tableau 7: La répartition de l'échantillon selon le moment de la consultation de l'étudiant sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Le matin	13	10,8
Pendant la journée	50	41,7
Le soir	47	39,2

Cela dépend la parution de la publication sur le fil d'actualité	10	8,3
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



Ce tableau présente la répartition des étudiants selon le moment de leur consultation de la page Facebook « Bejaia Sois l’Observateur ». En examinant les données, nous observons que la majorité des étudiants consultent la page pendant la journée, représentant 41,7% de l’échantillon. De plus, une proportion significative de 39,2% des étudiants préfère se connecter le soir. En comparant ces chiffres, nous constatons que la consultation matinale sont beaucoup moins fréquentes, avec seulement 10,8% des étudiants se connectant le matin. Enfin, 8,3% des étudiants consultent la page en fonction de la parution des publications sur leur fil d’actualité.

En synthétisant ces informations, on peut conclure que les moments privilégiés par les étudiants pour consulter cette page sont principalement pendant la journée et le soir, tandis que les consultations matinales sont nettement moins courantes.

Tableau 8: La répartition de l'échantillon selon la découverte de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur par l'étudiant

Valide	Fréquence	Pourcentage
Recommandation d'un ami	29	24,2
Son lien était partagé dans des groupes Facebook	76	63,3
A travers les autres réseaux sociaux	15	12,5
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



Les données de ce tableau, révèle la manière dont les étudiants ont découvert la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur. En analysant les données, nous observons que la majorité des étudiants, soit 63,3%, ont découvert la page grâce à des liens partagés dans des groupes en tant que vecteurs de visibilité sur les réseaux sociaux. En outre, 24,2% des étudiants ont été informés de l'existence de la page par la recommandation d'un ami, ce qui montre l'impact du bouche-à-oreille. Enfin, 12,5% des étudiants ont découvert la page directement à travers les réseaux sociaux sans passer par des groupes spécifiques.

En synthétisant ces informations, on peut conclure que les groupes Facebook jouent un rôle crucial dans la diffusion de la page, tandis que les recommandations personnelles et la découverte directe via les réseaux sociaux ont également une part non négligeable, bien que moins importante.

Tableau 9: La répartition de l'échantillon selon l'attractivité de l'étudiant de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Le contenu partager	100	83,3
La page répond à votre intérêt	14	11,7
La transparence de l'administrateur de la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur"	4	3,3
L'actualité de la wilaya	1	,8
Rien	1	,8
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



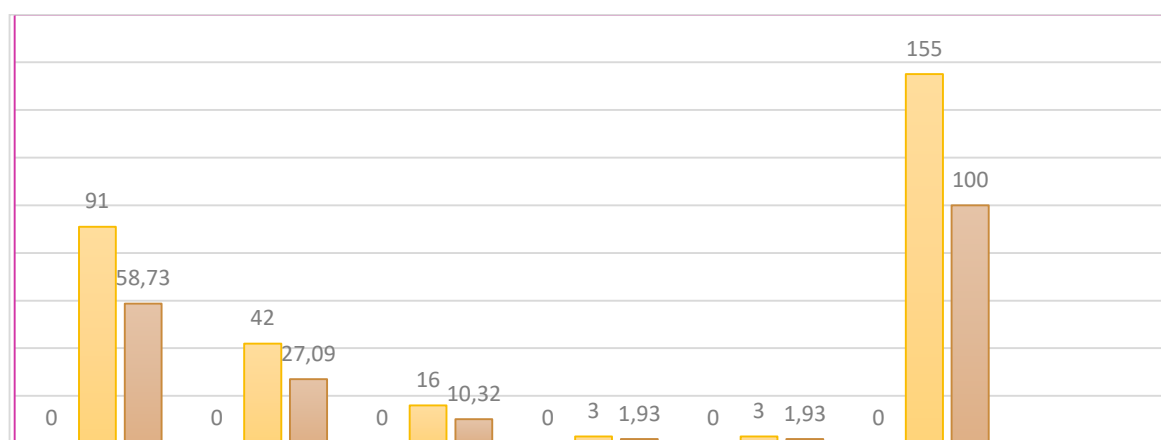
En analysant les données, nous observons la grande majorité des étudiants, soit 83,3%, sont attirés par le contenu partagé sur la page. Cela souligne l'importance de la qualité et de la pertinence du contenu pour capter l'attention des utilisateurs. En comparant les autres motivations, nous constatons que 11,7% des étudiants trouvent que la page répond à leurs intérêts spécifiques, ce qui montre l'importance de l'adéquation du contenu aux attentes personnelles des utilisateurs. La transparence de l'administrateur est un facteur d'attractivité pour 3,3% des étudiants, tandis que l'actualité de la wilaya et l'absence d'intérêt ne concentrent que 0,8% chacun.

En synthétisant ces informations, nous concluons que le succès de la page repose principalement sur la qualité et la pertinence du contenu partagé, suivi de la capacité de la page à répondre aux intérêts des étudiants.

Tableau 10: La répartition de l'échantillon selon les raisons pour lesquelles l'étudiant suit la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Effectif	Pourcentage
Pour se tenir informer sur les actualités locales	91	58,73
Avoir les informations sur les événements sociaux dans la région	42	27,09
Pour s'engager dans des actions citoyennes	16	10,32
Corriger l'opinion public	3	1,93
Défendre la wilaya de Bejaia	3	1,93
Total	155 ¹	100,0

Source : enquête de notre étude



D'après ces données qui présentent des différentes motivations des étudiants pour suivre cette page, nous constatons que la raison principale, citée par 91 étudiants (soit 58,73% de l'échantillon), est de se tenir informés sur les actualités locales. Cela démontre que la majorité des étudiants consultent cette page pour rester au courant des nouvelles locales. La deuxième raison la plus fréquente, mentionnée par 42 personnes soit (27,09%), est d'avoir des informations sur les événements sont également très importants pour une proportion significative d'étudiants. Moins fréquentes, mais tout de même présentes, sont les raisons telles que s'engager dans les actions citoyennes (16 étudiants, soit 10,32%), la correction de l'opinion public (3 étudiants, 1,93%), et la défense de la wilaya de Bejaia (3 répondants, soit 1,93%). Bien

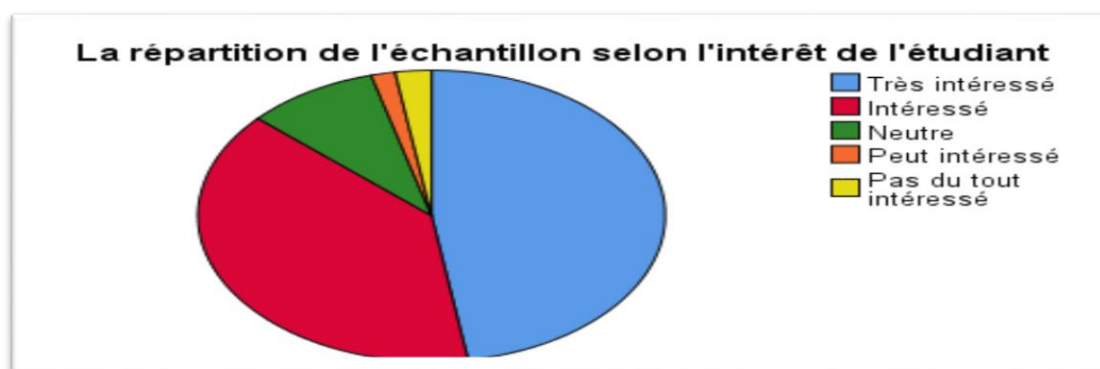
que ces raisons soient moins répandues, elles révèlent des intérêts régionaux parmi certains étudiants.

Nous synthétisons que cette analyse démontre que les étudiants utilisent principalement la page pour rester informés sur les actualités et événements locaux, tout en révélant des intérêts variés tels que l'engagement citoyen et la défense de leur région.

Tableau 11: La répartition de l'échantillon selon le degré d'intérêt de l'étudiant par les publications de la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur"

Valide	Fréquence	Pourcentage
Très intéresser	57	47,5
Intéresser	47	39,2
Neutre	11	9,2
Peut intéresser	2	1,7
Pas du tout intéresser	3	2,5
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



Le tableau chiffré ci-dessus, on constate que 47,5% des étudiants se déclarent « très intéressés », ce qui montre un fort engagement et une grande satisfaction vis-à-vis du contenu de la page. En additionnant ceux qui sont « intéressés » (39,2%), nous constatons que la majorité des étudiants (86,7%) trouve la page pertinente et utile.

En revanche, 9,2% des étudiants sont « neutres », n'ayant ni un avis positif ni négatif. Les étudiants « peu intéressés » et « pas du tout intéressés » représentent respectivement 1,7% et 2,5% indiquant qu'une très petite minorité ne trouve pas la page attractive.

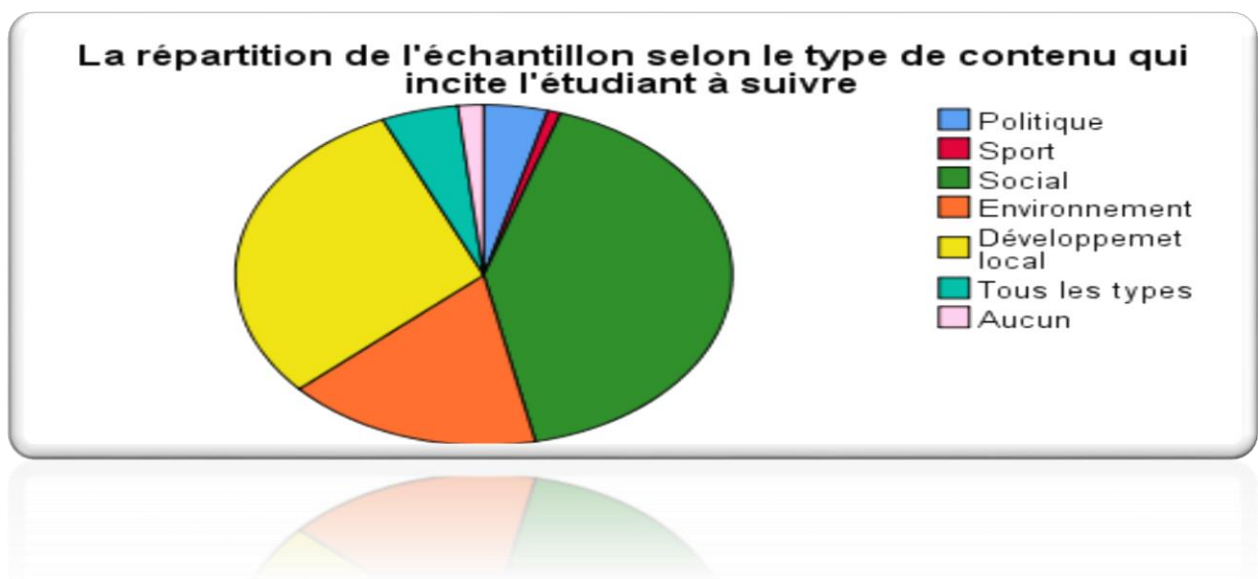
En évaluant ces informations, on déduit que la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur est largement appréciée par les étudiants, la majorité d'entre eux la trouvant

très intéressante ou intéressante, ce qui témoigne de la qualité et de la pertinence des contenus proposés.

Tableau 12: La répartition de l'échantillon selon le type de contenu qui incite l'étudiant à suivre la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Politique	5	4,2
Sport	1	,8
Social	50	41,7
Environnement	20	16,7
Développement local	36	30,0
Tous les types	6	5,0
Aucun	2	1,7
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



En analysant les données, on remarque que le contenu social est le plus attractif, avec 41,7% des étudiants attirés par ce type de contenu. Cela souligne l'importance des sujets sociaux pour le public étudiant. Le développement local est également un facteur important, attirant 30% des étudiants, ce qui montre un intérêt significatif pour les initiatives et les progrès locaux. Les événements (16,7%) et la pratique (5%) suivent en termes d'intérêt, indiquant que ces sujets sont aussi pertinents, bien que moins prioritaires. Le sport attire une minorité, avec

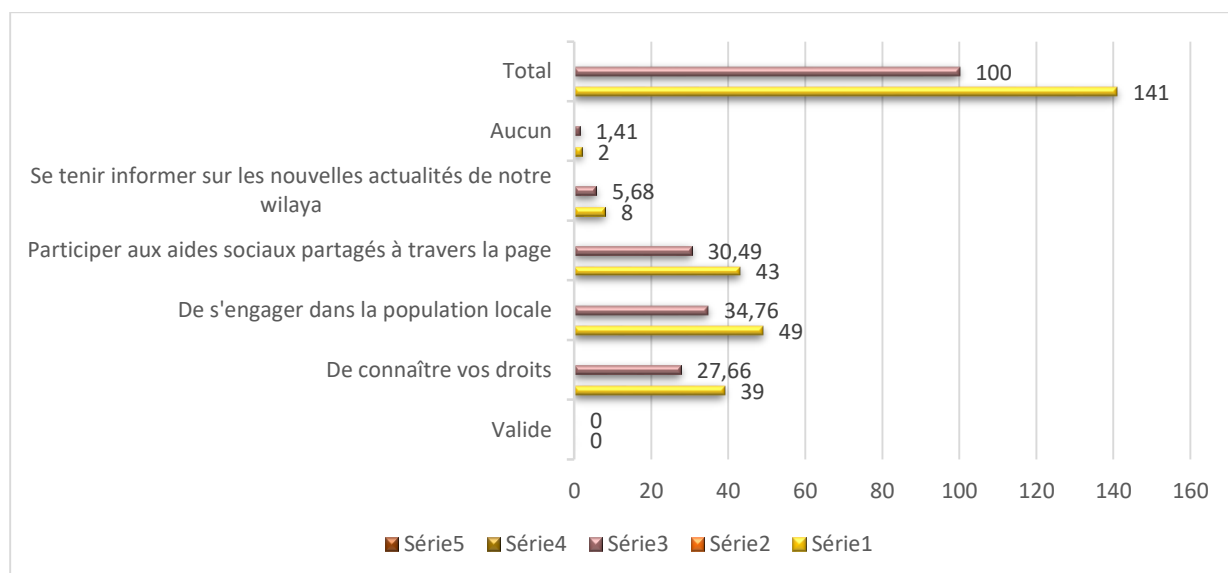
seulement 8% des étudiants intéressés par ce contenu. Par ailleurs, 5% des étudiants déclarent être intéressés par tous les types de contenus, et 1,7% n'en trouvent aucun attrayant.

En résumant ces informations, on peut conclure que la page doit principalement se concentrer sur le contenu social et le développement local pour maintenir et augmenter son audience parmi les étudiants.

Tableau 13: la répartition de l'échantillon selon les objectifs de l'étudiant à atteindre en suivant la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Effectif	Pourcentage
De connaître vos droits	39	27,66
De s'engager dans la population locale	49	34,76
Participer aux aides sociaux partagés à travers la page	43	30,49
Se tenir informer sur les nouvelles actualités de notre wilaya	8	5,68
Aucun	2	1,41
Total	141 ²	100,0

Source : enquête de notre étude



Ce tableau nous illustre les objectifs des étudiants en suivant la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». La majorité des étudiants, soit 49 (34.76%), cherchent à s'engager dans

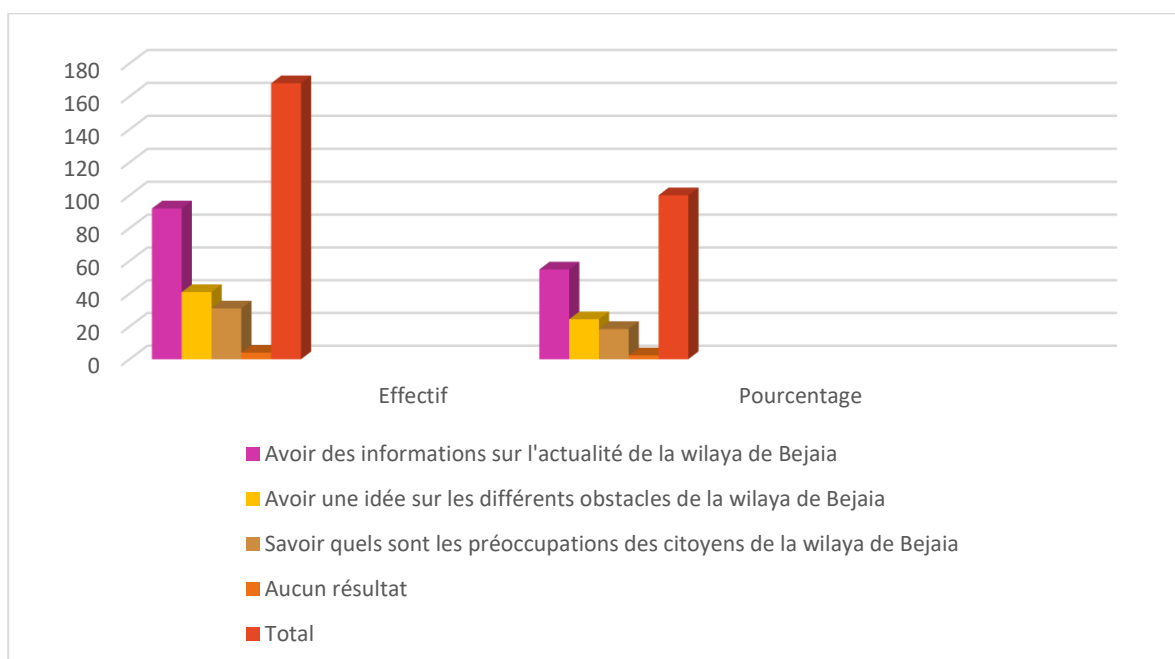
la population locale. Ensuite, 43 étudiants (30.49%) participent aux aides sociales partagées via la page, tandis que 39 étudiants (27.66%) souhaitent connaître leurs droits. Un plus petit nombre, 8 étudiants (5.68%), utilisent la page pour se tenir informés des nouvelles actualités de la wilaya. Enfin, seulement 2 étudiants (1.41%) n'ont aucun objectif spécifique en suivant cette page.

En résumant, l'engagement communautaire et la participation aux aides sociales représentent les principaux objectifs pour lesquelles les étudiants suivent cette page Facebook

Tableau 14: La répartition de l'échantillon selon les résultats obtenus grâce au suivi de l'étudiant de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Effectif	Pourcentage
Avoir des informations sur l'actualité de la wilaya de Bejaia	92	54,76
Avoir une idée sur les différents obstacles de la wilaya de Bejaia	41	24,40
Savoir quels sont les préoccupations des citoyens de la wilaya de Bejaia	31	18,45
Aucun résultat	4	2,39
Total	168 ³	100,0

Source : enquête de notre étude



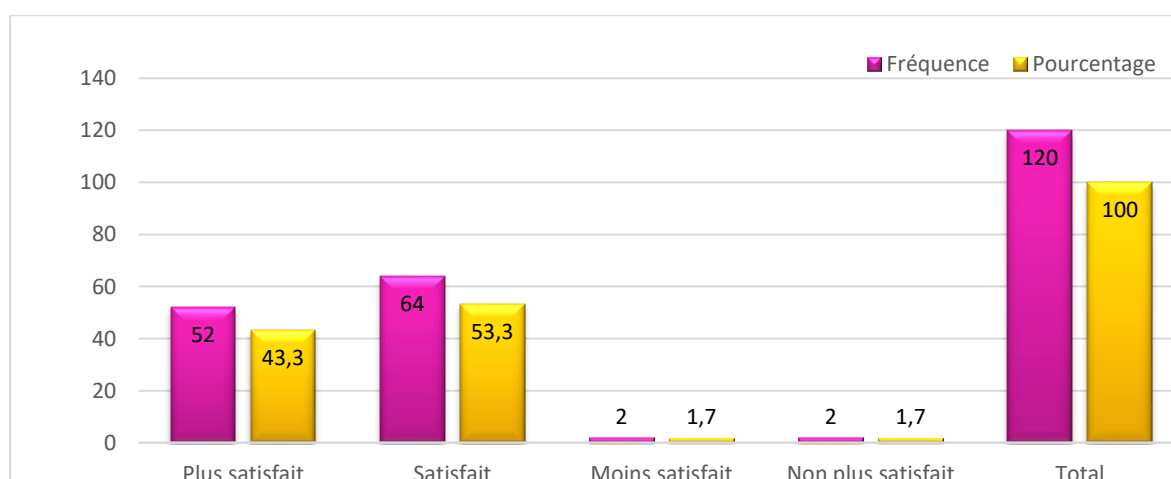
Les résultats de ce tableau, révèle que 92 étudiants, soit 54.76%, ont acquis des informations sur l'actualité de la wilaya de Bejaia. En outre, 41 étudiants (24.40%) ont développé une compréhension des différents obstacles rencontrés par la wilaya. Par ailleurs, 31 étudiants (18.45%) ont appris quelles sont les préoccupations des citoyens de Bejaia. Enfin, 4 étudiants, soit 2.39%, n'ont obtenu aucun résultat notable en suivant la page.

En finale, ces données indiquent que la majorité des étudiants utilisent cette page pour se tenir informés des actualités locales et des défis de leur région, tandis qu'une minorité n'en retire aucun bénéfice spécifique.

Tableau 15: La répartition de l'échantillon selon le degré de la satisfaction de l'étudiant sur le contenu sur la solidarité partagé par la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Plus satisfait	52	43,3
Satisfait	64	53,3
Moins satisfait	2	1,7
Non plus satisfait	2	1,7
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



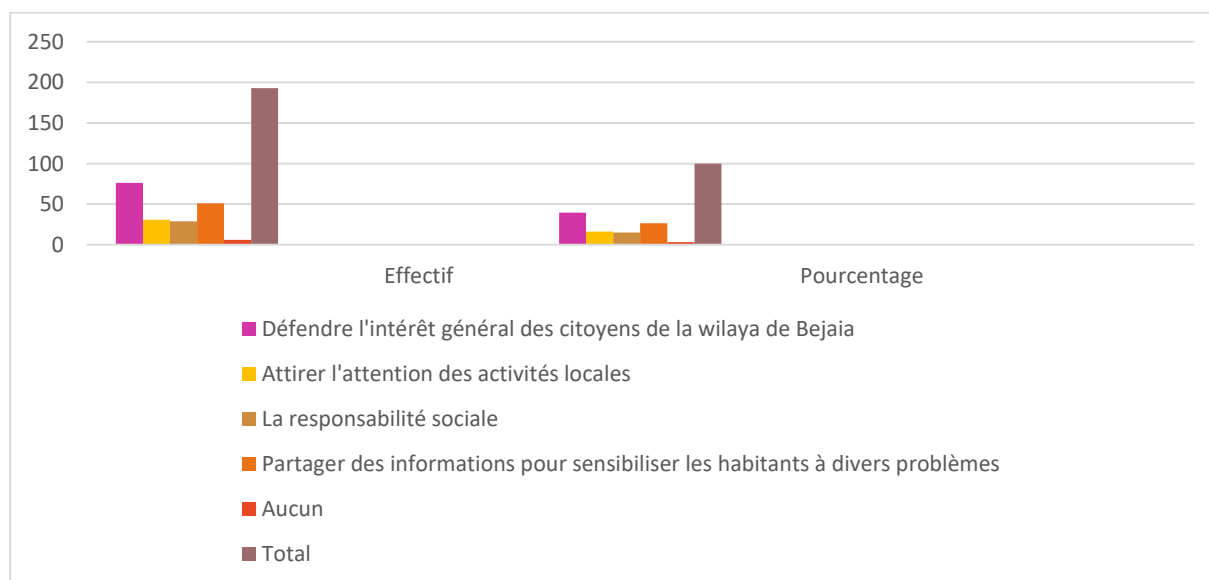
L'analyse des données montrent une satisfaction générale élevée. En outre, 53,3% des participants se déclarant satisfaits et 43,3% se disent plus satisfaits, soulignant une appréciation encore plus positive de ce contenu. En revanche, une minorité très réduite, soit 1,7% pour chacun des groupes de total de (3,4%) se déclarent soit moins satisfaits, soit non satisfaits du tout.

Ces résultats suggèrent que la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » réussit globalement à répondre aux attentes des étudiants en matière de solidarité, avec un niveau de satisfaction élevé parmi la plupart des utilisateurs. Cependant, pour maintenir et augmenter ce niveau de satisfaction des participants qui se déclarent moins ou non satisfaits, sera bénéfique d'examiner de près les critiques des quelques utilisateurs insatisfaits et de prendre en compte les raisons de leur insatisfaction et leurs suggestions pour améliorer encore le contenu et répondre aux besoins de tous les utilisateurs.

Tableau 16: La répartition de l'échantillon selon les actions qui attirent l'étudiant en tant que citoyen de la wilaya de Bejaia dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Effectif	Pourcentage
Défendre l'intérêt général des citoyens de la wilaya de Bejaia	76	39,40
Attirer l'attention des activités locales	31	16,06
La responsabilité sociale	29	15,02
Partager des informations pour sensibiliser les habitants à divers problèmes	51	26,42
Aucun	6	3,10
Total	193 ⁴	100,0

Source : enquête de notre étude



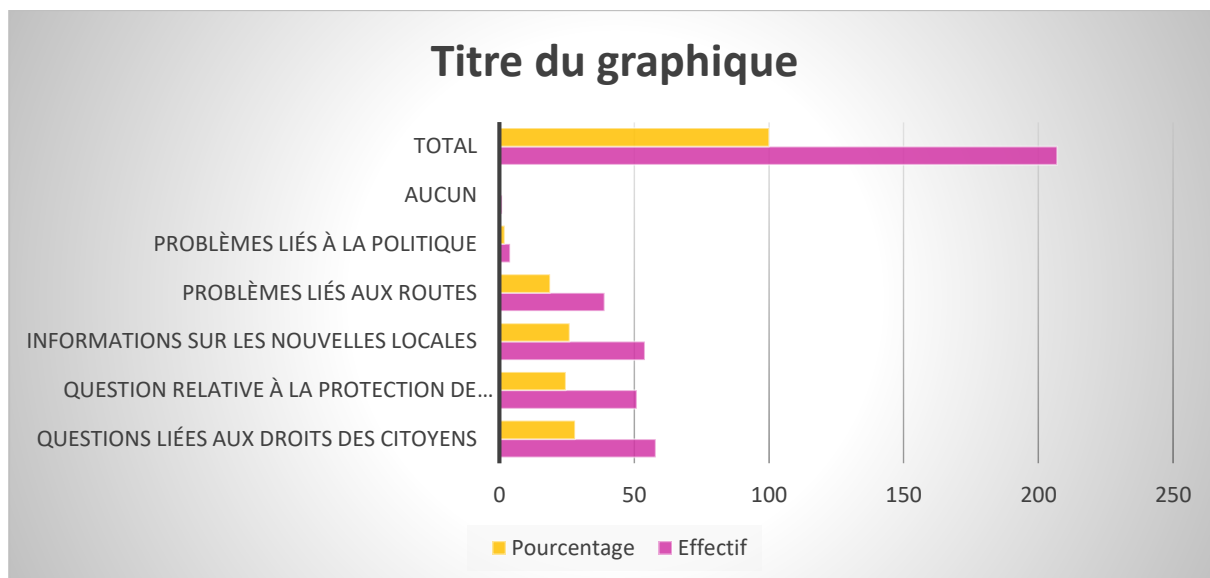
Nous observons d'après ce tableau, que 76 étudiants, soit 39,40%, sont attirés par la défense de l'intérêt général des citoyens de la wilaya. Ensuite, 51 étudiants (26,42%) sont motivés par le partage d'informations pour sensibiliser les habitants à divers problèmes. De plus, 3 étudiants (16,06%) s'intéressent aux activités locales, tandis que 20 étudiants (15,02%) sont attirés par la responsabilité sociale. Enfin, seulement 6 étudiants (3.10%) ne sont attirés par aucune de ces actions.

En concluant, les résultats de ce tableau indiquent que la majorité des étudiants sont principalement engagés dans des actions visant à défendre l'intérêt général et à sensibiliser les habitants aux divers enjeux locaux.

Tableau 17: La répartition de l'échantillon selon les sujets d'intérêt des étudiants en tant que citoyens de la wilaya de Bejaia et qu'ils souhaitent voir traités sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ».

Valide	Effectif	Pourcentage
Questions liées aux droits des citoyens	58	28,01
Question relative à la protection de l'environnement	51	24,63
Informations sur les nouvelles locales	54	26,08
Problèmes liés aux routes	39	18,84
Problèmes liés à la politique	4	1,96
Aucun	1	0,48
Total	207 ⁵	100,0

Source : enquête de notre étude



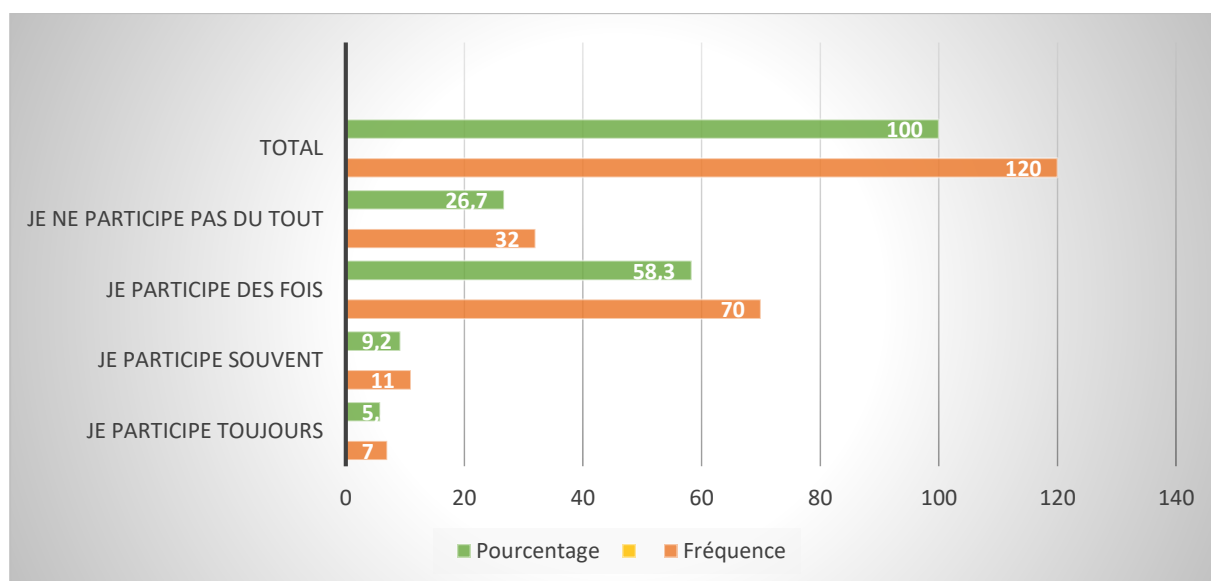
Ce tableau expose les sujets d'intérêts des étudiants en tant que citoyen de la wilaya de Bejaia et qu'ils souhaitent voir traités sur la page. Nous constatons que 58 étudiants, soit 28.01%, s'intéressent aux questions liées aux droits des citoyens. En outre, 54 étudiants (26.08%) désirent des informations sur les nouvelles locales, tandis que 51 étudiants (24.63%) sont préoccupés par les questions relatives à la protection de l'environnement. De plus, 39 étudiants (18.84%) souhaitent que les problèmes liés aux routes soient abordés, et 4 étudiants (1.96%) sont intéressés par les problèmes politiques. Enfin, seulement 1 étudiant (0.48%) ne trouve aucun sujet d'intérêt spécifique.

Ces données montrent que les droits des citoyens, les nouvelles locales et la protection de l'environnement sont les principaux sujets d'intérêt pour les étudiants suivant cette page.

Tableau 18: La répartition de l'échantillon selon la participation de l'étudiant au contenu relatif aux aides sociales publiées sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Je participe toujours	7	5,8
Je participe souvent	11	9,2
Je participe des fois	70	58,3
Je ne participe pas du tout	32	26,7
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



Ce tableau nous montre que 58,3% des étudiants participent parfois aux contenus sur les aides sociales de la page Facebook « Bejaia Sois l’Observateur », indiquant un engagement modéré mais significatif. 9,2% participent souvent, tandis que 5,8% participent toujours, Bien que ces pourcentages soient relativement faibles.

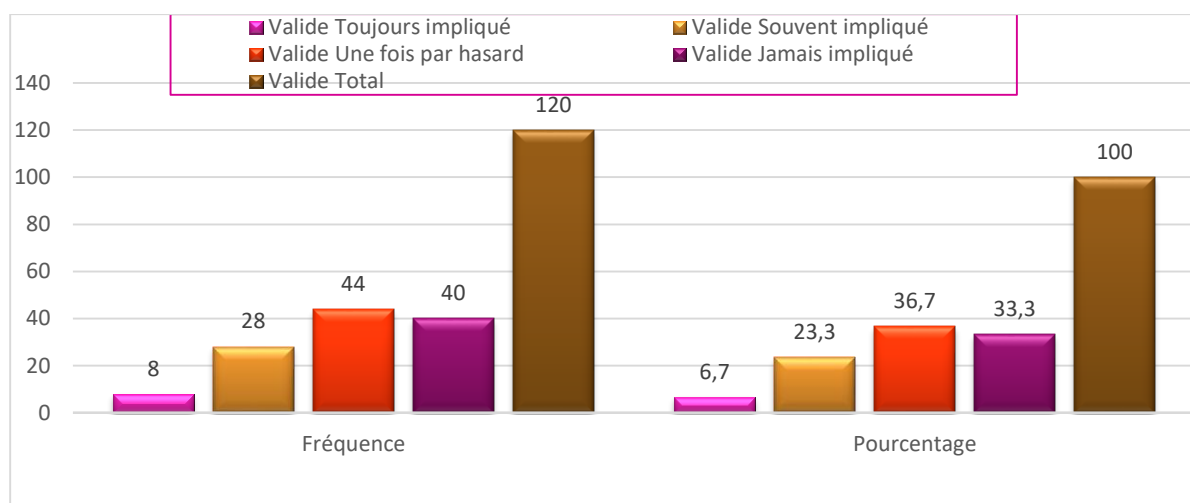
En revanche, 26,7% des répondants indiquent qu’ils ne participent pas du tout, suggérant qu’il est essentiel de comprendre et d’adresser les raisons de leur non-participation pour augmenter l’engagement global.

Nous concluons aux finales que cette analyse montre une participation variable des étudiants aux contenus relatifs aux aides sociales sur la page « Bejaia Sois l’Observateur ». Bien que la majorité participe de temps en temps, une proportion significative ne participe pas du tout. Pour augmenter l’engagement global, il serait bénéfique d’explorer les raisons de la non-participation et de diversifier ou d’adopter les contenus pour mieux répondre aux besoins et intérêts de tous les utilisateurs.

Tableau 19: La répartition de l'échantillon selon le degré de l'implication de l'étudiant aux activités citoyennes partagées sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Toujours impliqué	8	6,7
Souvent impliqué	28	23,3
Une fois par hasard	44	36,7
Jamais impliqué	40	33,3
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



L'analyse de ce tableau révèle que la majorité des étudiants de l'échantillon ne sont pas régulièrement impliqués dans les activités citoyennes partagées sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». En effet, 33,3% des étudiants déclarent que jamais participer, tandis que 36,7% ne s'impliquent que de manière occasionnelle.

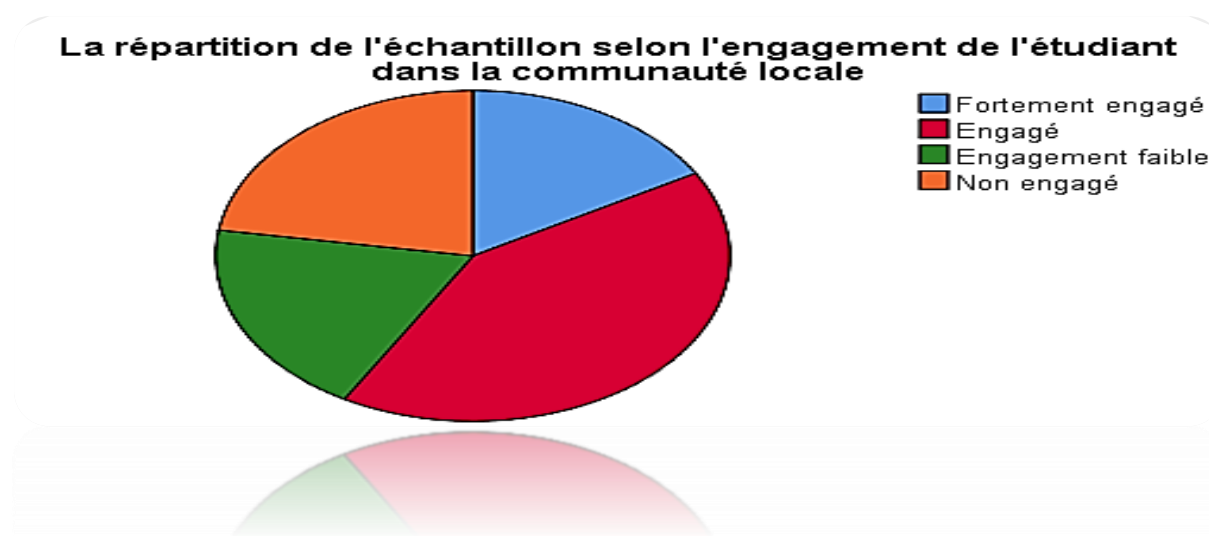
En revanche, 23,3% des étudiants montrent un engagement fréquent, indiquant un certain niveau d'implication de leur part. Seuls 6,7% des étudiants participent de manière constante, démontrant un engagement continu dans les activités citoyennes.

Ces résultats suggèrent une implication générale limitée parmi les étudiants, avec seulement une minorité montrant une participation active. Il est donc nécessaire de redoubler d'efforts pour encourager une plus grande participation des étudiants aux activités citoyennes sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ».

Tableau 20: La répartition de l'échantillon selon l'engagement de l'étudiant dans la communauté locale grâce au suivi de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Fortement engagé	20	16,7
Engagé	50	41,7
Engagement faible	23	19,2
Non engagé	27	22,5
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



D'après l'analyse de ce tableau, montre que 58,4% des étudiants interrogés ont déclaré avoir un engagement fort ou élevé dans la communauté. Plus précisément, nous remarquons que 41,7% des étudiants sont engagés, ce qui indique un niveau d'implication appréciable. De plus, 16,7% des étudiants sont fortement engagés, démontrant un niveau d'engagement encore plus élevé.

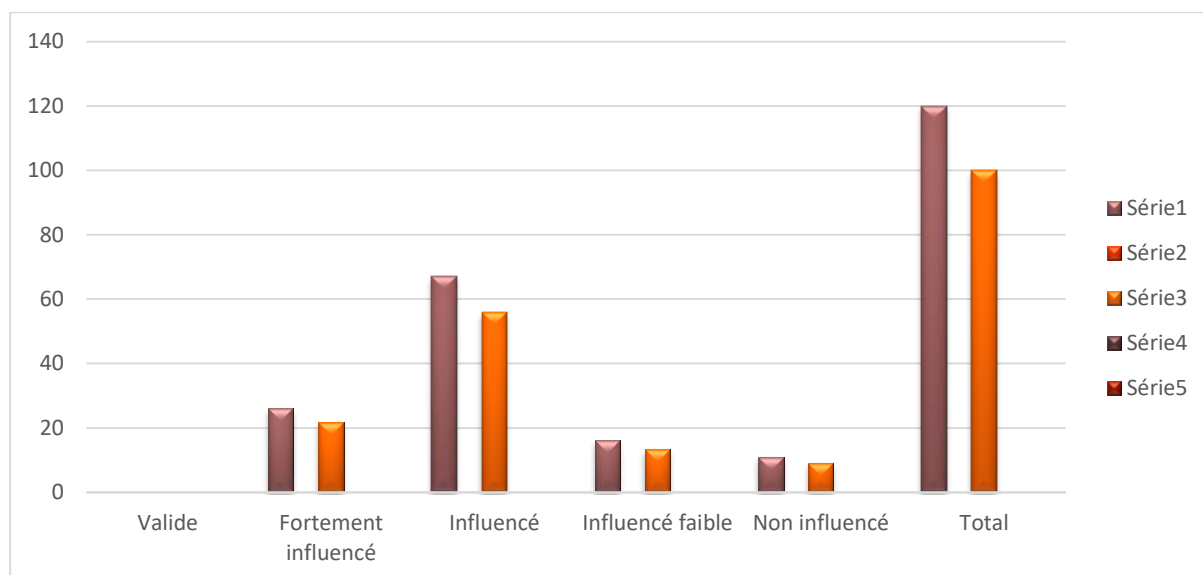
En revanche, il est important de noter que 22,5% des étudiants interrogés sont non engagés dans leur communauté locale malgré le suivi de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». De plus, 19,2% des étudiants pour un faible niveau d'engagement.

Cela nous suggère qu'il y a une diversité d'engagement parmi les étudiants de l'échantillon, avec une partie importante étant engagée ou fortement engagée, mais une proportion non négligeable étant non engagée ou ayant un engagement faible. Il est donc possible que des mesures supplémentaires soient nécessaires pour encourager une plus grande participation et engagement des étudiants dans leur communauté locale.

Tableau 21: La répartition de l'échantillon selon le degré de l'influence de l'attitude de l'étudiant envers les activités citoyennes

Valide	Fréquence	Pourcentage
Fortement influencé	26	21,7
Influencé	67	55,8
Influencé faible	16	13,3
Non influencé	11	9,2
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



L'analyse des données de ce tableau nous montre que la majorité des étudiants de l'échantillon sont influencés par leur attitude envers les activités citoyennes. En effet, 77.5% des étudiants interrogés ont déclaré être influencés, dont 55.8% sont simplement influencés et 21.7% sont fortement influencés.

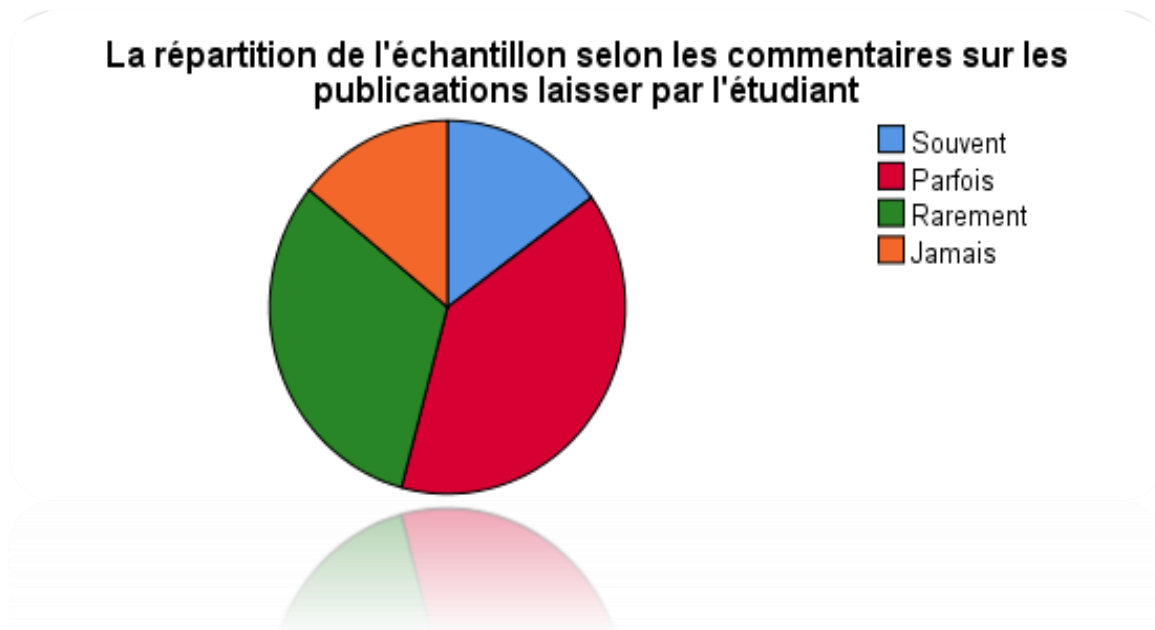
Cependant, 9.2% des étudiants interrogés sont non influencés par leur attitude envers les activités citoyennes. De plus, 13.3% des étudiants ont un faible niveau d'influence de leur attitude.

Nous concluons d'après cette analyse qu'il y a un lien entre l'attitude des étudiants envers les activités citoyennes et leur niveau d'influence. La majorité des étudiants sont influencés dans une certaine mesure, ce qui indique que leur attitude joue un rôle dans leur participation à ces activités. Par contre, une petite proportion des étudiants est non influencée, ce qui pourrait nécessiter davantage dans les activités citoyennes.

Tableau 22: La répartition de l'échantillon selon les commentaires laissés par l'étudiant sur les publications publiés sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Souvent	18	15,0
Parfois	47	39,2
Rarement	38	31,7
Jamais	17	14,2
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



On observe dans ce tableau 39.2% des étudiants interrogés ont déclaré laisser des commentaires parfois, ce qui indique une certaine participation de leur part.

D'autres part, des étudiants laissent rarement des commentaires, ce qui suggère un niveau d'interaction moins fréquent avec les publications. Seulement 15% des étudiants laissent souvent des commentaires, montrant une participation plus active dans les discussions en ligne.

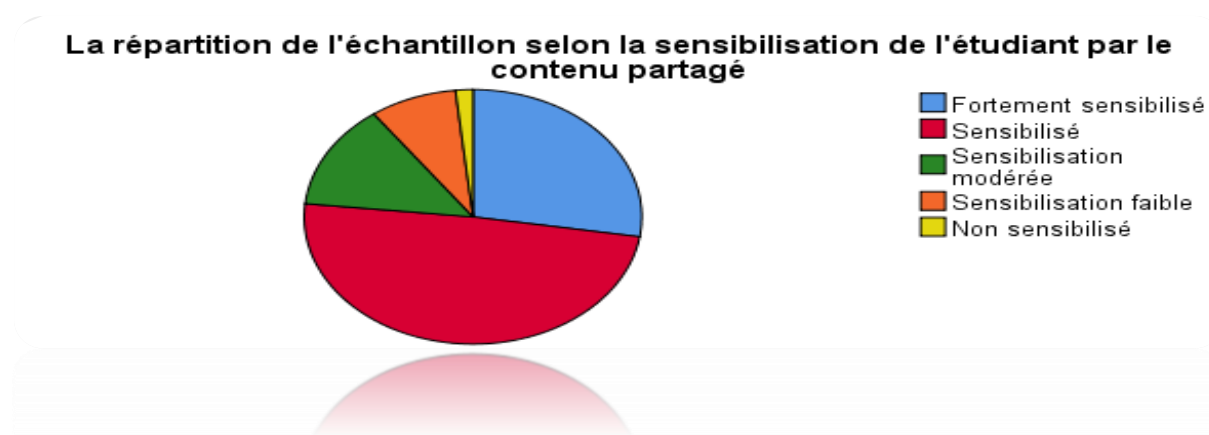
Enfin, il est à noter que 14.2% des étudiants interrogés n'ont jamais laissé de commentaires sur les publications de la page Facebook. Cela peut indiquer un manque d'engagement ou d'intérêt pour participer aux discussions en ligne.

En résumons, ce tableau met en lumière le fait que la majorité des étudiants de l'échantillon participent occasionnellement en laissant des commentaires sur les publications de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». Il existe cependant une variabilité dans le niveau d'interaction des étudiants, avec certains étant plus actifs que d'autres dans les commentaires en lignes.

Tableau 23: La répartition de l'échantillon selon la sensibilisation de l'étudiant sur le contenu partagé dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Fortement sensibilisé	33	27,5
Sensibilisé	59	49,2
Sensibilisation modérée	16	13,3
Sensibilisation faible	10	8,3
Non sensibilisé	2	1,7
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



L'analyse des données nous montrons que la majorité des étudiants (49.2%) se déclarent sensibilisés au contenu, ce qui suggère que presque la moitié des répondants sont réceptifs aux messages diffusés par la page. De plus, 27.5% des étudiants sont fortement sensibilisés, indiquant une réponse très positive et une forte réceptivité au contenu.

En revanche, 13.3% des étudiants indiquent une sensibilisation modérée, tandis que 8.3% déclarent une sensibilisation faible. Ces chiffres révèlent qu'un segment de l'échantillon est moins affecté par le contenu. Enfin, seulement 1.7% des étudiants se disent non sensibilisés, représentant une petite minorité qui n'est pas du tout réceptive au contenu.

En somme, cette analyse nous montrons que la majorité des étudiants sont sensibilisés au contenu partagé par la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur », avec un niveau de sensibilisation majoritairement positif. Cependant, il existe encore des marges de progression pour augmenter l'impact auprès des étudiants moins réceptifs. La page pourrait bénéficier de

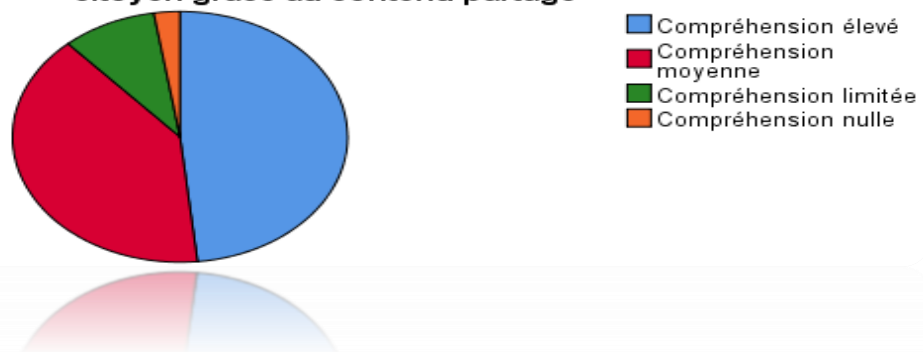
stratégies visant à améliorer l'engagement et la pertinence des messages pour ces segments moins sensibilisés.

Tableau 24: La répartition de l'échantillon selon la compréhension de l'étudiant les droits d'un citoyen de la wilaya Bejaia grâce au contenu partagé sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Compréhension élevé	58	48,3
Compréhension moyenne	48	40,0
Compréhension limitée	11	9,2
Compréhension nulle	3	2,5
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude

La répartition de l'échantillon selon la compréhension de l'étudiant les droits du citoyen grâce au contenu partagé



Les données de ce tableau nous montrent que 48.3% des étudiants déclarent une compréhension élevée, indiquant que près de la moitié trouvent que le contenu très informatif et clair. De plus, 40% des étudiants estiment avoir une compréhension moyenne, suggérant que le contenu est utile mais pourrait être amélioré pour une meilleure clarté.

Par ailleurs, 9.2% des étudiants indiquent une compréhension limitée, ce qui montre qu'une petite mais notable fraction de l'audience a des difficultés à saisir pleinement les informations partagées. Enfin, 2.5% des étudiants déclarent ne rien comprendre du tout. Bien que ce pourcentage soit faible, il indique que pour une minorité, le contenu actuel n'est pas du tout efficace.

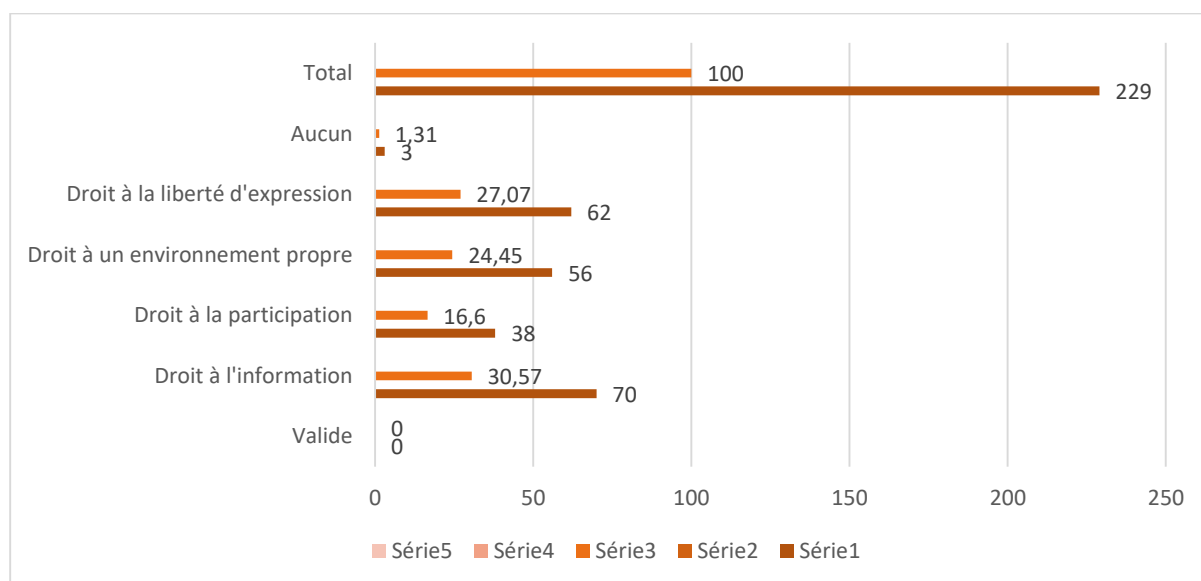
En fin du compte, cette analyse nous montre que la majorité des étudiants ont une excellente compréhension des droits des citoyens grâce au contenu partagé sur la page

Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». Toutefois, il reste une marge d'amélioration pour atteindre ceux avec une compréhension limitée ou nulle, en adaptant peut-être les méthodes de communication et de présentation résumé en bien précisé l'essentiel.

Tableau 25: La répartition de l'échantillon selon les droits soulevés par l'étudiant à travers la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Effectif	Pourcentage
Droit à l'information	70	30,57
Droit à la participation	38	16,60
Droit à un environnement propre	56	24,45
Droit à la liberté d'expression	62	27,07
Aucun	3	1,31
Total	229 ⁶	100,0

Source : enquête de notre étude



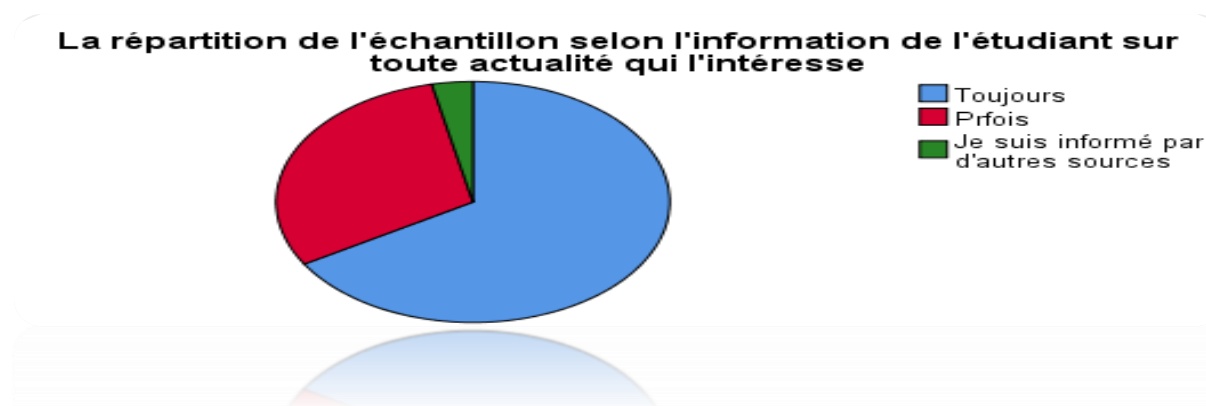
Les données de ce tableau nous observons que la catégorie « le droit à l'information » est le plus fréquemment évoqué, avec un effectif de 70 personnes, ce qui représente 30.57% de l'échantillon. « Le droit à la liberté d'expression » suit de près, avec 62 échantillons (27.07%). « Le droit à un environnement propre » est également significatif, avec 56 personnes (24,45%) exprimant ce besoin, tandis que « le droit à la participation est mentionné par 38 individus, représentant 16,60% de l'échantillon. En revanche, un petit nombre d'échantillon (3 échantillons, soit 1.31%) n'a pas soulevé de droit spécifique, les classant dans la catégorie « Aucun ».

Nous synthétisons que cette répartition suggère que les discussions sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » sont principalement axées sur la diffusion d'informations, l'expression d'opinions et les préoccupations environnementales, reflétant ainsi les intérêts et les priorités des participants.

Tableau 26: La répartition de l'échantillon selon le degré de l'information de l'étudiant sur toute actualité qui s'intéresse le citoyen de la wilaya de Bejaia grâce à la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Toujours	79	65,8
Parfois	36	30,0
Je suis informé par d'autres sources	4	3,3
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



Le tableau montre que 65.8% des étudiants sont toujours informés des actualités locales grâce à la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur », faisant de cette page une source d'information clé. 30% des étudiants sont informés parfois, tandis que seulement 3.3% se fient à d'autres sources.

En synthétisons que la page Facebook est une source majeure d'information pour la majorité des étudiants, bien que certains complètent leurs informations ou préfèrent d'autres sources.

Tableau 27: La répartition de l'échantillon selon la compréhension et la clarté des messages partagés sur la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur en ce qui concerne la sensibilisation sur ce qui se passe dans la wilaya de Bejaia

Valide	Fréquence	Pourcentage
Toujours claires et compréhensibles	73	60,8
Généralement claires et compréhensibles	43	35,8
Parfois claires et compréhensibles	2	1,7
Ne sont pas claires et compréhensibles	2	1,7
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



L'analyse de ce tableau met en évidence que la majorité des étudiants (60.8%) évaluent que le contenu partagé sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » comme toujours clairs et compréhensibles. De plus, 35.8% des étudiants ont indiqué que les messages sont généralement clairs et compréhensibles, confirmant ainsi une perception positive de la qualité de la communication sur la page.

Cependant, une minorité relativement petite (1.7%) des étudiants ont signalé que les messages peuvent parfois être moins clairs et compréhensibles, et le même pourcentage ont déclaré ne pas trouver les messages clairs du tout.

En conclure, ces résultats met en lumière que la communication sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » semble être largement efficace et accessible pour la grande majorité des étudiants, mais il existe une petite proportion d'étudiants qui rencontrent

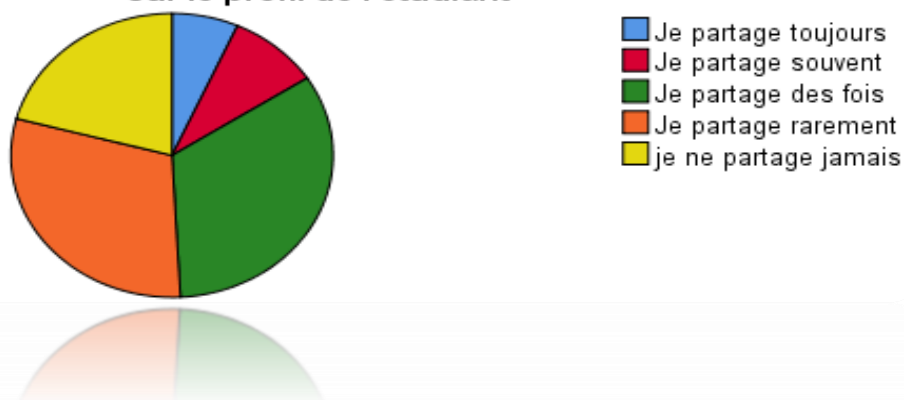
occasionnellement des difficultés de compréhension. Il est donc important de maintenir un haut niveau de clarté dans les messages partagés afin de garantir une communication efficace et pertinente pour tous les étudiants.

Tableau 28: La répartition de l'échantillon selon le partage des publications de la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur sur le profil de l'étudiant

Valide	Fréquence	Pourcentage
Je partage toujours	8	6,7
Je partage souvent	11	9,2
Je partage des fois	40	33,3
Je partage rarement	36	30,0
Je ne partage jamais	25	20,8
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude

La répartition de l'échantillon selon le partage des publications de la page sur le profil de l'étudiant



L'analyse de ce tableau démontre que le partage des publications de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » sur le profil de l'étudiant varie parmi les répondants. En effet, 33.3% des étudiants interrogés ont déclaré partager parfois les publications, ce qui indique une certaine participation au partage de contenu sur la plateforme.

D'autre part, 30% des étudiants partagent rarement les publications, montrant une fréquence moins élevée de partage. 20.8% des étudiants ont mentionné qu'ils ne partagent jamais les publications, ce qui suggère un manque d'engagement dans le partage de contenu sur leur profil.

En revanche, seuls 6.7% des étudiants ont déclaré partager toujours les publications et 9.2% partagent souvent. Cela indique qu'une minorité d'étudiants sont particulièrement actifs dans le partage de contenu provenant de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ».

En somme, ces résultats soulignent une diversité dans les habitudes de partage des étudiants concernant les publications de la page. Alors que certains étudiants sont fréquemment engagés dans le partage, d'autres le font moins régulièrement, voire pas du tout. Il pourrait être bénéfique d'encourager davantage de participation au partage de contenu pour augmenter la visibilité et l'impact des publications.

Tableau 29: La répartition de l'échantillon selon l'appréciation de la langue utilisée dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur

Valide	Fréquence	Pourcentage
Oui	112	93,3
Non	7	5,8
Neutre	1	,8
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude

La répartition de l'échantillon selon l'appréciation de la langue utilisé dans la page par l'étudiant



En examinant les données, il est clair que la grande majorité des répondants, soit 93.3%, ont exprimé une appréciation positive (oui) à l'égard de la langue employée. Cette préférence témoigne d'une adhésion significative au style linguistique adopté.

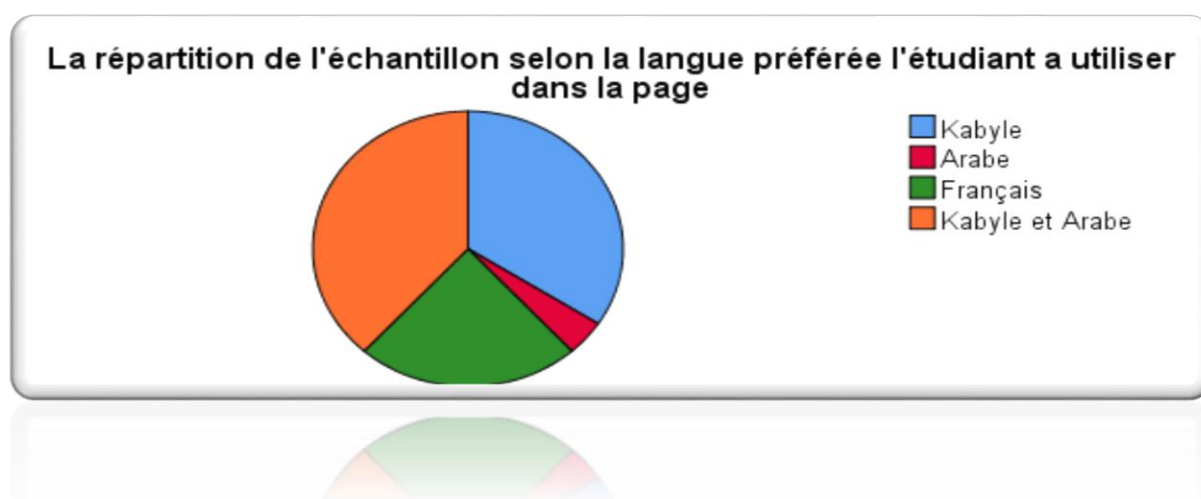
En revanche, une minorité de seulement 5.8% des étudiants a exprimé une réaction négative (non), indiquant une faible critique quant à l'usage linguistique de la page. De plus une réponse neutre représentant 0.8% du total montre une petite partie des répondants qui ne se prononcent pas clairement sur leur appréciation.

Nous synthétisons d'après cette analyse montre que la majorité ont une opinion favorable de la langue utilisée sur la page étudiée, ce qui est crucial pour maintenir un engagement positif et constructif sur les réseaux sociaux.

Tableau 30: La répartition de l'échantillon selon la langue utiliser souvent dans la page Facebook Bejaia Sois l'Observateur et préférer par l'étudiant

Valide	Fréquence	Pourcentage
Kabyle	41	34,2
Arabe	5	4,2
Français	28	23,3
Kabyle et Arabe	46	38,3
Total	120	100,0

Source : enquête de notre étude



Ce tableau révèle les préférences linguistiques des étudiants pour la langue utilisée sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». La majorité des répondants (38.3%) préfèrent une combinaison de Kabyle et Arabe, ce qui souligne l'importance de l'usage bilingue sur la plateforme. Le Kabyle seul est préféré par 34.2% des étudiants, tandis que le Français est choisi par 23.3%, indiquant une forte demande pour ces deux langues.

En revanche, l'Arabe seul n'est préféré que par 4.2% des répondants, signalant une moindre popularité.

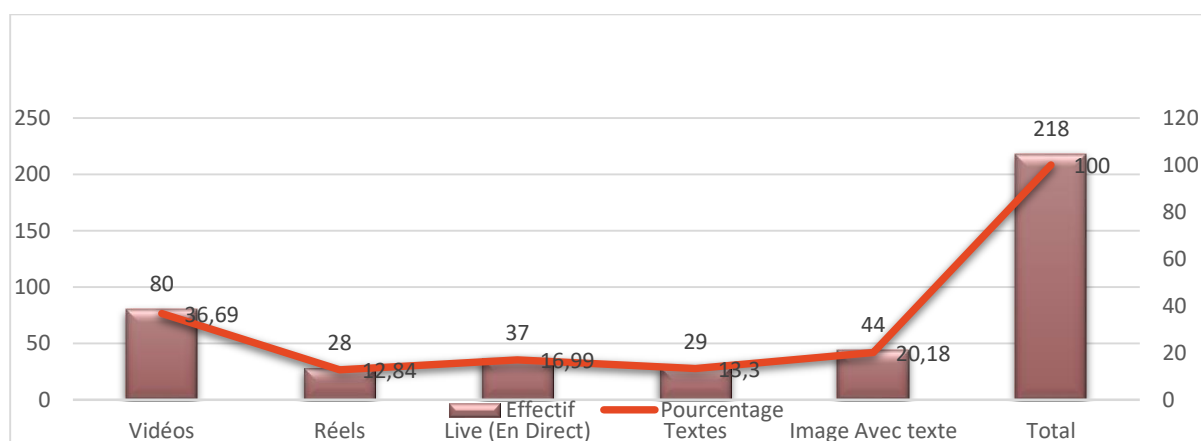
Nous concluons donc d'après cette analyse souligne l'importance de comprendre et de répondre aux préférences linguistiques variées des utilisateurs de la page Facebook « Bejaia

Sois l'Observateur », afin d'optimiser la communication et interaction avec un public diversifié et multilingue.

Tableau 31: La répartition de l'échantillon selon les techniques de partage de contenu privilégiées par l'étudiant sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur »

Valide	Effectif	Pourcentage
Vidéos	80	36,69
Réels	28	12,84
Live (En Direct)	37	16,99
Textes	29	13,30
Image Avec texte	44	20,18
Total	218 ⁷	100,0

Source : enquête de notre étude



D'après ces données, nous montrons que les vidéos sont la technique de partage de contenu la plus utilisée, choisie par 80 échantillons, ce qui représente 36,69% du total. Les images avec texte suivent avec 44 échantillons (20,18%), tandis que les Lives (en direct) sont privilégiés par 37 échantillons (16,99%). Les textes sont utilisés par 29 échantillons (13,30%), et les Réels par 28 échantillons (12,84%).

Ces résultats indiquent une préférence marquée pour les contenus visuels dynamiques tels que les vidéos et les images avec texte. Les Lives jouent également un rôle significatif dans le partage de contenu, reflétant une volonté d'interaction en temps réel. Cependant, les textes et les Réels sont moins fréquemment choisis, suggérant peut-être une préférence pour des formats plus visuels et interactifs sur la plateforme.

Cette répartition montre que les étudiants utilisent une gamme variée de techniques pour partager du contenu sur la page, adaptant leurs choix en fonction des types de médias qui favorisent l'engagement et la communication efficace.

Section 02 : Discussion et interprétation des résultats de l'enquête

A ce stade, nous devons vérifier nos hypothèses à la lumière des données déjà analysées, afin de déterminer si elles sont confirmées ou infirmées. Cette vérification se base sur les données collectées et leur analyse et interprétation antérieures.

- **Première hypothèse : La page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » veille à instaurer les valeurs de la citoyenneté pour la population locale de la wilaya par la qualité de contenus partagés.**

Suite aux résultats obtenus durant notre enquête avec l'administrateur de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » de cette première hypothèse sur les valeurs de la citoyenneté existantes en sein de la population de la wilaya de Bejaia par le contenu partagé, nous constatons que cette dernière se distingue par quelques valeurs citoyennes telles que la sensibilisation, la solidarité, le respect des étrangers et diverses formes d'aides sociales. Ce qui indique que la wilaya de Bejaia ne dispose pas de plusieurs valeurs, cependant elle se focalise souvent sur le côté social de la population par sensibiliser les citoyens sur tous sur leurs droits. En revanche, notre recherche a également mis en lumière d'autres valeurs telles que la tolérance sociale, le sentiment d'appartenance, le respect de la loi et la responsabilité sociale, solidarité, le respect des biens- publics, la paix.

A partir de ses résultats nous avons déduit que notre première hypothèse « la page Facebook Bejaia Sois L'observateur veille à instaurer les valeurs de la citoyenneté pour la population locale de la wilaya par la qualité de contenus partagés », est affirmée partiellement parce que la page « Bejaia Sois l'Observateur » s'inscrit dans la dimension sociale. Cette dimension comme elle est abordée par Marshall, englobe des droits allant d'un bien-être et d'une sécurité économique minimum à la participation pleine et entière à l'héritage social, permettant de mener une vie civilisée en accord avec les standards existants dans la société.

- **La deuxième hypothèse : Les étudiants de l'université Abderrahmane Mira, Bejaia s'intéresse à suivre la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur »**
- **Fréquence :** les tableaux de ce segment montrent les fréquences à laquelle les étudiants consultent la page, incluant les moments où ils sont plus actifs et comment ils ont

découvert la page. Les résultats révèlent les informations suivantes : La consultation principale de la page pendant la journée 41,7% et le soir (39,2%), montrant une utilisation active durant les moments où ils sont disponibles des étudiants.

- **Raisons :** les principales raisons de suivre la page incluent la volonté de se tenir informé des actualités locales (55,8%), et l'intérêt pour les événements sociaux (16,7%)
- **Objectifs :** l'intérêt pour la page est élevé, avec 47,5% des étudiants se déclarant « très intéressés » et 39,2% « intéressés », Totalisant 86,7% des étudiants qui trouvent la page pertinente et utile. Les actions qui attirent les étudiants incluent principalement la défense de l'intérêt général (39,40%), la sensibilisation par le partage d'informations (26,42%), et l'attention portée aux activités locales (16,06%), ce qui montre une valorisation des initiatives communautaires et de l'engagement citoyen.

L'ensemble de ces données confirme que les étudiants de l'Université de Abderrahmane Mira, Bejaia s'intéressent fortement à la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur ». La page répond à leurs besoins d'information locale, d'engagement communautaire et de participation citoyenne, validant ainsi l'hypothèse initiale.

➤ **La troisième hypothèse : L'impact des valeurs de citoyenneté chez les étudiants suite à leurs suivis et à leurs intérêts aux contenus partagés par la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur »**

Pour comprendre comment les étudiants de l'Université de Abderrahmane Mira, Bejaia perçoivent et évaluent le contenu partagé sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » nous avons analysé des questions regroupées autour de deux indicateurs principaux : perception et évaluation :

***Perception :** les étudiants perçoivent la page principalement comme une source d'information locale fiable, découverte principalement via des groupes Facebook (63,3%) et recommandation d'amis (24,2%). Les motivations pour suivre la page sont variées, avec une majorité cherchant à se tenir informés des actualités locales (58,73%). L'intérêt global pour la page est élevé, avec 86,7% des étudiants se déclarant très intéressés et intéressés. Les actions qui attirent les étudiants incluent principalement la défense de l'intérêt général et la sensibilisation aux divers problèmes, ce qui montre une perception positive de la page en tant que plateforme d'engagement communautaire.

***Evaluation :** l'évaluation des étudiants montre que la page « Bejaia Sois l'Observateur » joue un rôle crucial dans leur engagement social et citoyen soit 58,4%. Une participation variable des étudiants à des aides sociales soit 58,3% et l'intérêt pour les actualités locales soulignent l'importance de la page pour la communauté estudiantine. L'engagement dans des actions citoyennes soit et la correction des perceptions publiques démontrent que la page est perçue comme un outil efficace pour influencer positivement la société. Enfin la défense de la wilaya de Bejaia confirme que la page contribue à promouvoir une image positive et à renforcer le sentiment d'appartenance parmi les étudiants.

Les analyses des perceptions et évaluations des étudiants confirmant que la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » est perçue comme une source d'information essentielle et un outil d'engagement communautaire. Les étudiants la considèrent comme pertinente et utile pour rester informés des actualités locales, participer à des actions sociales, et influencer positivement la société. Ces perceptions et évaluations valident l'hypothèse initiale, en démontrant l'importance et la pertinence de la page pour la communauté estudiantine.

Conclusion

Conclusion

La communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques joue un rôle crucial dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants. En utilisant ces plateformes, les acteurs territoriaux peuvent atteindre un large public des jeunes, créant ainsi des opportunités pour sensibiliser et éduquer sur les enjeux civiques et citoyens.

En exploitant la portée et l'interactivité de ces plateformes, les acteurs locaux peuvent non seulement sensibiliser les jeunes aux enjeux citoyens, mais aussi les engager activement dans des discussions et des initiatives civiques. Cette dynamique contribue à renforcer leur sentiment d'appartenance, leur responsabilité sociale et leur participation active dans la vie communautaire.

D'après notre étude réalisée sur le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants, nous put obtenir des réponses à différentes questions posées au début ainsi répondre à notre problématique, notamment à la vérification de nos hypothèses de recherche.

A travers les résultats et l'étude de notre thème, on constate que la page Facebook « Bejaia Sois L'observateurs » défend les droits et l'intérêt général des citoyens de la wilaya de Bejaia, ainsi de les sensibiliser et de les informer sur ce qui se passe dans leur wilaya, et que cette page utilise des différentes stratégies de contenu partagé afin d'attirer un large public par les différents types de contenu partagés, notamment ce dernier est partagé par plusieurs techniques.

Suite à notre analyse, on peut constater que les étudiants de l'université de Abderrahmane Mira s'intéressent à suivre la page Facebook « Bejaia Sois l'observateurs », cet intérêt est observé par le têt d'abonnement des étudiants à cette page et leurs engagement actif et soutenu avec le contenu partagé, et pour cela que l'administrateur de cette page est obligé à continuer de produire du contenu pertinent et engageant sur toutes des actualités sur l'université afin de renforcer la relation avec les étudiants

A partir de notre analyse, nous avons déduit que les contenus partagés par la page Facebook « Bejaia Sois L'observateurs » ont un impact sur les valeurs de la citoyenneté des étudiants de l'université Abderrahmane Mira Bejaia, par leurs participations aux activités communautaires, le changement positif dans leurs opinions sur l'importance de la citoyenneté, l'engagement actif dans les discussions en ligne et leur perception de l'impact.

En fin, les réseaux sociaux numériques offrent une plateforme pour valoriser des initiatives locales, ce qui peut inspirer et motiver les étudiants à s'impliquer davantage. En somme, la communication via les réseaux sociaux numériques constitue un levier puissant pour les acteurs territoriaux, facilitant la diffusion et l'adoption des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants, et contribuant ainsi à la formation d'une génération d'« étudiants engagés et responsables

Bibliographie

Bibliographie

➤ Ouvrages

Adary, A., & Mas, C. (2018). *COMMUNICATOR. Toute la communication à l'ère digitale*.

Dunod. Paris.

Aktouf, O. (1987). *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, une introduction à la démarche classique et en critique*. Montréal: Les Presses de l'Université du Québec.

Anger, M. (1997). *Initiation pratique à la méthodologie des recherches*. Casbah Université. Paris.

Angers, M. (1992). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*. Anjou, Centre éducatif et culturel.

Angers, M. (1997). *initiation à la méthodologie des sciences humaines* (2ème éd. Casbah) Université. Alger

Blanchet, A., & Gotman, A. (2010). *L'entretien: L'enquête et ses méthodes*. Armand colin. Paris.

De Ketele, J.-M., & Reogiers, X. (1996). *Méthodologies du recueil d'informations. Fondement des méthodes d'observations, de questionnaires, d'interviews et d'étude de documents. Méthodes en sciences humaines.*: De Boeck Université. Paris

Grawitz, M. (1990). *Méthodes des sciences sociales*. Dalloz. Paris

Libaert, T. (2021). *LE COMMUNITY MANAGEMENT: stratégies et bonnes pratiques pour une communication digitale réussie*. L' Harmattan. Paris

Zémor, P. (1995). *La communication publique*. PUF. Paris

➤ Thèses et Mémoires

Hussein, M., & Gomaa, A. (2019). *أعمال المؤتمر الدولي الثاني لقسم الفلسفة. قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي. و علم الإجتماع الشباب في عالم متغير* (pp. 132-133). Egypt.

NAIMA, Z. (2018). *Le role de la collectivité locale dans la gestion du développement local, cas des communes oranaises*. p. 7.

Nassima, D. S. (s.d.). *la communication territoriale et le développement local: Etude de Cas sur les communes de la wilaya d'Oran*. pp. 99-100.

Tabti, M., & Tatachak, N. (2021/2022). *La communication environnementale via les réseaux sociaux numériques. Cas de la page Facebook "Bejaia sois l'observateur"*. Béjaia.

الرياض, المملكة العربية السعودية. قيم المواطنة لدى الشباب و اسهامها في تعزيز الامن الوقائي. (2010). القحطاني, ع. ا.

➤ **Revue Scientifiques**

Awono, R. (2015). la communication territoriale: constructions d'un champ. (D. d. UQAM, Éd.) *Communiquer Revue de communication sociale et publique*, pp. 85-106. doi:<https://doi.org/10.4000/communiquer.1686>

Bickel, J.-F. (2007). Significations, histoire et renouvellement de la citoyenneté. *Cairn.info*, 30(120), pp. 11-28. doi:<https://doi.org/10.3917/ga.120.0011>

Bonnetain, F., & Deljarrie, B. (2014). La communication des collectivités locales. *LE COURRIER des maires et des élus locaux*, pp. de 30-39. Récupéré sur <http://www.cap-com.org>

Boudjedra, K. (2013). les acteurs et le développement local: outils et représentations. cas des territoires ruraux au Maghreb. montpellier.

Collin, S. (2021). l'éducation à la citoyenneté numérique: pour quelle(s) finalité(s)? *Education et francophonie*, 49(2). doi:<https://doi.org/10.7202/1085303ar>

Denieuil, P.-N. (1999). introduction aux théories et à quelques pratiques du développement local et territorial. création d'emplois et de l'entreprise, Tanger.

Deprince, E., & Arone, L. (2019). Management international. *Les réseaux sociaux numériques: analyse de leurs utilisations dans le cadre de l'internalisation des petites entreprises.*, 22(hors-série). doi:<https://doi.org/10.7202/1062491ar>

EL ABBADI, A. E. (2023). La communication territoriale: un levier de la mise en place du nouveau modèle de développement? *Alternatives Managériales et Economiques*(2). Récupéré sur <https://revues.imist.ma/?journal=AME>

Gagnon, C., & Arth, E. (2019). *Agenda 21 Local*. Récupéré sur DEMARCHES TERRITORIALES DE DEVELOPPEMENT DURABLE: <http://demarchesterritorialesdedeveloppementdurable.org>

Glichet, F. (2002). La citoyenneté comme pédagogie: réflexions sur l'éducation à la citoyenneté. *Revue des sciences à l'éducation*, 28(1), pp. 105-124. doi:<https://doi.org/10.7202/007151ar>

Mallen, M.-C. (1982). In: Pratiques: linguistiques, littéraire, didactique. Travailleur en projet. *Guide méthodologique pour la pratique de l'enquête d'opinion*, 1(36), 90. doi:<https://doi.org/10.3406/prati-1982.1526>

Mimoun, M. (2021). Notion de Citoyenneté dans le Système Educatif Algérien Entre le Local et le Global. *Djousoue El- maaréfa*, 07(03), 662-663. Chlef, Algérie.

Mountasser, T., Ouzid, A., & Ouzid, M. (2021). Les réseaux sociaux au coeur des pratiques citoyennes: la gouvernance participative d'un groupe et d'une page facebook d'édifiés à la ville d'Agadir. *Revue Internationale de Management, d'Entrepreneuriat et de Communication*. doi:<https://doi.org/10.59285/rimec.349>

Peysson, E. (2017). *Entre communication publique et communication territoriale: différents missions au service d'un département. Le cas de la CCI de l'Aedèche*. HAL.Paris: dumas.

Pitsesys, J. (2017). Cairn info. *Démocratie et citoyenneté*, 1(88), 9-113. doi:<https://doi.org/10.3917/descrip.088.0009>

Rabia, B. (2023). le role des collectivités locales dansla réalisation du développement local des zones d'ombre en Algerie eu cours de la periode 2020-2024. *La Revue du développement et des prospectives Pour Recherches et études*, 08(01), p. 356.

Ramonjy, D. (2010). Cairn.info. *Ethiq et Responsablité Sociale desOrganisations du Commerce Equitable*, 9(29). doi:<https://doi.org/10.3917/mav.029.0208>

Tremblay, M. (2011). "La participation citoyenne, l'engagement civique r l'efficacité politique de personnes membres de comités des usagers ou d'associations. En *Communication*.32,p.121.doi: <https://doi.org/10.14428/rec.v32i32.51653>

TÜRC, P. (2022). De quelle société politique le citoyen numérique est-il membre? *OpenEdition Journals*(22). doi:<https://doi.org/10.4000/revdh.15235>

Zammar, N. (2012). Réseaux Sociaux numériques: essai de catégorisation et cartographie des controverses. *HAL*, pp. 54-55-56.

➤ Les Sites

(s.d.). Consulté le Mai 12, 2024, sur [slideshare.net.communication-territorial-12](https://slideshare.net/communication-territorial-12): [https://](https://slideshare.net/communication-territorial-12)

Séguin, B. (2013, 03 14). *Slideshare a Scribd company*. Récupéré sur Slideshare: <http://fr.slideshare.net>

Zongo, A. (2019, 01 18). France. Consulté le 03 15, 2024, sur <https://fasocivic.org/knowledge-base/2-les-valeurs-citoyennes>

Annexes

Annexe 1: Questionnaire

Questionnaire : "Le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques, dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants"

Chers(e) étudiants (e),

Nous vous remercions de contribuer à notre étude sur "Le rôle de la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur" dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants".

Vos réponses sont cruciales pour notre recherche. Nous garantissons l'anonymat et la confidentialité de vos réponses.

Votre opinion unique est précieuse et nous aidera à enrichir nos analyses et conclusions.

Merci pour votre participation et votre collaboration.

TIGHZERT Wissam

ZAIDINadjet

Cordialement!

1. **Âge ***

- 18-25 ans
- 25-35 ans
- 35-45 ans
- Plus de 45 ans

2. **Genre ***

- Féminin
- Masculin

3. **Niveau d'instruction (Licence, Master, Doctorant) ***

4. **Votre Faculté d'étude***

5. **Votre spécialité**

Section 2/3

6. - **Depuis quand êtes-vous abonné à la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- De 1 ans à 3 ans
- De 3ans à 5 ans
- Plus de 5 ans
- Autres :

7. - **Combien de temps passez vous généralement sur la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » lors de la consultation ?**

- Moins de 10 minutes
- Entre 30 minutes et une heure
- Cela dépend des publications
- Autres:

8. - **A quel moment de la journée consultez-vous le plus souvent la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur »**

- Le matin
- Pendant la journée
- Le soir
- Autres :

9. - **Comment avez-vous découvert la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » en tant qu'étudiant de l'université de Bejaia ?**

- Recommandation d'un ami
- Son lien était partagé dans des groupes Facebook
- Autres :

10. - **Qu'est-ce qui vous attire vers la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur » ?**

- Le contenu partagé
- La page répond à votre intérêt
- Autres :

11. - **Quelles sont les raisons qui vous poussent à suivre la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Pour se tenir informer sur les actualités locales
- Avoir des informations sur les événements sociaux dans la région
- Pour s'engager dans des actions citoyennes
- Autres :

12. - **Êtes-vous intéressés par les publications de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Très intéressé
- Intéressé
- Neutre
- Peut intéresser
- Pas du tout intéressé

13. - **Quel type de contenu vous incite à suivre la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Politique
- Sport
- Social
- Environnement
- Développement local
- Autres :

14. - **Avez- vous des objectifs à atteindre en suivant la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur"?**

- De connaître vos droits
- De s'engager dans la population locale
- Participer aux aides sociaux partagés par la page
- Autres :

15. - **Quels résultats espérez-vous obtenir grâce au suivi de la page Facebook « Bejaia Sois l'Observateur »?**

- Avoir des informations sur l'actualité de la wilaya de Bejaia
- Avoir une idée sur les différents obstacles de la wilaya de Bejaia
- Savoir quels sont les préoccupations des citoyens de la wilaya de Bejaia
- Autres :

16. - **Êtes-vous satisfait par le contenu partagé sur la solidarité dans la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Plus satisfait
- Satisfait
- Moins Satisfait
- Non plus satisfait

Section3/3

17. **1- Quelles sont les actions qui vous attirent au tant que citoyen de la wilaya de Bejaia dans la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Défendre l'intérêt général des citoyens de la wilaya de Bejaia
- Attirer l'attention des activités locales
- La responsabilité sociale
- Partager des informations pour
- sensibiliser les habitants à
- divers problèmes
- Autres :

18. **- Quels sont les sujets qui vous intéressent au tant que citoyen de la wilaya du Bejaia et vous voulez trouver traités sur la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Questions liées aux droits des citoyens
- Questions relatives à la protection de l'environnement
- Informations sur les nouvelles locales
- Problèmes liés aux routes
- Autres :

19. **- Participez-vous au contenu relatif aux aides sociales publiés par la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Je participe toujours
- Je participe souvent
- Je participe des fois
- Je ne participe pas du tout

20. **- Vous vous impliquez dans les activités citoyennes partagées sur la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

-
-
- Toujours impliqué
 - Souvent impliqué
 - Une fois par hasard
 - Jamais impliqué

21. - Arrivez-vous à vous engager dans la communauté locale grâce aux suivis de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?

- Fortement engagé
- Engagé
- Engagement faible
- Non engagé

22. - Les contenus de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ont-ils influencés vos attitudes envers les activités citoyennes ?

- Fortement influencé
- Influencé
- Influence faible
- Non influencé

23. - Laissez-vous des commentaires sur les publications de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?

- Souvent
- Parfois
- Rarement
- Jamais

24. - **Etiez-vous sensibilisés par le contenu partagé dans la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Fortement sensibilisé
- Sensibilisé
- Sensibilisation modérée
- Sensibilisation faible
- Non Sensibilisé

25. - **Arrivez-vous à comprendre les droits du citoyen de la wilaya de Bejaia grâce au contenu partagé sur la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Compréhension élevée
- Compréhension moyenne
- Compréhension limitée
- Compréhension nulle

26. - **Quels sont les droits du citoyen qu'ont été soulevés par la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?**

- Droit à l'information
- Droit à participé
- Droit à un environnement propre
- Droit à la liberté d'expression
- Autres :

27. - **Grace à la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » sentez-vous toujours informer sur toute l'actualité qui s'intéresse le citoyen de la wilaya de Bejaia ?**

- Toujours
- Parfois
- Je suis informé par d'autres sources

28. - **Les messages de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » sont-ils clairs et compréhensibles en ce qui concerne la sensibilisation sur ce qui se passe dans la wilaya de Bejaia ?**

- Toujours claires et compréhensibles
- Généralement claires et compréhensibles
- Parfois claires et compréhensibles
- Ne sont pas claires et compréhensibles

29. - **Avez-vous déjà partagés des publications de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » sur votre propre profil Facebook ?**

- Je partage toujours
- Je partage souvent
- Je partage des fois
- Je partage rarement
- Je ne partage jamais

30. - Est-ce que vous appréciez la langue utilisée dans la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » au tant que citoyen de la wilaya de Bejaia ?

Oui

Non

31. - Quelle est la langue préférez-vous utilisée souvent par la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » ?

Kabyle

Arabe

Français

Kabyle et Arabe

32. - Par quelles techniques souhaitez-vous la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » partage ses publications ?

Vidéos

Réels

Live (En Direct)

Textes

Images avec texte

Ce contenu n'est créé ni approuvé par Google.

Google Forms

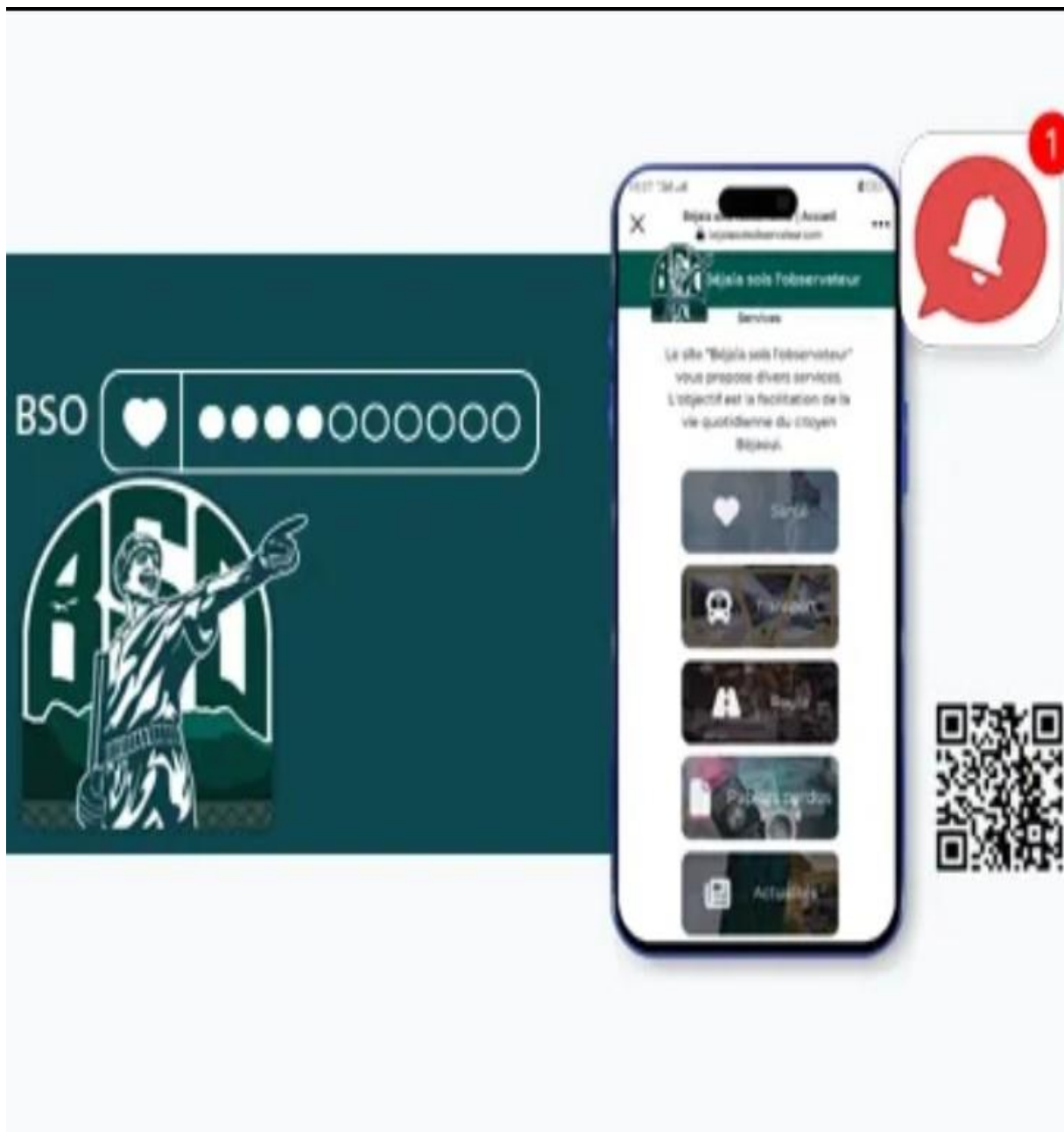
Annexe 2: Photo de profil de la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur"



Annexe 3: Le nombre des abonnés et des j'aimes sur le profil de la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur"

The image shows a screenshot of a Facebook profile page. At the top, there is a green header with the text 'BSO' and a heart icon followed by a progress bar. Below this is a large circular profile picture featuring a green and white illustration of a man in a turban pointing, with the letters 'BSO' in the background. To the right of the profile picture is a smartphone displaying the page's content, a red notification bubble with the number '1', and a QR code. Below the profile picture, the name 'بجاية كن المراقب Béjaia Sois l'observateur' is displayed in Arabic and French. Underneath the name, it says '984 K J'aime · 1,3 M followers'. A row of eight small circular profile pictures of various people is shown below the follower count. At the bottom of the profile section, there are three buttons: 'J'aime déjà' (with a thumbs up icon), 'WhatsApp' (in a blue button), and a three-dot menu icon. Below this, there are three tabs: 'Publications', 'À propos' (highlighted in a blue rounded rectangle), and 'Plus' with a downward arrow. At the bottom of the page, under the heading 'Détails', there are two items: 'Page · Agence de réseaux sociaux' (with an information icon) and 'BSO' (with a speech bubble icon).

Annexe 4: Mettre à jour à la photo de profil de la page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur" par rapport au site qui a été créé a nouveau



Annexe 5: Historique et objectif de la Page Facebook "Bejaia Sois l'Observateur"



À propos

« Bejaia Sois l'observateur » a été créé il y a maintenant 8 ans par ses fondateurs qui sont, aujourd'hui, très actifs dans la société Béjaouie. Leur seul objectif est de servir le citoyen et promouvoir l'intérêt général. Dans un univers où une multitude de problèmes s'entremêlent au sein d'une même région qu'est Béjaïa, l'équipe de « Béjaïa sois l'observateur » continue de mettre toutes ses compétences et toute son énergie pour informer, sensibiliser, aider et inculquer la culture du partage et de la citoyenneté et ce, afin de voir notre Wilaya historique renaître de ses cendres

Table des matières

Table des matières

Remerciement

Dédicace

Liste des abréviations

La liste des tableaux

Liste des figures

Introduction ----- 1

Cadre méthodologie

Chapitre 01

Analyse conceptuelle

1. Problématique -----	3
2. Les hypothèses de recherche -----	5
3. Les objectifs -----	6
4. Les raisons de choix du thème -----	6
5. Définition des concepts clés -----	7

Chapitre 02

Démarche méthodologique :

1. Approche théorique et méthodologique -----	13
1.1. Approche théorique -----	13
1.2. Approche méthodologique -----	14
2. Techniques utilisées -----	15
3. La population d'étude -----	18

4. L'échantillonnage et L'échantillon -----	18
5. Les difficultés rencontrées -----	19

Chapitre 03

La communication territoriale et les acteurs territoriaux

Section 01 : communication territoriale-----	20
1. Évolution du concept -----	20
2. Les objectifs et les spécificités de la communication territoriale -----	21
2.1. Les objectifs -----	21
2.2. Les spécificités -----	21
3. Les principales missions de la communication territoriale -----	22
4. Les enjeux de la communication territoriale -----	22
Section 02 : les acteurs territoriaux -----	23
1. Généralités sur les acteurs territoriaux -----	23
2. Les acteurs de développement local -----	24
3. La partition des acteurs territoriaux -----	25

25

Chapitre 04

la citoyenneté et les réseaux sociaux numériques

Section 01 : citoyenneté -----	25
1. Origines historiques -----	25
1.1. La première étape -----	25
1.1.1. Le principe de loyauté nationale -----	25
1.1.2. Le principe de souveraineté -----	25
1.1.3. Le principe de non-ingérence dans les affaires intérieures des Etats -----	25
1.2. La deuxième étape -----	26

1.3. La troisième étape -----	26
2. Les types de la citoyenneté -----	26
2.1. La citoyenneté conçue selon le modèle de la famille-----	26
2.2. La citoyenneté inspirée du modèle du travail -----	27
2.3. La citoyenneté inspirée du modèle de la discussion-----	27
3. Les dimensions de la citoyenneté-----	27
4. Valeurs de citoyenneté -----	28
Section 02 : Réseaux Sociaux Numériques-----	30
1. Histoire -----	30
2. Les différents réseaux sociaux et leurs spécificités -----	33
3. Les caractéristiques des réseaux sociaux -----	34
4. Les opportunités et les risques des réseaux sociaux-----	35
4.1. Opportunités-----	35
4.2. Risques-----	36
5. La citoyenneté numérique -----	36

Partie Pratique

Chapitre 05

Présentation des données

1. Présentation du lieu de la recherche -----	38
1.1. Présentation de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » -----	38
1.2. La période de la recherche -----	38
Section 02 : Présentation et analyse des données de la recherche -----	39

1. Présentation des données liées au rôle de la page Facebook « Bejaia Sois L'observateur » dans l'instauration des valeurs de citoyenneté pour la population locale de la wilaya par la qualité de contenu partagé. -----	39
--	----

Chapitre 06

présentation des résultats

1.1. Présentation des données liés à l'objectif de la page -----	39
1.2. Présentation des données en relation avec les stratégies de contenu partagés -----	40
2. Présentation des données concernant les techniques de partage de contenu de la page :---	40
1. analyse et interprétation des données -----	44

Conclusion -----	79
-------------------------	-----------

Bibliographie

Annexes

Tables des matières

Résumé

Résumé

La communication des acteurs territoriaux via les réseaux sociaux numériques comme Facebook est essentielle pour promouvoir les valeurs de citoyenneté chez les étudiants. En utilisant de cette plateforme permet de diffuser des informations sur les droits et la responsabilité civiques. Dans notre mémoire de recherche nous traitant le thème « le rôle de la communication des acteurs territoriaux à travers les réseaux sociaux numériques dans la promotion des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants » où notre étude est effectuée sur la page Facebook « Bejaia Sois L'observateurs ».

L'objectif de cette étude est de découvrir comment les messages diffusés par les acteurs sur les plateformes numériques comme canal de communication améliorent les perceptions et les comportements des citoyens des jeunes, et le rôle des réseaux sur la diffusion des valeurs citoyennes.

Les résultats récoltés montrent y'a vraiment un têt de suivi pour cette page, et un impact positif des valeurs de la citoyenneté chez les étudiants suite à leurs intérêts au contenu partagé par la page, avec l'utilisation de plusieurs techniques.

Les mots clés : la communication territoriale, les réseaux sociaux numérique, les valeurs de la citoyenneté, les étudiants, les acteurs territoriaux.

Abstract

The communication of territorial actors via digital social networks such as Facebook is essential in promoting citizenship values among students. Using this platform allows for the dissemination of information on civic rights and responsibilities. In our research thesis, we address the theme of "the role of communication of territorial actors through digital social networks in promoting citizenship values among students," where our study is carried out on the Facebook page "Bejaia Sois L'observateurs."

The aim of this study is to discover how the messages disseminated by actors on digital platforms as a communication channel improve the perceptions and behaviors of young citizens, and the role of networks in the dissemination of citizenship values.

The collected results show a high level of followers for this page, and a positive impact of citizenship values among students due to their interest in the content shared by the page, with the use of several techniques.

Keywords: territorial communication, digital social networks, citizenship values, students, territorial actors.