

**Université Abderrahmane Mira – 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***

***La représentation sociale de la communication environnementale***

*Cas des abonnés de la page Facebook: Bejaïa sois l'observateur*

**Réalisé par :**

Mlle. Louiza SMAIL

Mlle. Feriel RABEHI

**Soutenu le 18 Juin 2023 devant le Jury composé de :**

Promoteur : M. Farouk BAHLOUL

Présidente : Mme. Warda DAIM-ALLAH

Examinatrice : Mme. Wahiba IHDENE

**Année Universitaire : 2022/2023**

## Remerciements

*Tout au début, nous tenons à remercier le bon Dieu de nous avoir permis de relever ce projet haut les mains, en nous accordant la santé et les ressources nécessaires. D'avoir mis sur notre route des personnes qui ont contribué depuis tant à cette réussite lesquels que nous tenons à remercier,*

*Nous tenons en premier à exprimer notre profonde gratitude à notre directeur de recherche M. BAHLOUL Farouk. Nous lui sommes reconnaissantes de nous avoir inspirés et encouragés à atteindre nos objectifs académiques.*

*Nous sommes ravies d'exprimer notre sincère appréciation envers tous nos enseignants de l'université, y compris ceux que nous n'oublierons jamais, ceux qui ont su toucher le fond de notre être et ont contribué à la construction de notre esprit scientifique. À tous nos professeurs, nous sommes si fières d'avoir été vos étudiantes.*

*Notre reconnaissance va aussi aux membres du jury qui ont voulu s'intéresser à notre travail et l'examiner.*

*L'occasion se présente ainsi pour rendre hommage à tous nos enseignants, ceux du secondaire, du moyen et du primaire.*

## Dédicaces

*Nous sommes honorées de dédier ensemble ce travail,*

*À chaque femme qui a senti sa fille naître et l'as vue grandir centimètre par centimètre...  
Nos magnifiques mamans ;*

*Aux hommes qui ne nous ont joyeusement manqué de rien... Nos piliers de vie, nos pères ;*

*Et bien sûr à nous-mêmes, les deux filles qui ont toujours su réussir et mettre leurs  
priorités en avant.*

*Nous finissons nos dédicaces à l'université de Bejaia, où est-ce que nous avons passé cinq  
années à chérir l'apprentissage qu'elle offre.*

## Liste des figures

<b>Figure 01</b> : Le regard psychologique .....	33
<b>Figure 02</b> : Schéma représentant les trois piliers de developpement durable .....	51
<b>Figure 03</b> : Photo de profil de la page Facebook Bejaia sois l'observateur .....	59
<b>Figure 04</b> : Caprure d'écran du premier poste.....	65
<b>Figure 05</b> : Capture d'écran du deuxième poste .....	66
<b>Figure 06</b> : Capture d'écran du troisième poste .....	67
<b>Figure 07</b> : Capture d'écran du quatrième poste .....	68
<b>Figure 08</b> : Capture d'écran du cinquième poste.....	69
<b>Figure 09</b> : Capture d'écran du sixième poste.....	70
<b>Figure 10</b> : Capture d'écran du septième poste .....	71
<b>Figure 11</b> : Capture d'écran du huitième poste .....	72
<b>Figure 12</b> : Capture d'écran du neuvième poste.....	73
<b>Figure 13</b> : Capture d'écran du dixième poste .....	74

# ***Introduction***

L'environnement est un enjeu de préoccupation majeur dans notre société contemporaine, face aux défis environnementaux qui menacent notre planète. Les impacts des activités humaines sur l'environnement sont de plus en plus visibles, avec des conséquences à court et à long terme sur la biodiversité, ainsi que sur la santé humaine. Dans ce contexte, la prise de conscience environnementale est devenue une priorité, à la fois pour les individus, les entreprises et les gouvernements, afin de réduire notre empreinte écologique et de préserver les ressources naturelles pour les générations futures.

La communication environnementale joue un rôle clé dans cette prise de conscience, en permettant de sensibiliser les individus aux enjeux environnementaux et de les inciter à adopter des comportements plus respectueux de l'environnement. Cette communication se définit comme l'ensemble des messages et des actions visant à informer, sensibiliser, mobiliser et inciter les individus à adopter des comportements plus respectueux de l'environnement. Elle peut prendre différentes formes, telles que la publicité, le marketing social, la communication institutionnelle, ou encore les réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux, et notamment les pages Facebook sont des outils de communication de plus en plus utilisés pour transmettre des messages environnementaux. Les pages Facebook permettent de toucher un public large et diversifié, en diffusant des messages, des images, des vidéos, ou encore des événements en lien avec l'environnement.

D'un point de vue plus public, nous voyons les immobilisations publiques lancer des pages professionnelles et ainsi inciter les citoyens connectés à participer aux activités qu'elles mènent. La première étape est de trouver des abonnés ce qui n'est pas encore une mince affaire car il faut avant tout de communiquer via le réseau pour créer des contenus qui attirent la curiosité des utilisateurs, puis d'être courtois dans les commentaires, et enfin d'encourager le partage des contenus oubliés.

En Algérie, les particuliers gérant des pages, se tournent vers des contenus écosystèmes pour en faire découvrir aux citoyens à la fois des sujets concernant l'environnement et sa protection.

Dans cette perspective, plusieurs personnes expriment le désir d'agir de façon respectueuse envers l'environnement. Toutefois, dans la réalité, un nombre limité de personnes intègrent des modes de vie écologiques. Pour les individus considérés isolément, il semble que l'adoption de comportement environnementale soit difficile c'est pour cela, afin que les citoyens puissent découvrir apprendre et essayer de concevoir un acte préparatoire, ces pages sont utilisées non seulement par des institutions, mais aussi par des individus dans tous les domaines d'activité et

de préoccupations sociales, en particulier dans le domaine de l'environnement dans le but de sensibilisation et de mobilisation présenté à travers les médias sociaux au nom de communication environnementale. (Journals, 2023)

Cette communication est liée par tous les acteurs sociaux dont l'objectif est d'étudier et de protéger l'environnement dans ses diverses manifestations minérales, végétales et animales. En plus pour comprendre les enjeux environnementaux, la manifestation de la représentation sociale de cette dernière est également importante, c'est pourquoi nous avons concentré notre travail sur la représentation sociale de la communication environnementale via les réseaux sociaux, et avons choisi d'analyser la page Facebook appelée Bejaia sois l'observateur. Notre étude se propose d'analyser la représentation sociale de la communication environnementale sur la page Facebook BSO, en examinant les perceptions, les croyances et les attitudes des abonnés cde la page envers cette communication. Nous avons voulu réunir tous les éléments possibles pour confirmer nos hypothèses. Pour cela, nous avons donc divisé notre travail en plusieurs parties.

Dans une première partie, nous examinerons le cadre méthodologique de notre recherche, qui est divisé en deux parties. La première partie comprendra l'analyse conceptuelle où nous souhaitons explorer, les hypothèses que nous formulons, ainsi que les définitions des concepts clés. Nous examinerons également les études antérieures qui ont été menées sur le sujet, ainsi que les raisons qui ont motivé le choix de notre thème de recherche. Enfin, nous présenterons les objectifs que nous nous sommes fixés.

La deuxième partie de notre travail sera devisée en deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous aborderons la notion de représentation sociale. Nous explorons la théorie et les concepts liés à la représentation sociale, en mettant l'accent sur leur pertinence dans le contexte de la communication environnementale. Dans le deuxième chapitre, nous nous pencherons sur la communication environnementale sur les réseaux sociaux. Nous analyserons les différentes stratégies et techniques utilisées dans ce domaine, ainsi que l'impact qu'elles peuvent avoir sur la représentation sociale de l'environnement.

Enfin, dans la troisième et dernière partie de notre travail, nous présenterons la page Facebook que nous avons choisi comme objet d'analyse, en détaillant ses objectifs et sa finalité dans le contexte de la communication environnementale. Nous interpréterons les données que nous avons collectées tout au long de notre recherche, en mettant en évidence les tendances et les observations significatives. Enfin, nous conclurons notre étude en résumant les principaux

résultats en en fournissant des recommandations pour améliorer la communication environnementale sur les réseaux sociaux.



# *Partie théorique*

***Chapitre I***  
***Cadre méthodologique de la recherche***

## Section 1. Le cadre conceptuel

Tout travail scientifique consiste en une question de départ et une problématique, cette dernière est considérée comme étant la question de la formation d'hypothèses, qui sont autant de propositions provisoires à tester sur le terrain.

Cette problématique est rencontrée sur le terrain, ce qui nécessite d'adopter une approche et d'identifier des techniques de collecte d'informations, afin de répondre aux objectifs de l'étude.

Ces points constitueront le plan de notre travail de ce premier chapitre qui est d'ordre théorique, il est composé d'un chapitre consacré pour le cadre méthodologique de la recherche qui illustre : les raisons du choix du thème et objectifs de la recherche, la problématique, les hypothèses, définitions des concepts, la méthodologie de recherche et population d'enquête, les difficultés et les études antérieures.

### 1. Les raisons du choix du thème

Le choix d'un sujet de mémoire est étroitement lié aux motivations personnelles de l'étudiant. Il est primordial d'être attiré par l'intitulé de la thématique et de s'intéresser aux variables qui la composent.

Sur le long terme, ce choix est guidé par des raisons à la fois objectives et subjectives. Dans notre cas, notre décision de porter notre attention sur *la représentation sociale de la communication environnementale* est motivée par différents éléments. Sur le plan subjectif, nous ressentons une profonde envie de clôturer notre cycle d'études en abordant un sujet qui nous ressemble, qui nous représente et qui met en évidence notre passion pour l'apprentissage et la recherche scientifique. De plus, notre intérêt personnel pour les enjeux environnementaux nous pousse à vouloir comprendre comment la communication peut sensibiliser les individus et favoriser des comportements durables. Ainsi, ce sujet correspond parfaitement à nos valeurs et nous permettra de maintenir notre engagement et notre motivation tout au long de notre recherche.

En outre, notre choix est également motivé par des raisons objectives. Il est possible qu'il existe une lacune dans la recherche actuelle concernant la représentation sociale de la communication environnementale. En explorant cette thématique spécifique, nous pourrions apporter une contribution originale à la littérature scientifique et combler cette lacune. De plus, ce sujet revêt une importance considérable dans le contexte actuel, étant donné les défis environnementaux auxquels nous sommes confrontés. Comprendre comment cette

communication est perçue et représentée socialement peut contribuer à améliorer les pratiques de communication dans ce domaine crucial.

En somme, notre choix de sujet de mémoire sur la représentation sociale de la communication environnementale repose sur des motivations à la fois subjectives et objectives. Il reflète notre intérêt personnel pour les questions environnementales, notre volonté de combler une lacune dans la recherche existante et notre désir de contribuer à l'amélioration des pratiques de communication dans le domaine environnementale.

## **2. Les objectifs de la recherche**

Avant de commencer tout travail, le chercheur doit déterminer des objectifs mesurables réalisables qui démontreront l'intérêt central de son étude. Pour nous il s'agit donc de :

- Comprendre comment les internautes reçoivent les informations et réagissent aux questions environnementales via une page Facebook : notre objectif se concentre principalement sur le rôle qu'une page Facebook joue dans la diffusion des préoccupations environnementales et sur la manière dont les internautes réagissent et interagissent avec celles-ci.
- Analyser la manière dont une page parvient à informer et communiquer avec ses abonnés sur divers faits sociaux : ici, notre objectif est de comprendre comment les informations diffusées par une société de production médiatique sont capables d'établir un lien entre persuasion et engagement.
- Comprendre comment la représentation sociale, considérée comme un mode spécifique de connaissance, permet de comprendre et d'expliquer une réalité en l'intégrant dans un cadre assimilable qui correspond à nos valeurs et idées : nous cherchons à découvrir les fonctions et les formations propres à la représentation sociale.

## **3. Problématique**

Il est difficile d'aborder un sujet portant sur l'environnement sans pour autant montrer l'impact que ce dernier a sur le quotidien de l'individu et des représentations sociales que chaque élément de la société se fait sur les sujets ayant rapports. De même que toute communication est sociale et peut contribuer au développement et à la résolution des sujets et des causes environnementales, géopolitiques et planétaires qui font intervenir de nombreux acteurs.

L'environnement est défini comme un ensemble de relations complexes d'interdépendance qui existe entre l'homme, les sociétés et les composantes physiques, chimiques et biotiques de la nature modifiée pour faciliter la vie humaine.

La notion de l'environnement s'intéresse aux relations et aux interactions existantes entre les sociétés humaines et leur milieu, notamment en ce qui concerne l'exploitation des ressources pour leur développement. À l'échelle internationale, véritablement on parle d'environnement notamment dans la définition de développement durable où la croissance économique doit tenir compte à la fois de l'amélioration du bien-être des individus tout en préservant l'environnement. Depuis les années 1960, les sciences humaines se sont intéressées aux questions environnementales, et la communication environnementale a émergé en tant que domaine d'étude.

L'être humain en exploitant les ressources, il modifie les équilibres environnementaux, et ce pour cela qu'une nouvelle forme de communication appelée communication environnementale est apparu. Cette dernière est l'une des formes qui est devenue un sujet brûlant parmi divers acteurs sociaux et médias du domaine public. C'est une nouvelle forme de communication porteuse de changement et de sensibilisation en faveur de l'environnement, qui utilise tous les moyens de communication comme vecteurs. L'émergence des Sciences Humaines et Sociales a contribué ainsi à la naissance de cette forme de communication.

En effet, les sociétés aujourd'hui sont exposées plus facilement aux informations environnementales grâce aux nouvelles technologies. Cependant, recevoir ces informations ne suffit pas à les comprendre et à les expliquer. Au-delà de la réception des informations environnementales, il est important de comprendre la manière dont ces préoccupations environnementales sont produites, mobilisées construites par les citoyens, c'est dans ce contexte que la responsabilité sociale qui est considéré comme *un mode spécifique de connaissances qui permet de comprendre et d'expliquer la réalité en l'intégrant dans un cadre assimilable qui correspond à nos valeurs et nos idées, elle permet de déterminer nos pratiques, elle permet de justifier nos conduites a posteriori et en fin, elle permet de définir l'identité d'un groupe et de rendre possible le maintien de sa spécificité* (Zbinden et al., 2011, p. 4) met en avant une nouvelle articulation 'représentation sociale et communication engageante' sur laquelle les premiers travaux faits étaient dans le but d'étudier les effets d'un acte engageant, il s'agit d'étudier la dynamique des représentations sociales, sous l'effet d'un engagement ou d'une influence.

Par ailleurs, dans la perspective d'aujourd'hui il n'est plus possible pour une organisation ou pour une société de production médiatique d'ignorer son impact écologique. Le discours sur l'environnement, la prise de conscience des enjeux écologiques sont des sujets largement abordés et parfois critiqués par les médias. À ce niveau se situe notre préoccupation qui concerne la page *Facebook Bejaia sois l'observateur*, une page existante depuis Avril 2015 qui propose divers services dont le but est la facilitation de la vie quotidienne des citoyens de Bejaia. Au fil de temps, elle est devenue un acteur clé de la communauté en diffusant un contenu de grande valeur, suivie par différentes catégories. Le rôle de cette page ne se limite pas en collectant et diffusant des informations locales ou nationales, mais aussi elle est en contact avec tous les départements fonctionnels et opérationnels de la Wilaya de Bejaia.

Notre objectif en analysant cette société de diffusion médiatique, est de déterminer ce qui engendre sur le fait que l'intervention d'une telle société permettra à mieux informer en publiant des publications visant les internautes et les mettre au courant de tout ce qui est en relation avec l'environnement, à renforcer l'engagement des citoyens aux causes qu'elle défend, de côté qu'elle permet l'interaction possible qui réside dans le but d'essayer de comprendre le contenu médiatique en référence à l'identité d'un groupe sociale.

La représentation sociale de la communication environnementale, est devenue un sujet de réflexion de plusieurs chercheurs dans le domaine d'information et de communication.

Parmi les différentes approches traitées par ces chercheurs, et pour mieux comprendre les fonctions de la représentation sociale dans la pensée sociale, nous s'appuyant sur l'approche de représentation sociale TRS de Serge Moscovici 1961. C'est à travers son étude principale sur la psychanalyse en 1961, pour qui la représentation a une genèse à la fois individuelle et sociale. Depuis, elle a connu un large développement d'abord européen puis international<sup>1</sup>

Notre objectif dans l'analyse de cette société de diffusion médiatique est de comprendre comment la communication environnementale est représentée sur la page Facebook BSO et comment elle est perçue par les abonnés, afin d'évaluer l'impact de cette communication sur la sensibilité environnementale des internautes, la relation entre notre sujet et cette approche est que cette dernière considère que la représentation a une genèse à la fois individuelle et sociale, alors le contenu émis par l'administrateur de la page Facebook Bejaia sois l'observateur que nous avons choisi est reçu de façon individuelle par chaque abonné dans le but de se faire une

---

<sup>1</sup> Moscovici s'inscrit dans la continuité d'auteurs comme Freud, Piaget ou Durkheim, dont il s'est inspiré pour formaliser le concept de représentation sociale.

perception ou une représentation de cette page selon les informations qu'elle contient, la diversité des représentations que chaque internaute s'en fait.

Pour atteindre nos objectifs de recherche, nous nous sommes référés aux normes méthodologiques de la recherche scientifique en SHS, à commencer par la problématique de notre thématique, ainsi que la formulation de notre question principale de recherche. Nous avons donc formulé notre question principale comme suit :

- Dans quelle mesure la représentation sociale peut influencer les interactivités sur la communication environnementale de la page *Bejaia sois l'observateur* ?

Dans l'objectif de mieux cerner notre thème de recherche et pouvoir répondre à notre question générale, nous l'articulons en une question secondaire :

- Qu'est-ce qui donne aux interactivités observées dans les discussions portant sur l'environnement, une dimension active ?

#### **4. Hypothèses**

Dans la mesure où notre objectif est d'y répondre à nos questions posées, nous avançons les hypothèses suivantes :

- Nous pouvons, en effet, nous attendre de voir l'interactivité comme un comportement et les conditions de l'interactivité comme ne pouvant être influencés que par la représentation sociale que les individus ont de cette communication environnementale.
- Les délibérations environnementales sont susceptibles de moduler les représentations de la communauté en ligne de la page Facebook BSO dans la mesure où elles infléchissent à l'adoption d'un nouveau comportement.

#### **5. Le définition des concepts clés**

Dans notre recherche, nous avons pris soin d'incorporer plusieurs concepts dans notre recherche afin de la rendre réalisable. Certains de ces concepts relèvent des Sciences de l'Information et de la Communication, tandis que d'autres sont issue de disciplines psychologiques. Nous avons sélectionné ces concepts en fonction de nos études antérieures et des modèles d'analyse pertinente.

##### *5.1. La représentation sociale*

La représentation sociale RS est un concept transversal et interdisciplinaire, situé à l'interface du psychologique et du social, ce qui rend sa définition complexe.

Pour Moscovici, le père fondateur de la théorie des représentations sociales TRS, c'est une *manière d'interpréter le monde et de penser notre réalité quotidienne, une forme de connaissance sociale que la personne se construit plus ou moins consciemment à partir de ce qu'elle est, de ce qu'elle a été et de ce qu'elle projette et qui guide son comportement. Et corrélativement la RS est l'activité mentale déployée par les individus et les groupes pour fixer leurs positions par rapport à des situations, événements, objets et communications qui les concernent.* (Moscovici, 1984)

#### *Définition opérationnelle*

Dans notre étude, la représentation sociale est une forme de connaissances d'opinions socialement élaborée et partagée entre les abonnées de la page Bejaia sois l'observateur ayant une visée pratique à la construction d'une réalité environnementale commune.

#### *5.2. La communication environnementale*

La communication environnementale correspond aux pratiques de communication réalisées par les médias, les organisations, les partis politiques, ou tout autre intervenant sur la scène publique, portant sur le thème de l'environnement. Ce thème est entendu comme articulant différents niveaux de réalité : des réalités physiques (air, eau, faune, flore, etc.) et des réalités sociales, développement durable, écocitoyenneté, cadre de vie, etc. (Djamane, 2009)

#### *Définition opérationnelle*

Dans le cadre de notre recherche, nous définissons la communication environnementale comme étant les publications, partages, commentaires émis par l'administrateur de la page Facebook BSO, ainsi que l'ensemble des interactions qu'elle suscite.

#### *5.3. La communication engageante*

Est d'un principe qui souhaite établir un lien entre la persuasion et l'engagement, en s'appuyant sur l'obtention de participant un acte préparatoire avant de l'exposer à l'argumentation persuasive (Joule, 2007)

#### *Définition opérationnelle*

La communication engageante, dans notre étude vise à analyser les effets d'un acte engageant en étudiant la dynamique de représentations sociale, sous l'influence de cet acte. La réalisation d'un tel acte préparatoire permet au participant de passer de statut de récepteur à celui d'acteur. On peut donc obtenir un acte fortement engageant en jouons sur certains facteurs comme ; le caractère public de l'acte, sa répétition et la cible.



#### 5.4. Développement durable

Le développement durable est une notion de réalisation de projets de différents types en prenant en considération trois critères : l'équité sociale, l'efficacité économique et le respect de l'environnement. (SafaKhadidja)

##### *Définition opérationnelle*

S'agit d'un processus visant à favoriser l'évolution des mentalités et des attitudes au sein de la communauté de la page Facebook BSO, en mettant l'accent sur l'éducation et la sensibilisation à l'environnement.

#### 5.5. Les attitudes

Le concept d'attitude donne lieu à des développements scientifiques en des termes très propices à l'analyse sociale. Thomas et Znaniecki qualifient l'attitude de *processus psychologique qui se manifeste en premier lieu envers le monde sociale et en relation à des valeurs sociales*. (Journals, 2023) Selon eux, on peut parler d'attitude lorsque quelque chose d'extérieur au monde psychique de l'individu l'interpelle.

##### *Définition opérationnelle*

Nous avons adopté la définition opérationnelle suivante, toute réaction exprimée par les abonnés de la page Facebook BSO, exprimant un degré de faveur ou de défaveur.

#### 5.6. Comportement environnementale

Le comportement environnemental se définit comme un comportement adopté par un individu qui décide, de façon consciente, de minimiser ses impacts négatifs sur les milieux naturel et construit (Kollmus & Ageyman, 2002). Or, bien qu'il soit question de l'individu dans cette vision du comportement environnemental, il est important de considérer que le comportement humain est influencé par l'environnement social (Ajzen, 1991) .

##### *Définition opérationnelle*

On considère comme comportement environnementale toutes les actions entreprises par les abonnés de la page BSO, que ce soit dans leurs réseaux restreints ou élargis, dans le but de préserver l'état de l'

#### 5.7. Réseau social

Un réseau social est considéré comme « Un ensemble particulier d'interrelations (linkages) entre un ensemble limité de personnes, avec la propriété supplémentaire que les caractéristiques

de ces interrelations, considérées comme une totalité, peuvent être utilisées pour interpréter le comportement social des personnes impliquées.

### *Définition opérationnelle*

Est un lien qui relie les abonnés de la page par des applications, site web constituant un groupement qui a du sens. C'est un service des sites web permettant de diffuser des contenus et de faire circuler les informations, des échanges.

## **Section 2. La démarche méthodologique**

### **1. Les études antérieures**

Les études antérieures sont en mesure d'évaluer les réalisations sur le sujet envisagé, elles jouent un rôle important dans la résolution du problème et des résultats d'avant. Nous avons sélectionné certaines études qui sont en accord avec notre travail de recherche.

Nous avons opté pour une revue narrative, dont les contours sont les suivants :

La première étude a été menée par FÉLONNEAU Marie-Line LECIGNE André 2012, elle concerne la désirabilité de l'environnement et représentations sociales de la ville idéale. La seconde a été faite par A. Zbindena, L. Souchetb, F. Girandolaa, G. Bourga 2010, elle traite de Communication engageante et représentations sociales : une application en faveur de la protection de l'environnement et du recyclage. La troisième étude s'agit d'un mémoire traitant *La communication environnementale via les réseaux sociaux numériques cas de la page Facebook Bejaia-sois l'observateur* réalisé par TABTI Maissa TATACHAK Nesrine 2022, sous la direction de M BAHLOUL Farouk.

La première étude consiste sur l'existence de représentations sociales de la ville idéale, pour mettre au jour des éléments d'une idéologie de l'environnement dominante aujourd'hui dans notre société. Il s'agit d'explorer la ou les représentations de la ville idéale et ça tente de répondre sur les questions suivantes : Quelles en sont les composantes ? Quelle en est la structure ? Dans le domaine des représentations il est particulièrement pertinent d'analyser l'objet idéal. La deuxième étude met en évidence une étude qui est destiné à comparer l'efficacité de plusieurs stratégies de communication, à l'articulation de paradigme de la communication engageant et de la théorie des représentations sociales. L'expérience traitée dans cet article, est dans l'objectif de vérifier qu'une situation de communication engageante conçue pour activer des éléments centraux d'une représentation est la plus efficace pour changer

les attitudes et les comportements des participants en faveur de la protection de l'environnement et du recyclage. Ces éléments centraux ont été identifiés par une étude Pilote. Ensuite, une expérience a été réalisée et les résultats vont dans le sens attendu. D'une part, les participants placés en communication engageante expriment des attitudes et des intentions comportementales plus favorables envers le recyclage et la protection de l'environnement que ceux ayant seulement lu un message persuasif. D'autre part, l'activation d'éléments centraux entraîne des changements d'attitudes et d'intentions comportementales plus importants que l'activation d'éléments périphériques.

Quant à la troisième étude, l'objectif principal du mémoire de deux étudiantes est de comprendre le nouveau métier sur lequel tout le monde en parle *Le community Manager*.

À travers ce mémoire, les deux étudiantes tentent de répondre à la question suivante : quel est le rôle que la page joue sur la promotion d'un comportement environnemental, et quelle est son influence sur les abonnés, et quel est le rôle (présupposé actif), que joue le Community manager de la page Bejaia sois l'observateur ?

Les hypothèses émises sont les suivantes ;

- Les sujets traitant de l'environnement permettent aux abonnés de la page Bejaia sois l'observateur de délibérer autour des questions environnementales sensibles.
- Le but des délibérations environnementales est de pouvoir changer les représentations et attitudes des individus afin d'adopter un nouveau comportement environnemental.

L'étude effectuée de ce mémoire de recherche s'est basé sur la méthode qualitative et quantitative à la fois et un guide d'entretien, illustré sur un échantillon afin de comprendre la relation entre acteurs associatifs de la ville de Bejaia et les réseaux sociaux numériques, et savoir comment ces acteurs associatifs utilisent les réseaux sociaux numérique dans le cadre de la communication environnementale.

La partie théorique de ce travail de recherche contient deux chapitres, le premier sur le métier de Community Manager et le deuxième sur la communication environnementale via les réseaux sociaux. Ce qui nous intéresse d'ailleurs, c'est ce chapitre portant sur la communication environnementale.

A partir de leur étude, elles ont dû confirmer les hypothèses :

Elles ont constaté une conscience accrue sur l'environnement chez les citoyens de la wilaya de Bejaïa particulièrement chez les abonnés de la page Bejaïa sois l'observateur même si les questions économiques et sociales demeurent prioritaires. Les enquêtes menées en approuve que ces publications sont éditées sur la page Facebook Bejaïa sois l'observateur sous forme d'influence, information, sensibilisation qui sont relatives à la communication environnementale, pour lesquelles on trouve souvent une grande affluence du citoyens et une bonne interactivité.

## 2. La pré-enquête

La pré-enquête est considérée comme une étape primordiale et cruciale dans toute recherche scientifique. Grace à cette étape, les études scientifiques deviennent plus précises, car les données mises en évidence sont plus claires. En effet, les choix de l'enquêteur, les types d'informateurs et les lieux de l'enquête sont plus ciblés et mieux définis une fois qu'une étude préliminaire a été réalisée.

Autrement dit, l'objectif de cette étape est un balisage de terrain observé et une définition du protocole d'enquête.

Dans notre étude, nous avons effectué une pré-enquête en analysant pour la toute première fois *la page Facebook Bejaia sois l'observateur*. Un ensemble de corpus composé de trois postes traitant les questions environnementales, à savoir :

- **Le premier** : il s'agit d'une vidéo publiée sur la page Bejaia sois l'observateur le 06 Janvier 2023.
- **Le deuxième** : il s'agit d'une autre vidéo de 4 minutes et 43 secondes publiée sur la Page Bejaia-sois l'observateur le 07 Mai 2022.
- **Le troisième** : il s'agit de quelques photos publiées sur la Page Bejaia sois l'observateur le 16 Mai 2021.

. Notre étude primordiale est dans l'intérêt :

- D'explorer le terrain de notre champ de recherche
- Découvrir la manière dont les publications de BSO sont partagées
- Centrer notre observation sur des aspects spécifiques afin d'obtenir la documentation nécessaire qui nous aidera à comprendre l'engagement suscité par les publications traitant de l'environnement et toutes les interactions qui en découlent.

### **3. Méthode utilisée**

Pour notre recherche, nous avons délibérément choisi d'adopter une méthode qualitative qui jouera un rôle essentiel en tant que méthode discursive pour expliquer et théoriser le phénomène étudié. Parmi les différentes méthodes de recherche, la méthode qualitative est largement préférée lorsqu'il s'agit d'études de cas. Les données recueillies à travers cette justifient nos arguments, fournir des détails et contextualiser les informations afin de mieux comprendre toutes les implications. Notre objectif principal est de nous concentrer sur l'interprétation des sens et de saisir pleinement la relation entre la communication et le comportement environnemental.

Elle est liée à la nature de notre sujet qui visait l'explication de l'influence de la représentation sociale et de communication sur le comportement environnemental.

### **4. La technique utilisée**

Parmi les diverses techniques existantes pour la collecte des données qualitatives, nous avons choisi :

#### *4.1 L'analyse de contenu*

Une analyse de contenu est l'une des méthodologies qualitatives qui consiste en un examen systématique et méthodique de documents textuels ou visuels.

Nous avons choisi l'analyse de contenu parce que cette dernière apparaît particulièrement adaptée à l'étude des représentations sociales. Selon Moliner 2002, ce travail d'analyse paraît indispensable parce qu'il permet de dépasser la variabilité du discours individuel et donne accès à des significations communes qui sont le fondement même de toute représentation sociale.

L'adoption d'une telle technique nécessite la focalisation sur deux catégories présentes :

#### **A. Les catégories de contenu**

- Type de publications : la nature de la publication qu'elle soit pour informer, sensibiliser ou influencer.
- L'attitude des publications : elles peuvent se présenter comme étant positives, négatives ou plutôt neutres.
- Les acteurs : les différentes catégories qui suivent la page.

#### **B. Les catégories de forme**

Ici il s'agit bien de :

- la langue utilisée : le partage des publications en arabe, français et même en kabyle.

- L'interactivité : les réactions et les commentaires sous les postes.

#### *4.2 Le recueil d'information*

Pour mener à bien une étude qualitative, d'autres techniques peuvent également être utilisées comme le recueil documentaire qui permet de collecter des informations à partir d'écrits déjà existants sur le sujet de recherche. Nous pourrions se référer à des documents externes et internes concernant notre sujet de recherche.

### **5. Echantillon et protocole d'analyse**

Nous sélectionnons notre corpus en fonction des échanges suscités par certaines thématiques liées au sujet de la communication environnementale.

Dans un premier temps, nous avons sélectionné plusieurs posts Facebook traitant de l'environnement. Vu le classement et l'interaction des thématiques qui semble être les plus importantes, nous avons donc opté pour dix postes dont les sujets tournent autour de ces trois thématiques : la mauvaise gestion des déchets ménagers, la pollution marine et les incendies.

Par la suite nous avons pris des captures d'écran de chaque poste et nous les avons collées dans un fichier Word.

Nous avons effectué une analyse thématique dans le but de faire ressortir des mots clés et des phrases clés abordés dans notre corpus de données et de les regrouper en thèmes avant de pouvoir analyser plus en détails les données. Cette étape s'est faite à l'aide de logiciel TAGUETTE que nous avons téléchargé à cette adresse <https://www.taguette.org/fr/install.html>  
<https://gitlab.com/remram44/taguette/-/releases/v1.4.1>

Descriptif du logiciel : TAGUETTE est un logiciel open source conçu pour l'analyse qualitative de données textuelles. Il offre aux chercheurs, aux analystes de données et aux professionnels la possibilité d'explorer, de coder et d'analyser des documents textuels tels que des entretiens, des articles, commentaires et bien plus encore. Le logiciel permet d'effectuer des analyses de contenu en identifiant et en étiquetant des segments de texte avec des balises. Cela, permet de catégoriser, de regrouper et de comparer les informations contenues dans les documents textuels de manière plus structurée.

Pour expliquer comment nous avons effectué l'analyse thématique en utilisant TAGUETTE, nous présentons ces étapes :

-Importation des données : nous avons importé les données dans le logiciel, en l'occurrence les commentaires que nous souhaitons analyser.

-Création des balises : nous avons créé des balises pour chaque thème et sous thème que nous souhaitons analyser. Les balises sont des étiquettes qui permettent de catégoriser les données en fonction des thèmes et des sous thèmes.

-Balisage des données : nous avons ensuite balisé chaque commentaire en fonction des balises que nous avons créées. Pour ce faire, nous avons sélectionné le texte qui se rapportait à chaque thème et avons appliqué la balise correspondante.

-Analyse des données : une fois que toutes les données ont été balisées, nous avons utilisé TAGUETTE pour effectuer une analyse thématique. Le logiciel a automatiquement regroupé les commentaires en fonction des balises que nous avons créées.

-Révision de l'analyse : nous avons révisé l'analyse plusieurs fois pour nous assurer que chaque commentaire était correctement balisé et qu'il était bien dans le thème qui correspondait le mieux à son contenu.

**La première publication :**

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>

Il s'agit de quelques photos publiées sur la page Bejaia sois l'observateur le 02 Mai 2023.

Ce poste parle du sujet de la pollution des rues dont souffre la ville de Bejaia et de la vision hostile de ces rues, de sorte que cela est devenu un sujet négligé par le gouverneur de la wilaya. Le gérant de la page en partageant ces quelques images il s'est suffi d'un commentaire du genre réprimande, Ou est le maire de Bejaia ?

Cette publication contient 2 263 mention j'aime et 931 commentaires avec 124 partages.

**La deuxième publication :**

<https://www.facebook.com/bejaiaoisobservateur/post>

Le poste s'agit d'un ensemble de photos publiées sur la page Bejaia sois l'observateur le 16 Avril 2023

Cet ensemble de photos présente le même sujet que le poste précédent qui est la pollution des rues, mais cette fois ci en mentionnant le nom de quartier. Ces photos montrent l'état de district douanier de la commune de Bejaia, qui apparait dans les pires conditions en raison de la décharge ménagère qui y est déversée tout autour de quartier.

L'interaction du poste est de 2 331 mention j'aime avec 467 commentaires et 97 partages.

**La troisième publication :**

<https://www.facebook.com/watch>

Dans cette vidéo un membre de l'assemblée populaire de la Wilaya de Bejaia qui est aussi le gérant de la page Bejaia-sois l'observateur Mouales KADA, dévoile des détails concernant le dossier environnemental et les alentours de la commune de Bejaia. Non seulement, mais la vidéo montre aussi que c'est souvent les mêmes cas qu'on retrouve un peu partout dans la ville, la vue esthétique de la ville de Bejaia qui devient de plus en plus catastrophique.

Le vidéo semble être importante vu le nombre de vues qu'elle obtient avec un chiffre de 188 539 vues, en ajoutant

les mentions j'aime qui sont à 10 843 et 875 commentaires ainsi 1 594 partages.

**La quatrième publication :**

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>

Le poste s'agit de quelques images qui ont été partagées le 14 Mars 2023.

Des images entre le lieu d'EDIMCO et MEDALA montrant une vallée pleine de déchets en tout genre, ce qui rend d'ailleurs l'action de la nettoyer si difficile est fatigante, surtout compte tenu de la récurrence fréquence de cet état pollué. Le gérant de la page Facebook Bejaia sois l'observateur a suggéré de couvrir toute cette vallée pour éviter la récurrence de cet état de vision inamicale et difficile à nettoyer.

Le gérant de la page Bejaia sois l'observateur a suggéré ainsi que l'action de couvrir cette vallée éliminera les embouteillages dans la zone et fournira de l'espace pour les piétons et même au stationnement.

Le poste contient 2,4 k mentions j'aime ce qui fait 2 423 j'aime et 242 commentaires et 51 partages.

**La cinquième publication :**

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>

Un poste qui s'agit d'une republication publiée le 30 Avril 2023 sur la page Bejaia sois l'observateur.

Il s'agit d'un Article publié par la direction de Wilaya de Bejaia en 19 Mai 2018 et republié par l'administrateur de la page Facebook Bejaia sois l'observateur pour faire rappeler ses abonnés sur ce qui y était mentionné dedans et sur le fait de ne pas avoir pris un tel sujet assez sensible au sérieux par la Wilaya.

L'administrateur a republié la déclaration récemment en commentant avec une vérité de genre, nous sommes en 2023 et nous attendons encore... Le poste a obtenu 585 mentions j'aime et 92 commentaires avec 14 partages.

**La sixième publication :**

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>

Il s'agit de quelques photos publiées sur la page Bejaia sois l'observateur le 06 Mai 2023.



Ce poste présente un sujet environnemental très important qui est la pollution marine, qui touche un bel endroit touristique pour les touristes et les visiteurs même pour les citoyens il s'agit d'une plage située à MELBOU wilaya de Bejaia, cette dernière qui s'est malheureusement transformée en décharge publique en vrai sens du terme.

Ce poste a obtenu à son tour plus de 2000 mentions j'aime.

**La septième publication :**

<https://www.facebook.com/watch>

Il s'agit d'une vidéo d'une minute et 57 secondes publiée sur la page Facebook Bejaia-sois l'observateur le 17 Juin 2021.

Toujours en mettant l'accent sur le sujet de la pollution marine, ce poste représente une catastrophe écologique à la plage de Sidi Ali Lebhar à la commune de la wilaya de Bejaia.

La pollution de l'eau de mer due aux canaux de drainage qui y pénètrent directement à la plage, le manque d'hygiène et de sécurité, la santé publique est en danger.

Une vidéo parlant d'un tel sujet sensible a obtenue 83 086 vues avec 2 762 mentions j'aime, 171 commentaires et 223 partages.

**La huitième publication :**

<https://www.facebook.com/bejaiaoisobservateur/videos>

Il s'agit d'une vidéo de 3 minutes et 50 secondes publiée le 6 Janvier 2023 sur la page Facebook Bejaia sois l'observateur.

Ce poste traite à son tour le même sujet précédant qui prend de l'ampleur, la pollution marine.

Une belle et très calme plage Club-Hippique, complètement salit par des bouteilles d'alcool jetées tout au long de la plage. Par ces gestes inciviques, non seulement ils polluent l'environnement mais salissent toute une région. L'absence de prise de conscience et l'esprit de responsabilité ont fait de cet état dans l'actualité.

La vidéo a été vue par plus de 44 600 personnes et commenté ainsi avec un chiffre de 396 commentaires.

**La neuvième publication :**

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>

Il s'agit d'un ensemble d'images publié sur la page Facebook Bejaia sois l'observateur le 22 Février 2023, traitant le sujet d'incendies.

Ces quelques images montrent le déclenchement d'un incendie dans le couvert végétal près du de la Kasbah à Bejaia. Un si bel endroit végétal comme celui-là a failli presque être détruit par le feu.

Le poste contient 2 028 mentions j'aime et 72 commentaires avec 20 partages.

**La dixième publication :**

<https://www.facebook.com/watch>

Ce dernier poste sélectionné, s'agit d'une vidéo de 58 secondes publiée le 14 Aout 2022 sur la page Bejaia sois l'observateur.

Une vidéo montrant le processus d'extinction des incendies qui se sont déclarés dans les forêts de Bejaia et la tentative de les contrôler par les agents de la protection civile.

Ce genre de vidéo d'appréciation et du respect envers les agents de la protection civile et forestiers, semble toujours être intéressant vu le nombre de vues qu'elle obtient cette vidéo avec presque 1,8 M en ajoutant environ 82 170 mentions j'aime, 5 644 commentaires et 2 897 partages.

## 6. Les difficultés rencontrées

Nous tenons à souligner certaines limites que nous avons pu découvrir au cours de notre recherche, dont la plus importante reste la représentativité de l'échantillon. L'étude est basée sur 10 publications, ce qui peut soulever des questions de représentativité et de généralisation des résultats. Il est essentiel de reconnaître les limites liées à la taille de l'échantillon et de considérer les résultats comme une indication des tendances et des motifs observés plutôt que comme des conclusions définitives.

**Biais de sélection :** il est important de prendre en compte les biais de sélection potentiels des abonnés de la page BSO. Par exemple, les abonnés actifs sur cette page peuvent avoir des intérêts particuliers ou des préoccupations spécifiques en matière de l'environnement, ce qui peut influencer les résultats de l'étude.

**Subjectivité des réactions :** les émotions exprimées dans les commentaires peuvent être subjectives et difficiles à interpréter de manière objective. Il est important d'adopter une approche rigoureuse et de prendre en compte les différentes interprétations possibles des réactions émotionnelles des abonnés.

### Les indicateurs de l'étude

Ces indicateurs sont des indices sur l'état de la recherche, comme suit :

**Thèmes environnementaux :** Identifier les principaux thèmes abordés dans les publications de la page Facebook BSO en lien avec l'environnement, tels que la pollution, la biodiversité, le développement durable, etc.

**Fréquence des publications :** Analyser la fréquence à laquelle des publications liées à l'environnement sont partagées sur la page Facebook, pour évaluer l'importance accordée à ce sujet.

**Réactions et commentaires :** Examiner les réactions (likes et partage) et les commentaires des abonnés sur les publications environnementales, pour évaluer leur niveau d'engagement et d'intérêt.

**Ton et sentiment des commentaires :** Analyser le ton et le sentiment exprimés dans les commentaires concernant les publications environnementales (positif, négatif, neutre), pour évaluer leur réception et leurs attitudes envers les thèmes environnementaux.

Dans ce premier chapitre, nous avons établi le cadre méthodologique de notre recherche. Nous avons défini nos objectifs et notre question de recherche, discuté des méthodes de collecte de données et de l'échantillonnage. Ce chapitre a jeté les bases solides pour notre étude.

Le prochain chapitre portera sur la théorie, nous explorons les perspectives théoriques existantes dans notre domaine, examinerons les travaux antérieurs pertinents et identifions les concepts clés qui sous-tendent notre étude. Ce chapitre nous permettra de consolider les fondements conceptuels de notre recherche.

# *Cadre théorique de la recherche*

*Chapitre II*  
*La représentation sociale dans l'espace  
public*

### Chapitre II : La représentation sociale dans l'espace public

Dans ce chapitre, nous allons entreprendre une exploration approfondie de l'histoire de la notion de représentation sociale. Nous commençons par examiner les fondements et l'émergence de la notion de RS, ainsi que les fonctions. Ensuite, nous nous concentrons sur la manière dont cette notion est abordée dans le domaine de l'environnement, mettant en évidence son importance dans le contexte de l'espace public.

La notion des représentations sociales est considérée aujourd'hui comme étant transversale à plusieurs disciplines des sciences humaines, elle a généré un champ de recherche diversifié parce qu'elle propose un cadre conceptuel souple, elle a pu s'adapter à des problématiques telles que communication, pratiques sociales, relations intergroupes, etc. Initiant ainsi de nouveaux développements théoriques et méthodologiques. Selon (Jodelet D. , 1989) la théorie des représentations est une théorie du lien social, on comprend donc qu'il existe une sorte de combinaison entre l'individuel et le social, tant que ce dernier en générale se présente comme lieu d'interaction et comme lieu d'inscription.

#### 1. L'historique du concept représentation

##### *1.1 Le début de la notion représentation*

Quiconque ouvrira un ouvrage de synthèse consacré à la théorie des représentations sociales aura bien souvent l'occasion de lire quelques lignes, quelques pages, voire un chapitre entier consacré à des éléments historiques proposée comme passage inconsommable ou prolégomènes à toute présentation scientifique.

L'étude des représentations<sup>2</sup>, débute avec des sociologues et anthropologues de renom entre 1830 et 1930, comme Émile Durkheim qui donne l'impulsion théorique et épistémologique, mais aussi Lévy-Bruhl et Marcel Mauss. Il existe de sortes de représentation, d'ailleurs c'est Durkheim qui fait la distinction entre ces deux, représentations individuelles et représentations collectives. Pour ce dernier, la conscience individuelle n'a pas beaucoup de poids et n'existe qu'à travers la conscience collective qui s'impose aux individus d'une génération à une autre et se concrétise matériellement par des règles de fonctionnement juridiques, économiques, morales, religieuses, etc. Les représentations sociales de Moscovici s'en différencient, car pour lui, comme nous allons le voir plus en avant, les RS s'inscrivent dans un processus dialectique et construisent l'individu tout autant que celui-ci construit ses représentations. La société

---

<sup>2</sup> Même si, dès 1879, Wilhelm Wundt, se propose de fonder une Völker-psychologie et d'y étudier les productions mentales créées par une communauté humaine.

contemporaine, contrairement à la société traditionnelle, est plus individualisée et donc plus favorable à la constitution de groupes différents avec des connaissances, des croyances, des pratiques spécifiques. Ces représentations sont donc le reflet de prises de positions spécifiques au sein du groupe social, là où, dans la société traditionnelle, la représentation collective s'imposait à tous de manière figée. L'une est plus le fait des individus, l'autre d'une collectivité.

### *1.2 Le fondement de la théorie des représentations sociales : Serge Moscovici*

C'est avec le psychologue Serge Moscovici que s'élabore véritablement la théorie des représentations sociales TRS à travers son étude princeps sur la psychanalyse en 1961, pour qui la représentation a une genèse à la fois individuelle et sociale. Depuis, elle a connu un large développement d'abord européen puis international. Moscovici 1961 s'inscrit dans la continuité d'auteurs comme Freud, Piaget ou Durkheim, dont il s'est inspiré pour formaliser le concept de représentation sociale. Les RS sont un ensemble d'opinions, d'informations, de valeurs et de croyances sur un objet particulier (l'objet de la représentation). Une représentation sociale est donc toujours représentation de quelque chose (l'objet) et de quelqu'un. Cette relation objet-groupe constitue le principe autour duquel la théorie des représentations sociales s'organise. Pour (Christian, 1994) « elles constituent une modalité de la connaissance dite de “ sens commun ” dont la spécificité réside dans le caractère social des processus qui la produisent ».

## **2. Définition, fonction et formation des représentations sociales**

### *2.1 Définition des représentations sociales*

#### *2.1.1 Quelques définitions*

La représentation sociale est un concept transversal et interdisciplinaire, situé à l'interface du psychologique et du social, ce qui rend sa définition complexe.

Pour Moscovici, le père fondateur de la théorie des représentations sociales (TRS), c'est :

*une manière d'interpréter le monde et de penser notre réalité quotidienne, une forme de connaissance sociale que la personne se construit plus ou moins consciemment à partir de ce qu'elle est, de ce qu'elle a été et de ce qu'elle projette et qui guide son comportement. Et corrélativement (la RS est) l'activité mentale déployée par les individus et les groupes pour fixer leurs positions par rapport à des situations, événements, objets et communications qui les concernent » (Moscovici, 1984)*

Cette définition assez large de la notion a régulièrement été complétée par différents auteurs :

La représentation *Est une forme de connaissance socialement élaborée et partagée ayant une visée pratique et concourante à la construction d'une réalité commune à un ensemble social. Elle n'est pas le simple reflet de la réalité, mais fonctionne comme un système d'interprétation de la réalité qui organise les rapports entre les individus et leur environnement et oriente leurs pratiques* », selon (JODELETE, 1997).

Placées à la frontière du psychologique et du social, les représentations sociales permettent aux personnes et aux groupes de maîtriser leur environnement et d'agir sur celui-ci.

Selon Abric, Jean Claude la représentation sociale est :

*Comme une vision fonctionnelle du monde, qui permet à l'individu ou au groupe de donner un sens à ses conduites, et de comprendre la réalité, à travers son propre système de référence, donc de s'y adapter, de s'y définir une place.* (ABRIC, 1994)

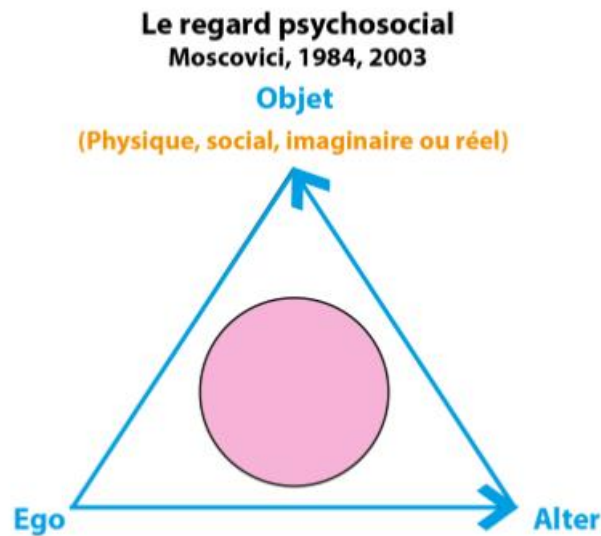
En conclusion de cette rapide présentation, nous reprendrons la définition donnée par (Bonardi, 2001, p. 19) selon qui :

*Une représentation sociale est une organisation d'opinions socialement construites, relativement à un objet donné, résultant de communications sociales, permettant de maîtriser l'environnement et de l'approprier en fonction d'éléments symboliques propres à son ou ses groupes d'appartenance.*

Une représentation sociale est donc un objet partagé entre un moi 'l'égo' et les autres 'l'alter'. C'est un univers d'opinions partagées par un groupe élaboré par le biais des communications. Elle est le reflet des expériences individuelles et des pratiques sociales des individus. La représentation permet de comprendre et d'agir sur le monde.



**Figure 01:** *Le regard psychologique*



**Source :** Thèse de doctorat/Philippe de Carlos/3.11.2015 chapitre 1.

### 2.1.2 Entre l'individuel et le social

L'individu est en constante interaction avec son environnement. Il doit traiter régulièrement de nombreuses informations et du fait de cette complexité, il lui est impossible de prendre en compte toutes les données qui lui parviennent. Des mécanismes biologiques et psychologiques de simplification sont donc à l'œuvre pour l'aider à catégoriser et finalement agir. Ils sont influencés par les histoires personnelles de l'individu. Ce dernier, dès son enfance est plongé et immergé dans une variété d'environnements sociaux (une famille, une école, des médias) qui contribuent à façonner sa façon de voir le monde. L'enfant vivrait une socialisation primaire<sup>3</sup>, essentiellement familiale le monde de *la vie de tous les jours* (Schütz, 1975) à partir de laquelle une socialisation secondaire (école, groupe de pairs, tous les univers extérieurs) viendrait construire le monde de vie que Schütz décrit comme « une réserve pré-organisée de connaissances que l'homme a à sa disposition à n'importe quel moment de son existence ». Cette réserve ne se construit pas exclusivement par l'expérience, mais se construit aussi socialement sous forme de règles à travers des individus tels que les parents et les enseignants, ainsi que les médias. De plus, l'influence du mode de l'information et de communication est un aspect important de la théorie de représentation sociale de Moscovici. Finalement, l'enfant

<sup>3</sup> La socialisation primaire est la première socialisation que l'individu connaît dans son enfance, et grâce à laquelle il devient un membre de la société. La socialisation secondaire consiste en tout processus postérieur qui permet d'incorporer un individu déjà socialisé dans des nouveaux secteurs du monde objectif de sa société.

biographie. Chrisitine Delory-Momberger définit le biographique comme « une catégorie de l'expérience qui permet à l'individu, dans les conditions de son inscription sociohistorique, d'intégrer, de structurer, d'interpréter les situations et les événements de son vécu » (Delory-Momberger, 2003, p. 3). Le concept de biographisations rejoint d'une certaine manière celui de représentation sociale dans le sens où la perception et l'intelligence de son vécu passent par des représentations qui présupposent une figuration du cours de son existence (Delory-Momberger, op. cit, p. 3). Cette façon de voir le monde contribue à son tour à construire l'individu, car pour Moscovici « les représentations sont à la fois générées et acquises » (1989). L'individu appartient à des groupes sociaux, échange et communication, donc la réalité à laquelle est confronté n'est pas la réalité mais une réalité reconstruite. En ce sens, la représentation individuelle de la réalité est d'abord sociale en ce qu'elle se construit en fonction de nos caractéristiques et partagée par un ensemble d'autres individus ayant ces mêmes caractéristiques. Chaque groupe a ses propres valeurs, normes, idéologies et expériences pratiques.

Les représentations sociales peuvent donc être définies comme des « systèmes d'opinions, de connaissances et de croyances » propres à une culture, une catégorie ou un groupe social, dépendant de l'Histoire et d'un contexte idéologique et relatif à des objets de l'environnement social : une biographisation intersubjective. Cet ensemble est organisé, partagé, produit collectivement et utile à la société. Ces éléments appartiennent au bon sens commun, à la connaissance simple mais pas à la connaissance scientifique. (Philippe , 2015)

### *2.1.3 Les représentations dans les groupes*

En ce qui concerne l'étude de la représentation, un groupe social est défini comme un groupe d'individus qui interagissent les uns avec les autres et se trouvent dans une localisation commune par rapport aux objets sociaux. Cela suppose que ces individus poursuivent un but commun concernant l'objet, et qu'ils sont relativement interdépendants dans la poursuite de ce but. Cependant, comme le souligne (Deutsch, 1949), un groupe peut exister à partir du moment où les individus éprouvent simplement un sentiment d'interférence, même si ce sentiment ne correspond pas à la réalité objective. Sur le plan pratique, on parle de groupe social lorsque les individus occupent une place commune par rapport aux objets de représentation (pratiques comparables, même niveau d'intérêt ou d'implication, etc.) et sont en interaction régulière.

L'étude de Jodelet cité par (Cohen, 2002) précise qu'à l'intérieur d'un groupe social plus ou moins homogène, les représentations se définissent comme des savoirs « socialement élaborés et partagés »

### *2.1.4. Les conditions d'émergence d'une représentation sociale*

Un objet n'est pas forcément dit objet de représentation sociale ainsi que toutes les représentations ne sont pas forcément sociales.

Deux conditions minimales doivent être réunies pour qu'un objet soit un objet de RS (Flamant & Rouquette, 2003)

- ✓ La saillance sociocognitive :
  - Accomplissement d'une fonction de concept dans lequel se retrouvent toute une série d'objets
  - l'occupation d'un espace récurrent dans les communications, car une RS est le résultat d'un processus collectif.
- ✓ Les pratiques : il doit exister des pratiques communes se rapportant à l'objet au sein de la population.

À ces conditions, on peut ajouter (Moliner P. , 1993) qui propose de prendre en considération quelques critères essentiels :

#### *1. L'enjeu de l'objet de RS :*

Si l'objet de représentation est important pour les membres du groupe, c'est qu'il a un enjeu. Ce dernier peut être lié à la cohésion du groupe lorsque celle-ci préexiste dans le groupe. Cet enjeu peut-être soit identitaire (maintien ou défense), soit en lien avec la cohésion sociale (une vision commune dans laquelle le groupe se retrouve).

#### *2. La dynamique sociale :*

Nous venons de voir que l'enjeu qui peut motiver les représentations renvoie à l'identité ou à la cohésion des groupes sociaux. Cependant, cette question ne peut être comprise qu'en termes de la façon dont les groupes interagissent avec d'autres groupes. Ainsi, un objet de représentation est toujours inséré dans des dynamiques sociales impliquant plusieurs groupes précisément parce que ces différents groupes interagissent autour de cet objet et qu'ils ressentent le besoin de l'utiliser tout en gardant leur identité ou leur cohésion.

### 3. *L'absence d'orthodoxe :*

Dans un système orthodoxe, un groupe est soumis à des instances régulatrices dont les ordres sont acceptés. Il faut que les connaissances soient élaborées collectivement et non pas le résultat d'une imposition et d'un contrôle d'instances régulatrices (Jean-Pierre, 2002), comme dans des groupes sectaires ou dogmatiques.

### 2.2 *La formation des représentations sociales*

La représentation sociale constituée de deux processus fondamentaux que sont l'objectivation et l'ancrage comme l'a montré Moscovici dans son étude sur la représentation sociale de la psychanalyse. Ces deux processus sont au cœur de l'approche sociogénétique.

#### 2.2.1 *Objectivation*

Le phénomène d'objectivation permet de s'approprier et d'intégrer les connaissances relatives à un objet. Elle peut s'opérer en trois phases :

- Une déconstruction sélective à travers laquelle l'individu opère un tri parmi les éléments relatifs à l'objet. Il y a appropriation.
- Une schématisation structurante : les éléments retenus sont reconstruits, réorganisés dans une sorte de schéma imagé et cohérent. Se forme alors un noyau figuratif qui voit certains éléments prendre une place plus importante que d'autres.
- Une naturalisation : les éléments du noyau se matérialisent de façon évidente et deviennent des éléments objectifs
- L'objectivation s'opère selon certains critères culturels (tous les groupes n'ont pas un égal accès aux informations relatives à l'objet) et de critères normatifs (n'est retenu que ce qui concorde avec le système de valeurs du groupe) (Moliner & Guimelli, 2015)

#### 2.2.2 *L'ancrage*

Nous n'avons pas pour objectif de « privilégier une démarche descriptive aux dépens d'une démarche explicative » (Doise, 1992). L'ancrage permet l'intégration de l'objet et des informations nouvelles dans le savoir. Ce processus consiste en l'enracinement de la représentation et de son objet dans le système de pensée préexistant.

Il comporte plusieurs aspects :

- Le sens : l'objet représenté est investi d'une signification par le sujet et le groupe concerné par la représentation dont il fait partie. Ce processus traduit l'insertion sociale de l'individu.
- L'utilité : les éléments de la représentation expriment non seulement des rapports sociaux, mais contribuent aussi à la création de ses rapports dans une sorte de dialectique. De ce point de vue, l'ancrage donne aux éléments de la représentation une valeur de médiation entre l'individu et le monde qui l'entoure.
- L'enracinement : la représentation prend place au sein d'un système de pensée.

Le mécanisme d'ancrage s'opère de façon différente selon les groupes sociaux. La culture et les valeurs propres à chaque groupe font qu'un objet social ne sera pas intégré de la même manière et qu'au final, il prendra une forme spécifique à ce groupe. Cela amène à considérer les représentations sociales sous l'angle des positions sociales. En général, le chercheur a recours à l'analyse factorielle pour étudier les phénomènes d'ancrage. Les RS sont donc une forme de connaissance, la connaissance que nous avons du monde. Cette connaissance n'est pas une connaissance scientifique, mais une connaissance régulièrement reconstruite au cours de la vie d'autant que les représentations opèrent une médiation constante entre l'individuel et le collectif. Ce qui nous conduit à la question des fonctions des RS.

*Nous reprendrons ces deux processus de la théorie des représentations sociales pour étudier le savoir de sens commun des abonnés de la page Facebook Bejaia sois l'observateur.*

### 2.3 Les fonctions de représentation sociale

Les représentations sociales ont quatre fonctions essentielles :

*-Une fonction de savoir :*

Elles constituent une grille de lecture de l'environnement physique et social pour les individus. Les RS permettent d'assimiler de l'information en l'intégrant à un cadre existant et en cohérence avec les valeurs partagées par le groupe auquel ces individus appartiennent. Elles facilitent la communication et le partage de l'information intra-groupe. Une RS fonctionne comme un concept et regroupe toute une classe d'objets particuliers qui en sont autant d'illustrations.

*-Une fonction identitaire :*

Elles aident à définir et à sauvegarder l'identité, la cohésion de l'individu ou du groupe et à garder une image positive de son groupe d'appartenance.

### *-Une fonction d'orientation :*

Elles permettent aux individus d'orienter leurs comportements et leurs pratiques, notamment face à l'étrangeté ou à la nouveauté. Elles déterminent a priori les conduites à tenir et jouent à ce titre un rôle prescriptif, car elles définissent ce qui est licite et tolérable de faire et de dire dans un contexte social déterminé.

### *-Une fonction justificatrice :*

Elles permettent aux individus d'expliquer et justifier leurs actions futures (rationalisation) ou passée (a posteriori) pour cautionner et préserver leur vision du monde.

### *2.4 La représentation individuelle et collective*

Associé au nom du sociologue Emile Durkheim et à son école, le concept de représentation collective désigne, sous la plume de ce dernier, des façons communes de perception et de connaissances bien distinctes des représentations individuelles, qui recèlent un savoir qui dépasse celui de l'individu moyen. Selon Durkheim, les représentations individuelles et les représentations collectives sont différentes. Il part ainsi, du postulat que nous pourrions collectivement avoir des représentations. La vie collective, est faite de représentations.

Représentations individuelles :

- Propres aux individus
- Pouvaient faire l'objet de variations considérables

Représentations collectives :

- Partagées par ensemble d'une société
- Stables et résistantes à l'épreuve du temps

La représentation collective n'est pas la somme des représentations individuelles. Si l'on peut dire, à certains égards que les représentations collectives sont extérieurs aux consciences individuelles, c'est qu'elles ne dérivent pas des individus pris isolément mais de leurs concours, ce qui est bien différent.

## **3. Les modèles d'étude de représentations sociales**

La théorie des représentations sociales c'est grandement enrichie depuis la proposition originale du Moscovici 1996, notamment à travers les trois directions théoriques dotées de divers moyens méthodologiques :

- Le modèle sociogénétique : la monographie et l'analyse documentaire.
- Le modèle socio-dynamique : les analyses multidimensionnelles et l'analyse factorielle des correspondances.
- Le modèle structural : « les méthodes permettant uniquement de formuler des hypothèses de centralité de celles qui autorisent le repérage systématique de la structure représentationnelle. On distinguera ensuite les méthodes qui permettent d'accéder au contenu de la représentation étudiée de celles qui ne le permettent pas » (ResearchGate, s.d.)

L'approche sociogénétique reste incontournable puisqu'elle est l'essence même de la TRS à travers les processus d'objectivation et d'ancrage. C'est pourquoi nous nous intéresserons systématiquement à l'information, au champ et aux attitudes.

Cependant, notre travail s'inscrit dans le cadre des trois modèles précédemment cités :

- Nous utiliserons des méthodes permettant de formuler des hypothèses de centralité basées sur l'analyse prototypique et catégorielle.
- Le croisement des données avec des variables telles que le sexe, la catégorie socioprofessionnelle ou l'école permettra d'aborder la question sous l'angle de l'insertion sociale.
- L'analyse des manuels d'histoire nous autorisera un éclairage sur la question sous l'angle sociogénétique.

#### **4. Les représentations sociales dans le champ de l'environnement**

Les applications de la théorie des représentations sociales se différencient, mais l'apport fondamental de la théorie des représentations sociales est d'analyser systématiquement la pensée en relation avec les phénomènes de socialisation et de communication. De cette façon, la dimension sociale est plus que le cadre d'élaboration de la pensée, elle consiste également sa condition et lui apporte sa logique. Les représentations sociales servent de guide à la compréhension et à la maîtrise de notre environnement quotidien, du fait qu'il s'agit d'une pensée contextuelle et contextualisante, soumise aux variations culturelles et sociales et aux contraintes environnementales.

### *4.1 Représentation sociale de l'environnement*

Dans le champ environnemental, la TRS a une valeur incontestable car elle permet d'étudier les processus cognitifs et symboliques qui guident les pratiques dans le monde qui nous entoure. Les représentations sociales de l'environnement permettent aux individus de s'adapter aux cadres sociaux et matériels en fondant leurs actions sur une activité de construction cognitive et sociale du monde (Jodelet D. , Las Representaciones sociales del medio ambiente)

#### *4.1.1 Représentations sociales de l'environnement urbain*

C'est l'environnement urbain qui a été le premier étudié à travers la TRS. Les recherches menées dans ce domaine partent de l'hypothèse que nous nous pouvons développer des représentations de notre environnement physique à partir d'un ensemble d'informations socialement partagées. Ces représentations, au-delà de la reconnaissance des aspects spatiaux, constitueront une véritable théorie naïve de la ville, guidant nos attentes et nos pratiques. Dans des travaux fondateurs sur l'imagerie urbaine, Milgram et Jodelet ont travaillé sur les perceptions de Paris et de New York. Ce qui est intéressant dans ces travaux, c'est que ces auteurs interprètent les cartes de la ville non seulement comme des artefacts psychologiques, mais les relient à des dimensions sociales. C'est à partir de ce travail que la dimension collective a été introduite dans l'approche des représentations de l'espace. Ainsi, ces auteurs développeront le concept de représentation socio-spatiale qui met en évidence sur les relations que les individus établissent avec leur environnement urbain et leur formation d'images et de cognitions, ainsi que les relations sociales, mémoire identitaire et lieu associés à l'occupation.

Milgram 1984 définit la carte cognitive, la représentation graphique de la ville, comme étant un dessin que l'individu porte dans son esprit. Il propose trois critères qui justifient l'interprétation de ces cartes cognitives de la ville comme des représentations sociales. Tout d'abord, la représentation cognitive de la ville exprime un produit social, elle appartient à plusieurs générations et constitue une expression de la communauté qui l'a créée. Ensuite, ces cartes cognitives partagées sont constituées des éléments identifiables par des individus, ce qui indique son origine sociale. Dans la construction de la carte cognitive, la signification sociale joue un rôle central, du fait que le dessin montre non seulement ce qui existe, mais également ce qui est valorisé par le groupe<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Considérer la ville ou l'espace urbain comme un objet de représentation sociale a fait son chemin en psychologie sociale et environnementale et de nombreux travaux se sont développés dans ce sens.



### 4.1.2 *Représentations sociales de l'environnement naturel*

Si la ville est l'un des objets les plus classiques traités par la théorie des représentations sociales, les questions environnementales voire les crises écologiques ont donné à la nature une place importante par rapport à la définition de l'environnement. De nombreux travaux des deux dernières décennies ont tenté d'interroger des aspects du milieu naturel. Par exemple, Castro et Lima 2001 ont cherché à identifier des représentations sociales des idées écologiques qui suggèrent que la terre dispose d'un espace et de ressources limitées, que les recensements sont soumis à ces contraintes, et qu'ils doivent respecter un équilibre naturel. De la même manière, les auteurs ont identifié ce qui est considéré comme une vision anthropocentrique, qui révèle que l'homme est capable d'appivoiser la nature. Cependant, une vision anthropocentrique.

### ***Chapitre III***

## ***La communication environnementale sur les réseaux sociaux dans l'espace public***

Aujourd'hui, l'environnement est parmi les premiers sujets de préoccupation des organisations et des sociétés de productions médiatique dans leur rapport à la société et leur première démarche de communication. Étant donné que l'environnement est devenu un enjeu de communication globale, pour l'étudier une nouvelle forme de communication est apparue il s'agit bien de la communication environnementale. La nature de cette dernière et le contenu qu'elle véhicule sont à la fois simples et complexes.

Cette communication s'agit d'une activité stratégique qui se situe au cœur de réflexions gouvernementales, elle consiste un champ de pratique de toutes catégories sociales qui se focalisent sur les problématiques environnementales.

L'interaction sociale à propos des sujets environnementaux, est de plus en plus facile grâce aux nouvelles technologies de l'information et de communication. Les réseaux sociaux sur internet sont devenus, depuis 2004, un fait de société et de développement de l'organisation qui ne cesse de croître ces dernières années.

## **Section 1. La communication environnementale dans l'espace public.**

### **1. Définition de la communication environnementale**

La communication environnementale est une notion récente, dont les définitions sont comme suit :

#### *Quelques définitions*

Selon (Kane, 2016) La communication environnementale

*Est un domaine particulier de mise en commun de l'information, consistant à échanger et à informer sur une diversité d'événements environnementaux spécifiques suffisamment significatifs pour être remarqués et remarquables pour attirer l'attention. Elle est bien utilisée par tous les acteurs sociaux qui ont pour mission d'étudier ou de gérer l'environnement (acteurs associatifs, institutions, entreprises privées, etc.)*

Mathieu définit la communication environnementale comme étant :

*Un ensemble des décisions et messages diffusés en interne et en externe par une entreprise ou une collectivité et qui sont susceptibles, directement ou indirectement, d'avoir une incidence, immédiate ou non, pour la protection de l'environnement.*

Nous pouvons ainsi définir la communication environnementale comme :

*Un domaine particulier de mise en commun de l'information, consistant à échanger et à informer sur une diversité d'événements environnementaux spécifiques suffisamment significatifs pour être remarqués et remarquables pour attirer l'attention. Elle est présente dans des journaux, des revues, des livres, à la radio, à la télévision, au cinéma, et sur les réseaux sociaux. (Hocine)*

### *1.1 Evaluation de la notion communication environnementale*

La communication environnementale est un concept nouveau, mais les sujets environnementaux sont encore anciens, impliquant la conversation des espèces végétales et animales. Afin de permettre une communication authentique dans le but de changer l'avenir en favorisant la mobilisation citoyenne.

C'est à partir de 1960 1970 que les préoccupations environnementales se sont amplifiées à mesure que les risques environnementaux mondiaux (les premières catastrophes écologiques visibles comme les marées noires, la pollution industrielle). Dès le début du XXe siècle, les chercheurs ont commencé à prêter attention à la pollution croissante dans le domaine de la vie humaine et ont appelé à la communauté internationale de prêter attention à l'impact et aux méfaits de cette pollution. Le premier pays à s'être penché sur ces inégalités environnementales a été les Etats Unis avec la création de mouvement académique et social de l'environnement justice

Ainsi que, le début des années 1960 ont marqué l'introduction du terme rapports sociétaux sous la rubrique de « comptabilité sociétale des sociétés » et « audit social des sociétés », c'est un terme qui signifie la divulgation des informations sociétales et environnementales à des tiers simultanément. Le terme a été développé au début aux Etats Unis et Royaume-Uni, par la suite en Allemagne puis les pays européens.

En ce qui concerne l'Algérie, la législation de protection de l'environnement se compose de plusieurs lois. Les premières lois datent de 1978 et 1983 qui reposent sur la création de parcs nationaux et la protection des sites patrimoniaux. Les dernières lois de 2015 ont permis la création de l'ONEDD et du CNE sans oublier décrets sur la protection du littoral et le développement des énergies propres.

### *1.2 Les formes de la communication environnementale*

La communication environnementale est l'étude de la relation entre l'homme et la nature, et l'environnement devient l'objet de la communication. Ce modèle de liaison englobe différentes formes de communication.

#### *1.2.1 La communication politique*

A partir de ce niveau politique, la mise en œuvre des enjeux environnementaux et des missions environnementales nécessite un contrôle local, ce qui nécessite l'intervention et la participation des services publics et de toutes les entreprises professionnelles. Dans ce cas, ce sont les élus qui décident de la conduite de ces activités.

#### *1.2.2 La communication scientifique*

Cette communication scientifique peut être une variété de présentations de l'environnement éloigné.

La communication environnementale s'accorde souvent sur les données de la recherche scientifique. Elle s'apparente à la communication scientifique technique. Cela peut être établi dans la pratique de la communication environnementale, principalement à travers :

Les efforts pédagogiques dans l'organisation de l'information : consultation de glossaires et d'encyclopédies, rapports hors contexte, visites guidées utilisant des modèles exemplaires, efforts de transparence : portée par la communication : ne rien faire, divers intervenants pour créer une culture de confiance, il est nécessaire divulgation de données techniques exactes. Nous voyons beaucoup de chiffres et de données non seulement dans les rapports environnementaux des entreprises, mais aussi dans les consultations avec de multiples parties prenantes. Si la communication environnementale acquiert un aspect scientifique, alors le discours rationnel joue également un effet calmant sur le côté stressant des questions environnementales, devenant ainsi une sorte de manipulation pour les publics sociaux

#### *1.2.3 La communication de crise*

Cette communication crée une variété de risques environnementaux, mais chaque crise a un degré de gravité plus ou moins important. La crise est marquée à une échelle dangereuse.

Par exemple, sur le concept de risque industriel, il existe quatre degrés de crise.

Les accidents majeurs avec morts d'hommes (comme Tchernobyl ou Bhopal).

Les catastrophes écologiques (de type Marée noire).

Les accidents de production (comme l'affaire benzène dans l'eau de pierre).

Les incidents mineurs qui produisent simplement un impact négatif sur l'image de l'entreprise.

La communication environnementale vise à construire une relation de confiance avec un intervenant expert dans le domaine, les compétences de communication environnementales, la connaissance approfondie et la rencontre avec l'auteur jouent un rôle important. Il existe deux modèles :

Identification des canaux de communication pour les organisations concernées et désignation des porte-parole qui travailleront dans le cadre virtuel.

Identification des circuits médiatiques : noms de journalistes à prévenir mais aussi, et surtout, préfet, institution, administrations locales concernées.

Sellnow et Seeger, conçoivent la communication de crise comme "le processus continu de création d'une compréhension partagée entre des groupes, des communautés, des individus et des administrations, dans un contexte de crise écologique, dans le but de favoriser la réduction, la limitation et la réponse aux menaces et aux nuisances".

Le rôle destiné à la communication crise ne sera pas le même, mais selon la crise c'est elle est contrôlable humainement ou pas, et selon que la communication a un rôle d'anticipation ou d'adaptation.

Quel que soit le niveau d'intervention, il est essentiel de considérer les perceptions de crise dans la mesure où ce sont des perceptions qui conduisent à des changements de comportement des acteurs sociaux. (Kane, 2016)

#### 1.2.4 La communication des risques

La communication environnementale en tant que préparation à la communication de crise passe également par la communication des risques. Pour les entreprises industrielles, la communication environnementale inclut la prise en compte des facteurs de risques dès lors que l'organisation s'engage à reconnaître les dangers affectant les activités spécifiques de certaines entreprises.

Ainsi, à travers tous les aspects de la communication sur les risques, la communication environnementale pose une énigme en termes d'impact sur la perception des risques.

*1.2.5 Autres formes prises par la communication environnementale*

*Les relations publiques :*

Une forme de communication institutionnelle destinée pour les parties prenantes d'une organisation.

*Les audiences publiques :*

Obligation légale de communiquer sur les impacts de ces projets.

*Le lobbying politique :*

En vue d'influencer les pouvoirs publics dans le sens des intérêts de l'initiateur de la campagne de lobbying.

*La campagne de communication :*

Designer à informer, éduquer ou influencer le grand public.

*La campagne d'information :*

Ponctuelle et plus courte que la campagne de communication. (Kane 2016)

**2. L'intégration de l'Algérie dans la protection de l'environnement**

L'environnement est un sujet très important, il occupe aujourd'hui une place particulière dans notre société. Les dysfonctionnements tels que l'industrialisation, la pression démographique, l'urbanisation et même la déforestation, réchauffement climatique, montée des eaux, pollution, respect de la biodiversité. Ce sont des questions importantes d'intérêt public, ce qui fait qu'aujourd'hui, la plupart des gouvernements sont conscients de ces préoccupations environnementales, mais il reste du travail à faire pour protéger et préserver l'avenir de notre planète.

*"L'Algérie quant à elle, figure parmi les pays qui ont accordé une importance capitale à l'environnement et elle le considère comme un droit constitutionnel. Nous pouvons remarquer aisément que le projet algérien a pris en charge la question de l'environnement et les problématiques juridique posées à travers la promulgation de la loi n 10/03 portant protection de l'environnement dans le cadre du développement durable. Ce projet est le fruit de la participation de l'Algérie aux différents fora internationaux tels que le Symposium de Stockholm, le sommet de la terre au Rio de Janeiro qui constitue la pierre angulaire de la vision algérienne concernant la question de l'environnement » (NOURA, 2015)*

C'est ainsi le gouvernement algérien a pris l'initiative de participer à la conférence de la terre à Rio 1992 dans l'intérêt d'apporter des solutions pour la préservation de l'environnement. C'est à partir de cette date que l'Algérie a adopté une approche globale concernant la protection de l'environnement qui rassemble les décisions institutionnelles suivantes (Secrétariat, juin 1997)

- La création d'un secrétariat d'Etat chargé de l'environnement et d'une Direction Générale de l'Environnement dotés d'un pouvoir de puissance publique dans le secteur de la protection de l'environnement, à savoir les inspections de l'environnement instituées au niveau de 58 wilayas du pays, les inspections dz l'environnement sont chargées de l'application de la législation et de la réglementation en manières de l'environnement.
- La création et la mise en place du Haut Conseil de l'Environnement et du développement Durable HCEDD.
- La création d'un Conseil National Economique et Social par de décret 93-225 du 05 octobre 1993.
- Le décret législatif n° 93-12 du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement fixe le régime applicable aux investissements nationaux privés et aux investissements étrangers ».
- Rattachement de nouveau de l'environnement au ministre de l'intérieur, des collectivités locales et de l'environnement, 1994
- Création du ministre de l'aménagement du territoire et de l'environnement (MATE) en 2000.
- Création du ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme (MATET) en 2007.

### **3. Les objectifs environnementaux**

A travers divers facteurs l'environnement est reconnu comme un déterminant majeur de la santé humaine, à titre d'exemple la qualité des milieux (air, eau...), les nuisances transmises (bruit, insalubrité...), les changements environnementaux, même les activités humaines peuvent avoir un impact sur notre santé et notre mode de vie.

Pour atteindre cet objectif, il faut réduire la pollution atmosphère d'origine industrielle, réduire la production de déchets dangereux et les rejets industriels, améliorant ainsi l'accès aux services d'eau potable et protégeant la qualité de l'eau, de l'air, en particulier dans les grandes villes et les zones industrielles. Par conséquent, il est nécessaire d'inverser et de sensibiliser les



citoyens, à travers les réseaux sociaux en particulier les pages Facebook, qui jouent aujourd'hui un rôle important dans la sensibilisation de la population, permettant aux gens de mieux comprendre l'environnement et sa relation avec la santé à travers les publications et les informations publiées sur ces pages Facebook, et surtout aux échanges des différents citoyens. (Hocine)

Réduire les pertes économiques et améliorer la compétitive :

Cet objectif est lié au recyclage des déchets afin qu'ils puissent être utilisés comme matière première dans le processus de production, de plus, il est nécessaire d'améliorer le traitement environnemental, pour cela il faudra contrôler le cout de production et l'image des entreprises et de transformer les entreprises les plus polluantes économiquement

La communication joue un rôle très important dans le domaine de l'environnement et est un facteur majeur dans la réalisation des objectifs environnementaux, de sorte que la protection de l'environnement devient un problème de communication.

En Algérie, les problèmes environnementaux affectent négativement la santé, l'activité économique et la qualité de vie des populations. Par ailleurs, l'Algérie a lancé plusieurs programmes et actions :

### **Les variations climatiques**

L'Algérie est signataire de la convention-cadre sur les variations climatiques et respecte pleinement, entre autres, ses engagements en matière de stabilisation des émissions à effet de serre. L'Algérie renforce sa capacité à mettre en œuvre la convention-cadre à travers deux programmes financés par le fond mondial de l'environnement.

### **Les substances appauvrissant la couche d'Ozone (SAO)**

L'Algérie s'est lancée dans un programme sérieux de réduction du SAO en amendant la convention de Vienne et le protocole de Montréal. Des projets ont été réalisés dans les domaines de la réfrigération et des aérosols. Le programme actuel comprend 21 projets qui pourraient éliminer 1300 tonnes de CFC, soit 60% de la consommation annuelle du pays.

L'Algérie fait partie des pays les plus intéressés par le domaine de l'environnement, vu que ce dernier est devenu un sujet très important nécessitant une étude succincte, vu l'intérêt porté aux questions environnementales et les différentes commissions créées à cet effet et les lois de protection de l'environnement.

#### **4. Les démarches de la communication environnementale**

La protection de l'environnement devient de plus en plus un sujet commun à tous les acteurs sociaux. Sur la base de la communication ambiante, ses participants élaborent des stratégies qui leur permettent de véhiculer un message précis et de consolider sa pertinence grâce au soutien de l'opinion publique.

Cette démarche peut se décliner en plusieurs étapes (HAMMAM & IDRES, 2018):

- La première étape : incluant l'élaboration d'un plan stratégique par la personne responsable.
- La deuxième étape : élaborer des objectifs liés aux thèmes du domaine environnemental suivants (réduction des émissions de gaz à effet de serre, déforestation et déchets). Ce plan stratégique est ensuite mis en œuvre par rapport au plan opérationnel pour atteindre ces objectifs.
- Troisième étape : la mise en place d'un plan d'action à long terme liant les actions les actions des différents acteurs sociaux dans le but de sensibiliser un large public en proposant des programmes éducatifs engageant les enfants.
- La quatrième étape : la sélection et l'identification de la cible souhaitée atteindre.
- La cinquième étape : la conception d'un message clé, qui doit être claire, précis et efficace visant directement la cible.
- La sixième étape : la diffusion du message nécessite un canal adéquat, de ce fait dans cette étape il s'agit bien du choix de média par lequel les actions de communication seront diffusées à l'exemple de ; réseaux sociaux. Internet, séminaire, affichage etc.
- La septième étape : il va falloir avoir un budget permettant la mise en œuvre d'une telle stratégie, les responsables doivent mettre sur place un budget couvrant les couts internes (finances et équipement) et externes (associatifs, partenaires).
- La huitième étape : une dernière étape qui consiste à faire sortir les points forts et les points faibles ainsi l'évaluation de l'efficacité de la stratégie.

## 5. La communication et le développement durable

Dans un environnement marqué par la croissance démographique, l'activité industrielle et le développement des centres nucléaires, les risques de contamination et de dégradation deviennent de plus en plus importants. L'homme cherche une solution à tous ces problèmes qui mettent en danger sa propre vie ainsi que l'environnement en générale. C'est ainsi que l'on parle de durabilité, qui est aujourd'hui l'un des principaux enjeux de communication pour les organisations travaillant dans le secteur public ou privé. Cette nouvelle pratique basée sur la communication vise à lutter contre la dégradation de l'environnement et à assurer un équilibre entre l'économie, l'environnement et la société.

Le développement durable suppose un mode d'organisation sur trois piliers, la qualité environnementale des activités humaines pour limiter les impacts environnementaux, préserver les écosystèmes et les ressources naturelles à long terme.

Les projets réalisés apporteront des bénéfices au pays et aux travailleurs, dus à l'efficacité économique.

En ce qui concerne le respect de l'environnement, il se généralise comme la réduction de la pollution et la protection des écosystèmes. Comme le démontre le schéma en dessous :

Figure 02 : Schéma représentant les trois piliers de développement durable



Source : (USTO, s.d.)

- **Pilier social**

L'aspect social du développement durable s'est imposé comme un composant essentiel dès le sommet de la Terre de Rio en 1992. Impossible en effet de penser un développement qui n'adresserait pas les disparités sociales, ne chercherait pas à réduire les inégalités, à corriger la répartition des richesses.

- **Pilier économique**

L'idée d'un développement durable est en elle-même une remise en question des modèles économiques existants. Loin de prôner la décroissance, le développement durable cherche le point d'équilibre entre production de valeur et économie des ressources.

- **Pilier environnementale**

Ce pilier cherche à encadrer les activités humaines pour faire en sorte qu'elles s'exercent non seulement en harmonie avec les écosystèmes, mais surtout veille à, au minimum les préserver, voire les restaurer.

## **Section 2. Les réseaux sociaux numériques**

L'information fait partie de notre environnement sociétal et sa communication par le système médiatique. L'invention d'internet a permis d'abolir les frontières des états et de diffuser l'information sans contraintes, c'est donc plutôt un progrès dans le domaine de la liberté d'expression. De cela, les réseaux sociaux sont partie prenante de notre vie représentant une source d'information importante et concerne l'information quotidienne.

Il s'agit donc dans cette section de définir ce nouveau phénomène et de comprendre les avantages qu'il représente.

### **1. Naissance des réseaux sociaux**

L'histoire de l'évolution des réseaux sociaux est un peu exagérée puisque c'est un phénomène nouveau. Pourtant, en quelques décennies, l'évolution des réseaux sociaux a été telle qu'ils ont modifié le mode de vie du 21<sup>ème</sup> siècle.

En effet, comme le mentionne le rapport « Digital in 2016 » de We Are Social. 31 de la population utilise aujourd'hui activement les réseaux sociaux ; cela représente 2 307 000 000 d'individus.

La première graine de ce qui peut être considéré comme un réseau social a été plantée voici plusieurs décennies. En 1971, le premier e-mail a été échangé entre deux ordinateurs qui étaient côte à côte. C'est Ray Tomlinson qui l'a réalisé.

Plus tard, en 1978 un BBS (BulletingBoard System) a été échangé avec d'autres utilisateurs via des lignes téléphoniques. La même année, les premières versions des navigateurs Internet ont été distribuées sur la plateforme Usenet.

Des années plus tard ; en 1994, GeoCities, qu'on pourrait considérer comme l'un des premiers réseaux sociaux, a été lancé. L'idée-originale de cet espace, qui a ensuite été copié sur Tipod et en Espagne sur CiudadFutua, Demasiado.com et Galeon, toujours en activité, était de proposer un service de création de pages Web simples hébergée dans certains quartiers en fonction de leur contenu.

Un an plus tard, en 1995, TheGlobe.com voit le jour. Ce réseau social permettait à ses utilisateurs de personnaliser leurs expériences en ligne en publiant leur propre contenu et en interagissant avec d'autres personnes ayant des intérêts similaires. La même année, Classmates est né : un site web qui aidait les gens à retrouver leurs anciens camarades de classe et collègues.

Deux ans plus tard, c'était au tour de Six Degrees. C'était un espace virtuel que certains considèrent comme le premier réseau social, ou du moins celui qui correspond le mieux à la définition d'un réseau social.

Cela dit, c'est en 1997 qu'instant Messenger a été lancé. C'était un programme de messagerie instantanée créé par Microsoft Windows permettant aux utilisateurs d'utiliser des services élémentaires de chat et des listes de contacts. On peut le voir comme le récupérer de l'un des réseaux sociaux les plus puissant actuellement, le service de messagerie instantanée WhatsApp.

En 2002, Friendster fait son apparition, avec un objectif très clair: rencontrer de nouvelles personnes à partir de ses cercles d'amis. Cela a établi une plus grande confiance entre les utilisateurs puisqu'ils étaient connus par leurs propres amis.

L'avènement de réseaux sociaux tels que **Linkedin** ou **Flicker** et d'espaces comme **Digg**, **WordPress** ou **Youtube** laissait présager un séisme jusqu'alors inédit sur internet. C'est ainsi qu'en 2004, l'un des plus grands réseaux a été créé : **Facebook**. (antevenio, s.d.)

## 2. Définition des réseaux sociaux

- Les réseaux sociaux sont des plateformes permettant l'interaction entre les personnes.

Ils facilitent ainsi la création et l'échange d'information entre utilisateurs et entre ces derniers et les marques. L'arrivée des médias sociaux a créé de nouveaux métiers comme le Community manager qui a pour but de gérer et d'animer une communauté.

- Les médias sont des moyens d'expression et de communication permettant à chacun de s'informer et de former son opinion. Ils satisfont le droit à l'information.
- En sciences Humaines et Sociales, l'expression réseau social désigne un agencement de liens entre des individus ou des organisations, constituant un groupement qui a un sens: la famille, les collègues, un groupe d'amis, une communauté, etc.

Les réseaux sociaux les plus connus sont Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterst, etc.

Le succès d'audience des principaux réseaux sociaux en a fait des supports marketing et publicitaires souvent inconvenable. (Définition marketing, s.d.)

## 3. Classification des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux peuvent avoir de nombreuses utilités, il est possible de se créer un cercle d'amis, de trouver des partenaires commerciaux, communiquer avec les membres présents sur les différents types de réseaux sociaux.

### • Les réseaux sociaux généralistes

L'avantage d'un réseau social généraliste est qu'il permet d'atteindre un nombre important de membres et créer une communauté, en se basant sur eux dans le but de concurrencer les sites classiques.

- **Facebook** : Lancé en 2004 aux Etats Unis, Facebook est le véritable gérant des réseaux sociaux avec plus de 1.4 milliards d'utilisateurs actifs mensuel dans le monde, espace personnel sur lequel chaque internaute peut créer son profil limite et un cercle d'amis.
- **Twitter** : Lancé en 2006, il s'agit d'une véritable plateforme de partage d'informations, diverses et variées. Très populaire aux Etats Unis où il est utilisé pour commenter les matches de football américain et suivre les faits et gestes des stars.

- **Les réseaux sociaux professionnels**

Certains réseaux se sont spécialisés dans les des plateformes à destination des professionnels et des problématiques de recrutement.

- **LinkedIn** : est le réseau professionnel le plus important au niveau mondial. Le réseau lancé en 2003 propose à ses utilisateurs de se créer un profil professionnel dynamique et complet au quel l'internaute peut ajouter des présentations PDF, des liens vers des pages Web.
- **Viadeo** : est un très bon utile de B to B. Il est particulièrement adapté par les PME, que ce soit pour être visible ou pour trouver des clients.

- **Les réseaux sociaux spécialisés**

Face à l'attrait des internautes pour les contenus multimédias, certains réseaux sociaux se sont spécialisés dans la promotion de ce type de contenus.

- **Instagram et Pinterest** : les réseaux sociaux basés sur les images, comme Pinterest et Instagram sont très important pour les secteurs de la mode et plus généralement, pour des marques life style. Dans ces secteurs, la photographie fait partie du métier et représente un excellent moyen pour mettre en valeur l'esthétique du produit.
- **YouTube** : Créé en 2005, YouTube s'agit tout simplement de la plateforme de diffusion de vidéos. C'est actuellement la deuxième plateforme sociale la plus utilisée au monde, derrière Facebook. (Audreytips, s.d.)

#### **4. Les avantages des réseaux sociaux**

Les réseaux sociaux qui sont des plateformes accessibles à un grand public, comportent des avantages que ce soit pour les organisations ou pour notre vie quotidienne.

##### **Les avantages concernant une organisation**

- Canal de diffusion des contenus et actualités de l'entreprise : avec une stratégie de content marketing, vous pourriez axer votre contenu web sur des postes qui donnent des informations sur l'actualité.
- Rester en contact avec les clients d'une manière permanente.
- Augmentation de la visibilité de la marque : avec les publications apportées sur Facebook, Instagram, LinkedIn ou Twitter, en faisant connaître l'entreprise auprès des clients potentiels intéressés.

- Communication permanente à un moindre cout.
- Pertinence de l'audience.

### **Les avantages concernant notre recherche**

Dans notre recherche, le réseau social peut être utilisé par le Community Manager de la Page Bejaia sois l'observateur comme étant un moyen de sensibilisation et d'information sur les préoccupations environnementales, dans le but de mettre au courant les internautes sur toute question environnementale.

L'interactivité des communications permet d'avoir des débats et un échange d'informations et des avis entre le Community manager de la page Facebook Bejaïa-sois l'observateur et ses abonnés cela a permis de créer des liens de confiance entre les deux.

Le réseau social donne la possibilité à la page Facebook Bejaia sois l'observateur de demander l'avis des abonnées sur les différents sujets, dans le but de créer des liens de confiance.

Notre cadre théorique examine différents aspects de l'environnement en tant qu'objet de représentation sociale. Il met en évidence sa fonction conceptuelle, sa relation avec l'émergence de comportements spécifiques et son importance en tant qu'enjeu.

De plus, nous avons abordé la question de la communication environnementale, soulignant son rôle centrale dans notre vie quotidienne en améliorons nos connaissances à propos des sujets environnementaux. Ces derniers nous sont souvent communiqués à travers des publications partagés via les réseaux sociaux traités et diffusés par un Community manager.

Dans l'ensemble, la représentation sociale, les réseaux sociaux numériques et la communication environnementale jouent un rôle essentiel dans la sensibilisation, l'information et le changement de comportement et attitudes des citoyens.



# *Partie pratique*

## ***CHAPITRE IV.***

### ***Analyse et interprétation des données de l'enquête***

## 1. Le temps de l'étude

Notre recherche a été réalisée en analysant la Page Facebook Bejaia-sois l'observateur.

Cette recherche menée, a commencé à partir du février jusqu'à Avril qui consistait à consulter la page afin de pouvoir en arriver à sélectionner un ensemble de corpus qui se présentent comme des publications partagées par le gérant de la page qui traitent des sujets environnementaux.

La toute première consultation a été dans le but de découvrir notre terrain d'enquête et à approfondir nos connaissances sur celui-ci. Elle nous a permis de collecter des données relatives au fonctionnement de cette page.

Notre travail de recherche se concentre sur la consultation de la page Facebook Bejaia sois l'observateur, dans le but de déterminer notre échantillonnage et d'analyser les différentes publications relatives à cet échantillonnage.



*Figure 03 : Photo de profil de la page Facebook Bejaia sois l'observateur*

## **2. La présentation de la page Facebook Bejaia-sois l'observateur**

Bejaia sois l'observateur est une page Facebook créée le **09 avril 2015** avec **1,2M** d'abonnés et **962k** total des mentions j'aime.

Cette page est considérée comme étant la source la plus fiable et la plus sûre de toutes les informations locales et même nationales pour les citoyens de la province Bejaia.

Etant donné le nombre d'utilisateurs en Algérie et dans le monde sur les réseaux sociaux, notamment sur Facebook, la création de cette page est un excellent moyen de faire passer un message auprès d'un grand nombre de personnes.

De plus, cette présence sur les réseaux sociaux permet de disposer d'une visibilité supplémentaire et complémentaire.

La solidarité est la première force, mais pas la moindre, la création de cette page Facebook favorise la solidarité, que ce soit en postant des témoignages, en recherchant des personnes, des causes humanitaires, ou en trouvant des bons programmes.

L'un des principaux intérêts de la création de cette page était de pouvoir rassembler une communauté des fans et de toucher une large audience.

La page est utilisée pour développer et maintenir un lien fort avec les abonnés en répondant à tous leurs messages et commentaires.

Pouvoir créer des opportunités d'interagir avec les abonnés, publiés régulièrement du contenu pertinent, organisé des jeux, lancé des offres promotionnelles, récompensé les fans les plus fidèles, bref faire vivre cette page pour développer des relations avec la communauté. L'humour, une arme à porter énorme.

Toujours avec forme et utilisé à bon escient, l'humour est un excellent outil pour faire passer des messages. Par exemple, ce dernier, nous permet :

- Déterminer une situation.
- Détourner l'attention d'un point gênant.
- Créer de la proximité.
- Attirer l'attention.
- Susciter une émotion positive.

Grace aux outils et aux statistiques fournis par la plateforme Facebook, nous pouvons mieux comprendre les fans et leurs clients potentiels ‘ qu’ils sont, ce qu’ils aiment, les publications qu’ils lisent’.

De cette façon, nous pouvons ajuster et optimiser les campagnes publicitaires, les publications et leur fréquence pour un meilleur impact.

En savoir plus sur les abonnés de la page en analysant et étudiant les interactions des utilisateurs, c’est une opportunité à mieux les connaître et identifier plus clairement leurs besoins et leurs attentes.

La création de cette page et la publication de contenu sont entièrement gratuites, ce qui est formidable.

Les fans et les abonnés satisfaits de cette page sont plus susceptibles d’avoir une opinion de la partager avec leur entourage.

D’autre part, cette page est une forme de communication sociale dont les membres sont des utilisateurs qui partagent des normes communes, se connectent et communiquent entre eux. Le tout dans le cadre de structures numériques.

La communication est bidirectionnelle car les utilisateurs sont libres d’exprimer leurs pensées et peuvent créer une conversation très productive pour les deux parties.

Il y’a des utilisateurs ou des fans qui sont mécontents d’une publication ou d’une autre, et ils s’expriment clairement leur opinion. Au contraire, s’ils se sentent satisfaits ils feront de même. En effet, les administrateurs de la page prennent les commentaires au sérieux. Car un Community manager qui est le gérant d’une page doit être vigilant pour résoudre ces problèmes le plus rapidement possible.

Au fil du temps, la question ‘Faut-il être présent sur les réseaux ?’ s’est posée. Disparu même, remplacée par aujourd’hui par ‘ Comment tirer la meilleure partie de sa page Facebook’.

En conclusion, les administrateurs de cette page sont honnêtes avec leurs abonnés. Ils leur montrent que derrière cette page Facebook se cachent des personnes bienveillantes, prêtes à les écouter et à les aider. Si les administrateurs de cette page ont l’impression de ne pas pouvoir reconnaître et suivre la satisfaction des abonnés, ils ne s’engagent jamais dans aucune tâche.

### *2.1 Les objectifs de la Page Facebook*

La page Facebook Bejaia-sois l'observateur étant la première page au niveau de la Wilaya de Bejaia à publier toute nouvelle et actualité a comme objectives :

- Mettre au courant les citoyens Bejaouis de tout ce que se passe dans la province en particulier et dans le pays en générale.
- Partager et diffuser des publications traitant des sujets de grande importance, nécessitant la prise en considération.
- Attirer l'attention sur des situations différentes afin de pouvoir aider les différentes personnes concernées.
- La sensibilisation des citoyens à des causes qui les intéressent et qui possèdent un impact réel sur le changement, là où ils le souhaitent.
- Gagner et garder la confiance de son audience.
- Former une bonne image auprès de son audience et établie une réputation au niveau locale et nationale.
- Etablir des liens solides avec sa communauté et une bonne relation avec ses différents contacts.

De plus, cette page a d'autres objectifs à vouloir atteindre, liés à la protection de l'environnement et à la sensibilisation des citoyens à la ville, tels que :

- Sensibiliser et convaincre le plus grand public à protéger l'environnement.
- Essayer de semer un réveil chez les gens pour qu'ils arrivent à avoir une conscience tranquille, et que chacun sente responsable de ça.
- Eveiller la conscience du public, en particulier la conscience des politiques.
- Présenter la protection de l'environnement aux jeunes afin qu'ils aiment l'environnement et animent la conservation de la nature.
- De plus, l'administrateur de la page Bejaia sois l'observateur coopèrent avec le président de l'association ARDH, qui a 25 ans d'expérience dans le domaine de l'environnement.

## *2.2 Les activités de la page Facebook*

La page Facebook a une variété d'activités qui changent en fonction des événements et de l'actualité. En fait, le manager rapporte des nouvelles et des informations en temps réel, alors il doit souvent se déplacer pour couvrir des marches ou des rassemblements.

Cependant, il reçoit des informations, des photos et des vidéos des citoyens, et avant de les publier sur la page il vérifie la source et la crédibilité des nouvelles, puis écrit le texte et le distribue, et le manager travaille également avec un informateur qui s'occupe de la mise en forme du texte et des vidéos.

## **3. Le déroulement de pré-enquête**

### **La pré-enquête**

Notre pré-enquête s'est déroulée sur une période d'un mois du 05 Février au Mars dans le but d'explorer le champ d'investigation, étant donné que notre recherche se focalise sur la page Facebook **Bejaia-sois l'observateur** qui est terrain virtuel.

Elle se déroule en deux phases, la première étant la documentation des travaux antérieurs et du littérateur scientifique afin de fournir une vue ensemble et d'accumuler des connaissances sur notre objet d'étude. Il s'agit plutôt d'une enquête qui nous a permis de consulter divers écrits afin de recueillir les informations les plus complètes sur le sujet dont nous traitons. Nous avons utilisé les données récoltées dans la rédaction de notre problématique ainsi que la formulation de nos hypothèses.

En plus de la documentation, nous avons également l'observation de la page Facebook qui est une technique de collecte de données qui ne peut être obtenue par des entretiens ou des questionnaires. Pour notre cas, nous avons choisi de mener une observation non participante qui est de principe à exclure l'enquêteur de l'étude dans le but de ne pas influencer la situation observée, elle reste fidèle à la réalité du phénomène étudié ce qui augmente la fiabilité des résultats. Ce qui veut dire donc, que nous avons observé la page Facebook Bejaia-sois l'observateur et la vivacité d'interaction qu'obtiennent ses postes, en étant discrètes et sans avoir participées à aucune interaction avec un poste.

La pré-enquête s'est officiellement déroulée au niveau de la bibliothèque 750 de l'université Abderrahmane Mira (Campus Aboudaw) ville de Bejaia.

Dans l'ensemble cette étape est bien déroulée. Une fois la phase de la pré-enquête terminée, l'enquête proprement dite doit être menée.

### **L'enquête**

Notre enquête finale a été réalisée exclusivement à la bibliothèque 750 de l'université Abderrahmane Mira (Campus Aboudaw), et après avoir terminé la sélection de notre corpus qui est un ensemble de postes Facebook, nous avons analysé les commentaires sous chaque poste sélectionné et essayé de lire autant de commentaires que possible être amenés à observer comment les messages de ces postes sont partagés. Tout cela était dans l'objectif de recueillir autant d'informations que possible afin de les analyser et de traiter les réponses pour confirmer ou infirmer nos hypothèses. Cela nous a pris environ une semaine.

## **4. Analyse et interprétation des données**

Nous entrons dès présent dans la dernière partie du travail de recherche. C'est grâce à cette analyse que nous pourrions apporter des réponses aux questions posées. Dans un premier temps, nous présentons nos deux hypothèses. Deuxièmement, nous analysons et interprétons les données recueillies à partir de l'observation menée. Enfin, nous confirmerons ou infirmerons nos hypothèses.

### ➤ Présentation de nos hypothèses

- Dans notre lecture exploratoire de notre sujet, et grâce à notre expérience sur la page Facebook Bejaia sois l'observateur, plusieurs éléments intéressants sont ressortis. Pour guider nos efforts de recherche et ainsi répondre à nos deux questions de recherche « Dans quelle mesure la représentation sociale peut influencer les interactivités sur la communication environnementale de la page *Bejaia sois l'observateur* ? » « Qu'est-ce qui donne aux interactivités observées dans les discussions portant sur l'environnement, une dimension active ? »

### ➤ Nous avons émis deux hypothèses

**Hypothèse 01 :** Nous pouvons, en effet, nous attendre de voir l'interactivité comme un comportement et les conditions de l'interactivité comme ne pouvant être influencés que par la représentation sociale que les individus ont de cette communication environnementale.

**Hypothèse 02 :** Les délibérations environnementales sont susceptibles de moduler les représentations de la communauté en ligne de la page BSO dans la mesure où elles infléchissent à l'adoption d'un nouveau comportement.



Dans le cadre de notre recherche, nous allons présenter une dizaine de publications sélectionnées de la page Facebook Bejaia sois l'observateur abordant le thème important *l'environnement*.

Les cinq premiers postes concernent la problématique de la mauvaise gestion des déchets ménagers. Ensuite, Nous présenterons trois postes traitant de la problématique de la pollution marine, suivies de deux derniers postes consacrés au sujet d'incendies.

## Le premier post

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>



**Figure 04:** *Caprure d'écran du premier poste*

Il s'agit de quelques photos publiées sur la page Bejaia sois l'observateur le 02 Mai 2023.

Ce poste parle du sujet de la pollution des rues dont souffre la ville de Bejaia et de la vision hostile de ces rues, de sorte que cela est devenu un sujet négligé par le gouverneur de la wilaya.

Le gérant de la page en partageant ces quelques images il s'est suffi d'un commentaire du genre réprimande, Ou est le maire de Bejaia ?

Cette publication contient 2 263 mention j'aime et 931 commentaires avec 124 partages.

## Le deuxième post

<https://www.facebook.com/bejaiaoisobservateur/posts>



*Figure 05 : Capture d'écran du deuxième poste*

Le poste s'agit d'un ensemble de photos publiées sur la page Bejaia sois l'observateur le 16 Avril 2023

Cet ensemble de photos présente le même sujet que le poste précédent qui est la pollution des rues, mais cette fois ci en mentionnant le nom de quartier. Ces photos montrent l'état de district douanier de la commune de Bejaia, qui apparaît dans les pires conditions en raison de la décharge ménagère qui y est déversée tout autour de quartier.

L'interaction du poste est de 2 331 mention j'aime avec 467 commentaires et 97 partages.

### Le troisième post

<https://www.facebook.com/watch>



**Figure 06 :** Capture d'écran du troisième poste

Il s'agit d'une vidéo de 4 minutes et 17 secondes publiée le 19 Avril 2023 sur la page Bejaia sois l'observateur.

Dans cette vidéo un membre de l'assemblée populaire de la Wilaya de Bejaia qui est aussi le gérant de la page Bejaia-sois l'observateur Mouales KADA, dévoile des détails concernant le dossier environnemental et les alentours de la commune de Bejaia. Non seulement, mais la vidéo montre aussi que c'est souvent les mêmes cas qu'on retrouve un peu partout dans la ville, la vue esthétique de la ville de Bejaia qui devient de plus en plus catastrophique.



Le vidéo semble être importante vu le nombre de vues qu'elle obtient avec un chiffre de 188 539 vues, en ajoutant les mentions j'aime qui sont à 10 843 et 875 commentaires ainsi 1 594 partages.

### Le quatrième post

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>



**Figure 07 :** Capture d'écran du quatrième poste

Le poste s'agit de quelques images qui ont été partagées le 14 Mars 2023.

Des images entre le lieu d'EDIMCO et MEDALA montrant une vallée pleine de déchets en tout genre, ce qui rend d'ailleurs l'action de la nettoyer si difficile est fatigante, surtout compte tenu de la récurrence fréquence de cet état pollué. Le gérant de la page Facebook Bejaia sois

l'observateur a suggéré de couvrir toute cette vallée pour éviter la récurrence de cet état de vision inamical et difficile à nettoyer.

Le gérant de la page Bejaia sois l'observateur a suggéré ainsi que l'action de couvrir cette vallée éliminera les embouteillages dans la zone et fournira de l'espace pour les piétons et même au stationnement.

Le poste contient 2,4 k mentions j'aime ce qui fait 2 423 j'aime et 242 commentaires et 51 partages.

### Le cinquième post

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>



*Figure 08 : Capture d'écran du cinquième poste*

Un poste qui s'agit d'une republication publiée le 30 Avril 2023 sur la page Bejaia sois l'observateur.

Il s'agit d'un Article publié par la direction de Wilaya de Bejaia en 19 Mai 2018 et republié par l'administrateur de la page Facebook Bejaia sois l'observateur pour faire rappeler ses

abonnés sur ce qui y était mentionné dedans et sur le fait de ne pas avoir pris un tel sujet assez sensible au sérieux par la Wilaya.

L'administrateur a republié la déclaration récemment en commentant avec une vérité de genre, nous sommes en 2023 et nous attendons encore...

Le poste a obtenu 585 mentions j'aime et 92 commentaires avec 14 partages.

## Le sixième post

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>



**Figure 09 : Capture d'écran du sixième poste**

Il s'agit de quelques photos publiées sur la page Bejaia sois l'observateur le 06 Mai 2023.

Ce poste présente un sujet environnemental très important qui est la pollution marine, qui touche un bel endroit touristique pour les touristes et les visiteurs même pour les citoyens il

s'agit d'une plage située à MELBOU wilaya de Bejaia, cette dernière qui s'est malheureusement transformée en décharge publique en vrai sens du terme.

Ce poste a obtenu à son tour plus de 2000 mentions j'aime.

### Le septième post

<https://www.facebook.com/watch>



*Figure 10 : Capture d'écran du septième poste*

Il s'agit d'une vidéo d'une minute et 57 secondes publiée sur la page Facebook Bejaia sois l'observateur le 17 Juin 2021.

Toujours en mettant l'accent sur le sujet de la pollution marine, ce poste représente une catastrophe écologique à la plage de Sidi Ali Lebhar à la commune de la wilaya de Bejaia.

La pollution de l'eau de mer due aux canaux de drainage qui y pénètrent directement à la plage, le manque d'hygiène et de sécurité, la santé publique est en danger.

Une vidéo parlant d'un tel sujet sensible a obtenue 83 086 vues avec 2 762 mentions j'aime, 171 commentaires et 223 partages.



## Le huitième post

<https://www.facebook.com/bejaiaoisobservateur/videos>



**Figure 11 :** Capture d'écran du huitième poste

Il s'agit d'une vidéo de 3 minutes et 50 secondes publiée le 6 Janvier 2023 sur la page Facebook Bejaia sois l'observateur.

Ce poste traite à son tour le même sujet précédant qui prend de l'ampleur, la pollution marine.

Une belle et très calme plage Club-Hippique, complètement salit par des bouteilles d'alcool jetées tout au long de la plage. Par ces gestes inciviques, non seulement ils polluent l'environnement mais salissent toute une région. L'absence de prise de conscience et l'esprit de responsabilité ont fait de cet état dans l'actualité.

La vidéo a été vue par plus de 44 600 personnes et commenté ainsi avec un chiffre de 396 commentaires.



## Le neuvième post

<https://www.facebook.com/449659535193770/posts>



**Figure 12 :** Capture d'écran du neuvième poste

Il s'agit d'un ensemble d'images publié sur la page Facebook Bejaia sois l'observateur le 22 Février 2023, traitant le sujet d'incendies.

Ces quelques images montrent le déclenchement d'un incendie dans le couvert végétal près du de la Kasbah à Bejaia. Un endroit végétal comme celui-là a failli presque être détruit par le feu.

Le poste contient 2 028 mentions j'aime et 72 commentaires avec 20 partages.

## Le dixième post

<https://www.facebook.com/watch>



**Figure 13 :** Capture d'écran du dixième poste

Ce dernier poste sélectionné, s'agit d'une vidéo de 58 secondes publiée le 14 Aout 2022 sur la page Bejaia sois l'observateur.

Une vidéo montrant le processus d'extinction des incendies qui se sont déclarés dans les forêts de Bejaia et la tentative de les contrôler par les agents de la protection civile.

Ce genre de vidéo d'appréciation et du respect envers les agents de la protection civile et forestiers, semble toujours être intéressant vu le nombre de vues qu'elle obtient cette vidéo avec presque 1,8 M en ajoutant environ 82 170 mentions j'aime, 5 644 commentaires et 2 897 partages.

## **5. Analyse et présentation des posts Facebook**

Grace à cette méthode, nous avons analysé les commentaires des internautes de certaines publications de la page Facebook Bejaia sois l'observateur, la page traitant de la communication environnementale qui est notre sujet de recherche pour comprendre et décrire la manière dont les internautes interagissent avec le contenu de la page.

Nous avons choisi de sélectionner les publications à analyser par échantillonnage par sélection rationnelle, et en pratique, les publications sont publiées sur la page Facebook afin de pouvoir les analyser.

En autre terme, nous avons sélectionné les commentaires avec plus ou moins de réactions pour l'analyse.

Cette sélection pourrait également s'expliquer par la nécessité de lire les publications avant la sélection, vu que certaines publications n'ayant pu être analysées en raison de peu de réaction.

Ces publications analysées ont obtenues beaucoup de réaction et sont largement commentées et d'ailleurs la pluparts des commentaires sont assez longs, certaines internautes s'approfondirent dans les détails en ajoutant des informations supplémentaires, proposent des façons à résoudre le problème ou tout simplement donnent leurs avis d'une manière attirante en utilisant un langage et un écrit très soutenu.

### **La première publication**

En analysant la première publication sélectionnée, nous pouvons identifier plusieurs thématiques récurrentes. Tout d'abord, la gestion des déchets ménagers à Bejaia est une préoccupation centrale. Les commentaires sélectionnés soulignent la responsabilité partagée entre les citoyens et les autorités locales dans la résolution de ce problème. Certains commentaires appellent également à une mobilisation collective pour faire face à cette situation.

La deuxième thématique qui se dégage est celle de l'appel à l'action et du rôle des autorités locales. Les commentaires remettent en question le rôle du maire et les autres acteurs locaux dans la gestion des déchets. Certains expriment leur frustration quant à l'inefficacité des mesures prises jusqu'à présent. Cette thématique souligne l'importance de l'implication des autorités locales dans la résolution de ce problème.

Une troisième thématique concerne la préoccupation environnementale générale des abonnés. Les commentaires reflètent leur consternation face à la dégradation de l'environnement à

Bejaia. D'autres expriment le désir d'un changement significatif pour rendre la ville propre et agréable.

En intégrant les commentaires pour chaque thématique, nous constatons que les abonnées de la page Facebook BSO reconnaissent la nécessité d'une action collective et mettent en question le rôle des autorités locales dans la résolution de ce problème.

Ces thématiques reflètent la représentation sociale des abonnés en matière de communication environnementale. Les commentaires témoignent de leur prise de conscience de la gravité de la situation environnementale et de leur volonté d'apporter des changements positifs.

### **La deuxième publication**

La publication analysée nous permet d'identifier plusieurs thématiques. Tout d'abord, la pollution des rues à Bejaia est une problématique majeure qui suscite de vives réactions parmi les abonnés. Les commentaires expriment leur indignation face à l'état déplorable du district douanier de la commune de Bejaia, qui est utilisé comme une décharge ménagère.

Une thématique importante qui émerge est la responsabilité des autorités locales. Les commentaires soulignent le rôle des responsables de la ville de Bejaia, en particulier la maire, dans la gestion de cette situation. D'autres commentaires remettent également en question le rôle du ministre de l'environnement dans la résolution de ce problème.

Une autre thématique récurrente est l'implication de la population. Certaines abonnées mentionnent que tous les quartiers sont touchés par le problème des déchets et soulignent la responsabilité partagée de la population dans cette situation.

Nous constatons donc que les abonnées expriment leur frustration quant à l'état de la ville de Bejaia et appellent à une action concrète de la part des autorités et de la population. Ils insistent sur le fait que les responsables doivent être tenus responsables de leurs actes et qu'il ne suffit pas de faire des accusations sans conséquences.

Cette analyse met en évidence la préoccupation des abonnés concernant la pollution des rues et la responsabilité des autorités et de la population dans la gestion de cette situation. Elle souligne l'importance de la communication environnementale pour susciter la mobilisation et l'action collective en faveur d'un environnement plus sain et plus propre.

### **La troisième publication**

En analysant la troisième publication, nous pouvons identifier plusieurs thématiques. En premier, la vidéo met en évidence la situation environnementale préoccupante dans la commune de Bejaia. Les commentaires expriment la souffrance et la frustration des citoyens face à la présence de déchets et à l'état esthétique de la ville.

Une si importante thématique s'agissant de la responsabilité des différentes instances et acteurs concernés. Les commentaires pointent du doigt les autorités locales, l'assemblée populaire de la wilaya de Bejaia, ainsi que les services en charge de l'application des lois et des jugements. Les citoyens appellent à des mesures concrètes et à une mise en application effective des décisions pour résoudre la situation.

Une autre thématique récurrente est la nécessité d'une réaction de la part de la population. Certains commentaires soulignent que les citoyens ne doivent pas simplement subir la situation, mais doivent également réagir et prendre part à la résolution du problème.

Nous pouvons donc dire que les abonnés expriment leur colère et leur désir de voir des actions concrètes être prises pour améliorer l'état environnemental de la commune de Bejaia. Ils remettent en question la compétence et l'engagement des responsables locaux et appellent à un changement significatif.

Cette analyse souligne l'importance d'une action collective et de l'implication de toutes les parties concernées pour résoudre cette problématique.

### **La quatrième publication**

Les images partagées mettent en lumière l'état pollué d'une vallée entre les lieux d'EDIMCO et MEDALA, remplie de déchets de tout genre. La difficulté et la fréquence récurrente de cet état pollué rendent le nettoyage de la vallée difficile. Le gérant de la page Facebook BSO suggère de couvrir cette vallée.

Les commentaires associés à la publication reflètent différentes opinions. Certains commentaires expriment leur désaccord avec la proposition de couvrir la vallée, considérant cela comme une solution archaïque et soulignant l'importance de préserver les écosystèmes naturels. D'autres commentaires soulignent le manque de civisme, d'éducation et de responsabilité de la part de la population en matière de gestion des déchets. Certains abonnés mettent en avant la nécessité d'éduquer les citoyens pour un changement positif.

D'autres commentaires critiquent les autorités locales pour leur inaction face à la situation environnementale préoccupante de Bejaia. Certaines abonnées réclament les mauvaises odeurs et les risques sanitaires liés à la présence de détritux et d'eaux stagnantes dans la vallée. Certains vont même jusqu'à suggérer que l'insalubrité de Bejaia est délibérément entretenue.

Nous notons que les abonnés expriment leur inquiétude quant à la pollution de la vallée et à l'état global de l'environnement à Bejaia. Ils soulignent la nécessité d'une éducation civique, et remettent en question l'efficacité des autorités locales dans la gestion environnementale de la ville.

Nous soulignons donc l'importance de sensibiliser, d'éduquer et de prendre des mesures concrètes pour résoudre les problèmes environnementaux de la région.

### **La cinquième publication**

Absence totale des pouvoirs publics dans la wilaya de Bejaia, c'est que le l'administrateur de la page Facebook tente de nous faire parvenir à travers cette publication. C'est ce que représente cette publication analysée.

Tout d'abord, il y'a la critique envers la wilaya de Bejaia pour ne pas avoir pris au sérieux un tel sujet sensible. Les abonnés expriment leur mécontentement face à cette inaction et soulignent l'importance de choisir des élus dévoués au bien de la municipalité.

L'hygiène et la propreté de la ville, qui est une thématique souvent répétée dans toutes les publications. Les commentaires insistent sur la nécessité de dépenser sans compter pour maintenir la propreté, construire des installations de recyclage et d'incinération, et mettre en place des méthodes efficaces de collecte des déchets. Certains abonnés suggèrent également d'imposer des taxes et des amendes pour dissuader les comportements irresponsables de jeter des déchets dans des endroits inappropriés.

Une autre thématique est celle de l'inégalité de traitement entre Bejaia et les autres chefs-lieux de wilaya. Les abonnés expriment leur frustration et appellent ç ce que Bejaia soit traitée de manière équitable, sans favoritisme ni discrimination.

Enfin, certains commentaires soulignent le manque de compétence et de gouvernance efficace au sein de la wilaya de Bejaia, qui contribue au sous-développement de la région.

En intégrant ces thématiques dans l'analyse, nous constatons que les abonnés sont préoccupés par l'inaction des autorités, l'hygiène et la propreté de la ville, l'inégalité de traitement de la

gouvernance locale. Ils appellent à une meilleure gestion des déchets, à des investissements appropriés et à une gouvernance plus compétente pour améliorer la situation à Bejaia.

### **La sixième publication**

La sixième publication présente des images mettant en évidence un sujet environnemental préoccupant, la pollution marine.

Les abonnés expriment dans les commentaires leur consternation face à cette situation et soulignent la nécessité de préserver les sites touristiques et de protéger l'environnement.

Les commentaires reflètent plusieurs thématiques récurrentes comme la responsabilité collective qui est mise en avant, avec des remarques soulignant que le peuple lui-même est responsable de laisser les déchets sur la plage. Certains appellent à une sensibilisation accrue et à des actions volontaires pour nettoyer les plages, en prévision de la saison festival.

Une autre thématique abordée est celle de la gestion des déchets et du manque de mesures de sanction. Les abonnés critiquent l'insuffisance de balayeurs et l'absence de sanctions à l'encontre de ceux qui contribuent à la pollution. Certains mentionnent également que les déchets finissent par se déverser dans la mer, causant des dommages significatifs à l'écosystème marin.

Enfin, certains abonnés soulignent l'importance d'interdire aux communes situées le long de l'Oued Agrioun de déverser leurs déchets sur les barges du fleuve, suggérant que cela pourrait contribuer à résoudre une partie du problème de pollution marine.

En résumé, cette publication suscite la préoccupation des abonnés de la page BSO quant à la pollution marine, les incitant à prendre conscience de leur responsabilité collective et à proposer des actions concrètes pour préserver les sites naturels.

### **La septième publication**

La propriété n'existe pas, la loi est en rapport à un système économique qui hypertrophie l'égo de chacun. Le caractère absolu de la propriété disparaît devant les impératifs sociaux, qui sont d'ordres variables selon la société.

C'est ce que résume bien cette publication, l'administrateur de la page informe ses abonnées de cette catastrophe écologique qui touche une plage qui se situe à la ville de Bejaia, il essaie de sensibiliser un grand nombre de citoyens et de les convaincre d'adopter un nouveau comportement environnemental car d'après ces clichés la situation s'aggrave de plus en plus et

de mal en pis dans la ville de Bejaia, donc à un moment donné il faudra bien prendre les choses en mains et agir le plus vite possible pour sauver cette ville et protéger la santé publique.

Les commentaires des abonnés soulignent plusieurs points importants. Certains expriment leur consternation face à la situation et qualifient cela de « crimes économiques ». Ils critiquent le manque de station d'épuration, l'absence de culture en matière d'hygiène, de sécurité et de préservation de l'environnement. D'autres réclament la présence de restes de volaille jetés quotidiennement à la mer, ce qui est considéré comme une vue dégoûtante.

En résumé, cette publication met le point sur la gravité de la pollution marine à la page de Sidi Ali Lebhar et l'impact négatif sur la santé publique. Les abonnés expriment leur désapprobation face à l'absence de mesures adéquates telles que les stations d'épuration et une culture de préservation de l'environnement. Ils soulignent également le besoin d'un développement durable et d'une meilleure gestion des déchets pour préserver la beauté naturelle de Bejaia et garantir la sante de le bien être de la population.

### **La huitième publication**

Quand est ce que ces ennemis de la nature prendront conscience que par leurs gestes inciviques, non seulement ils polluent l'environnement mais salissent toute une région. Il est temps que les services concernés se penchent.

C'est ce que résume la publication en montrant une plage touristique polluée tout au long avec des bouteilles et canettes de vin.

La pollution marine qui est un problème prenant de l'ampleur, occupe l'esprit des abonnés de la page et de cela le responsable essaie de le faire parvenir de toute nouvelle concernant cet état.

Les commentaires exprimés par les abonnés reflètent leur inquiétude face à cette situation, certains soulignent l'importance d'une prise de conscience collective pour lutter contre ce fléau.

En analysant les commentaires, nous pouvons déduire que certains internautes ont approfondie un peu trop dans le problème, en mentionnant que le problème ce n'est pas seulement le citoyen qui jette ces bouteilles mais c'est le fait que l'état ne prend pas la responsabilité de récupérer le verre si c'était le cas, les lieux où ils achètent ces bouteilles seront ouverts comme à l'ancienne et donc les citoyens n'auront pas à consommer dehors pour évacuer sa consommation.



Ces commentaires reflètent les différentes perspectives et opinions des abonnés concernant la responsabilité individuelle, l'implication de l'Etat et l'importance de l'éducation et la sensibilisation pour résoudre le problème de la pollution marine.

### **La neuvième publication**

Les incendies sont une catastrophe naturelle affectant la nature. Chaque ville est exposée aux dangers des incendies mais lorsque nous appondissons dans la question, il est fort possible qu'un incendie se déclare à la suite d'un comportement environnemental humain inhabituel.

C'est ce que montre la publication, alors qu'un incendie s'est déclenché dans le couvert végétal à Bejaia ce qui a failli d'ailleurs causer plusieurs pertes.

Les commentaires concernant cette situation sont différents, entre ceux qui disent que la présence récurrente de bouteilles de bière dans les environs, suggérant que cela pourrait être une cause potentielle de l'incendie, ils estiment que l'Etat doit prendre en charge ce sérieux problème.

Une hypothèse avancée par un commentaire est qu'une personne aurait pu fumer et jeter un mégot allumé, provoquant ainsi le départ de feu. Un autre commentaire propose de défricher les zones avec une végétation dense afin de réduire les risques d'incendie.

Certains mettent en avant le comportement des personnes qui boivent dans cet endroit et soulignent qu'ils pourraient accidentellement provoquer un incendie, notamment en fumant.

L'administrateur de la page Bejaia sois l'observateur a publié cette publication dans le but de parvenir les citoyens sur cette catastrophe menaçant la nature et la vie publique, pour qu'ils puissent prendre leurs précautions.

Ces commentaires expriment les préoccupations des abonnés concernant les causes possibles de l'incendie et la nécessité d'une prise de conscience collective pour éviter de tels incidents à l'avenir. Entre ceux qui insistent sur l'importance d'une gestion responsable de déchets, tandis que d'autres proposent des mesures préventives, telles que le défrichage des zones à risque.

### **La dixième publication**

Toujours au sujet des incendies et des pertes qu'ils peuvent causer à l'environnement et de toutes les précautions à prendre pour protéger l'environnement de telles catastrophes.

Cette publication montre l'aspect le plus important dans ce sujet, qui est le processus à prendre pour éteindre ces incendies et d'essayer de les contrôler dont l'occupation de cet acte est entre les mains des agents de la protection civile et les agents forestiers.

L'administrateur de la page a publié une telle vidéo qui a obtenu un pourcentage très élevé d'interaction, pour adresser tout son soutien, ses remerciements et sa reconnaissance à ceux qui contribuent à essayer d'éteindre ces incendies et à ceux qui essayer d'assurer que les citoyens ne soient pas blessés.

Les commentaires peuvent que les citoyens sont très conscients de cette question et participent à un tel acte qui se consacre avant tout à la protection de leurs vie et leurs environnement.

Et de cela nous affirmons que les abonnés de la page Bejaia sois l'observateur sont essayent souvent de faire réveiller les autres et s'entraident et s'informent entre eux d'ailleurs ils sont toujours présents dans les situations difficiles concernant ou bien touchant leurs ville.

En effet, l'analyse des publications sélectionnées de la page Facebook *Bejaia sois l'observateur*, nous a permis de distinguer un point essentiel qui ressort des publications qui est la valorisation des citoyens et leurs attentes, en d'autres termes, la majorité des publications analysées sont adressées aux autorités de la Wilaya de Bejaia car elles rapportent les attentes et les besoins des citoyens en matière d'information de dénonciation, de participation de sensibilisation et d'engagement.

Pour créer la communication environnemental, le gestionnaire se tourne vers des sujets qui touche directement l'environnement et qui ne sont pas nécessairement ou rarement couverts par les médias locaux de la province.

Nous notons que les publications de la page suivent le processus des nouvelles et des situations différents. Certaines publications naissent pour sensibiliser et responsabiliser les citoyens tout en leur donnant les moyens de le faire, ou prendre comme exemple les publications analysées ci-dessus.

Ce type de publication crée une propagation ambiante et le nombre de partages et de commentaires sous la recommandation de la publication.

Nous voyons aussi que dans les publications de la page, le gérant favorise la valorisation des espaces naturels et verts et qu'il répond aux besoins de sa communauté et sert de manière

proactive ses abonnés. En outre, les abonnés sont fidèles à l'actualité de cette page car l'administrateur de la page n'a pas peur de révéler des détails précis et sensibles sur les promesses faites par les autorités provinciales, par exemple, dans la vidéo en haut où il dévoile des détails concernant le dossier environnementale de Bejaia avec des preuves.

La situation du secteur de l'environnement dans la province de Bejaia est d'autant plus préoccupante que la mauvaise gestion de la collecte des déchets ménagers qui empoisonne la vie de la population et la pollution marine qui dégrade les endroits touristiques locales.

La Wilaya de Bejaia est même considérée comme la province la plus sale du pays. Des dépotoirs sauvages polluent le littoral, comme celle de Boulimat et Aoukas, car situées en bordure de plages qui accueillent des centaines de touristes estivaux.

D'autres décharges comme celles de Sidi Aiche et Akbou qui se présentent comme un véritable danger pour les usagers de la RN26, la fumée émise obscurcit la visibilité des automobilistes.

Tous ces facteurs sont des exemples de la situation environnementale dans la province de Bejaia. L'administrateur de la page essaie de publier sur tous les sujets liés à l'environnement, il essaie également de couvrir et de communiquer davantage sur tous les problèmes et catastrophes environnementaux de plus chaque fois qu'il parvient à toucher un large public.

Nous avons également remarqué que le point commun entre ces publications précédentes que nous avons analysées était, qu'elles n'avaient qu'un seul objectif d'informer, de sensibiliser et de changer leurs comportements négatifs, et qu'elles tentaient de s'intégrer entre les citoyens et l'environnement.

En conclusion, nous confirmons que l'administrateur de cette page pratique sa communication environnementale et remplit avec succès ses engagements et missions pour sauver la ville de Bejaia grâce à l'utilisation des réseaux sociaux.

## **6. Discussion des résultats**

En analysant les résultats des publications partagées sur la page Facebook Bejaïa-sois l'observateur, nous avons pu répondre à notre question de recherche et à nos deux hypothèses.

D'une part, sur la base des données collectées, nous constatons que le gérant de cette page, en tant qu'observateur, valorise la communication numérique, ou qu'il utilise un réseau social limité à la page Facebook comme moyen de communication, moyen de diffusion de la

communication environnementale pour encourager les citoyens de la province de Bejaïa et les impliquer dans le maintien et la protection de l'environnement.

D'autre part, les données extraites des commentaires analysés nous ont confirmé que les abonnés de la page BSO partagent des connaissances et des informations sur les problèmes environnementaux, et à travers leurs commentaires, ils expriment leurs valeurs, leurs normes sociales et leurs attitudes communes. C'est ce qu'on appelle d'ailleurs la représentation sociale commune au sein d'un groupe de personnes. Cette représentation commune se forme à travers les interactions entre les membres de cette page et reflète les croyances, les opinions et les comportements partagés au sein de cette communauté en ligne.

Dans ce cas, la représentation sociale commune est axée sur la préoccupation pour l'environnement, la responsabilité individuelle et collective, ainsi que l'attente d'actions concrètes de la part des autorités et de la société pour résoudre ces problèmes environnementaux.

Et puisque notre recherche inclut la représentation sociale de la communication environnementale, dans notre analyse effectuée nous avons voulu nous focaliser sur la manière avec laquelle la communauté de cette page perçoivent et comprennent la communication sur les questions environnementales. Une bonne communication environnementale attribue à l'interaction qui est un comportement influencé par la représentation sociale que les individus ont de la communication environnementale

Cette représentation peut être influencée par de nombreux facteurs, tels que les facteurs que nous avons extraits de l'analyse des commentaires, pouvant être divers :

Tels que les expériences personnelles, les normes sociales et les valeurs culturelles.

Les comportements et les attitudes des abonnés de la page Facebook Bejaia soit l'observateur peuvent toujours être influencés par la représentation sociale de la communication environnementale en matière de développement durable. Par exemple, si la communication environnementale est perçue comme être peu fiable ou exagérée, cela peut réduire la motivation des abonnés à prendre des mesures pour protéger l'environnement.

L'administrateur de la page, à travers sa pratique de la communication environnementale, atteint la capacité d'influencer positivement à travers ses publications qui provoquent et éveillent la conscience citoyenne. Mais leur assimilation et leur compréhension des enjeux environnementaux dépendent de la représentation sociale partagée entre eux.

## **7. Vérification des hypothèses**

### *Hypothèse 01*

Sur la base de notre recherche et sur la base des résultats obtenus à partir de l'analyse de contenu que nous avons menée sur la page Facebook Bejaia-sois l'observateur sur la représentation sociale de la communication environnementale, les informations suivantes sont recueillies :

Concernant la première hypothèse qui est : Nous pouvons, en effet, nous attendre de voir l'interactivité comme un comportement et les conditions de l'interactivité comme ne pouvant être influencés que par la représentation sociale que les individus ont de cette communication environnementale.

Les enquêtes révèlent que les publications liées à la communication environnementale recueillent des taux d'interactivité élevés et que les abonnés ont tendance à favoriser ce genre de publications traitant de l'environnement.

Cet acte prévenu d'interaction à des publications n'est pas automatique, mais résulte d'un désir d'interagir et de vouloir communiquer quelque chose d'acquis auparavant. Lorsqu'un abonné se met à commenter une publication, c'est une preuve d'un comportement volontaire. Ce comportement est garanti par des conditions liées à la capacité à n'être influencé ou affecté que par des acquis partagés entre un groupe de personnes dont l'intérêt tourne autour de sujet d'environnement, c'est ce qu'on appelle la représentation sociale.

En se référant aux données des publications, les meilleurs commentaires analysés qui font l'objet de notre recherche nous ont permis de remarquer que les commentaires sont pas commentés juste pour qu'ils soient commentés sous un poste, mais ces derniers montrent que les abonnés font circuler des choses communes, des informations sur le sujet d'environnement déjà acquises entre eux qui les intéressent d'ailleurs.

D'après notre analyse effectuée, nous constatons que la manière dont ces abonnés comprennent et perçoivent les préoccupations et questions environnementales émises par l'administrateur de la page Facebook BSO, réside dans la forme de connaissances partagées entre eux qui est construite à partir des expériences et des témoignages et valeurs et normes qu'ils font véhiculer dans les commentaires.

De côté que la représentation sociale peut être influencée par de nombreux facteurs comme nous avons mentionné dans la discussion des résultats, elle peut donc en avoir un impact sur les

comportements et les attitudes des abonnés, si jamais la communication environnementale est complexe et peut être mal comprise par la communauté.

De ce fait, l'interaction est un comportement qui est influencé par la représentation sociale que les individus ont de la communication environnementale. Les conditions de l'interaction, telles que la réception de la compréhension des messages, sont également affectées par la représentation sociale de la communication environnementale. Par exemple, si les individus ont une forte sensibilité environnementale, ils seront plus réceptifs aux messages environnementaux et plus susceptibles de s'engager dans des actions concrètes pour protéger l'environnement. En revanche, si les individus ont une représentation sociale négative de la communication environnementale, ils peuvent être moins réceptifs aux messages et moins susceptibles de changer leur comportement.

En somme, la représentation sociale de la communication environnementale est un facteur clé qui influence l'interaction et les conditions d'interaction.

A travers les résultats obtenus, nous sommes arrivées à confirmer notre première hypothèse.

### *Hypothèse 02*

Les délibérations environnementales sont susceptibles de moduler les représentations de la communauté en ligne de la page BSO dans la mesure où elles infléchissent à l'adoption d'un nouveau comportement.

*Les réseaux sociaux peuvent être une plateforme puissante pour la sensibilisation environnementale et la promotion de comportements durables* (Smith, 2019)

Notre étude inclut l'analyse des commentaires des abonnés de la page Facebook BSO, nous a permis de noter que la page Facebook BSO, travaille à réduire l'impact négatif du développement sur l'environnement et le climat, elle essaie d'influencer positivement les citoyens à travers ces publications et surtout de changer leur comportement et attitudes afin d'atteindre la civilisation environnementale.

Cette page est un acteur clé de la transition, au cœur de la médiation entre citoyens et acteurs publics et privés.

De cette façon, elle permet de comprendre que les attitudes civiques à l'égard de l'environnement ne se limitent pas à des règles exigeant la protection de l'environnement. Cela implique également de modifier le comportement des citoyens eux-mêmes.

Mais ces discussions et réunions virtuelles suscitent ainsi de vrais débats en ligne, et ce sont des outils de veille fiables pour recueillir les tendances d'opinion et influencer la prise de décision, et leur impact est stupéfiant.

Après l'analyse des publications, nous avons pu déduire un taux de l'attitude positive et l'influence des abonnés de la page, la présence de cette dernière est capable de changer le comportement des citoyens et de leur faire redécouvrir et les sensibiliser à la valeur et l'importance de la nature et de l'environnement.

Nous avons constaté également à travers les commentaires analysés, que de nombreux citoyens tentent de lancer volontairement des campagnes pour nettoyer les rues de la ville de Bejaia et pour ramasser les ordures qui se trouvent tout au long de certaines plages. Certains abonnés montrent également une forte volonté de vouloir rendre leurs comportements positifs pour avoir un environnement sain et préserver la santé publique et la beauté de la ville de Bejaia.

Nous tenons donc à dire que la page Facebook BSO touche un large public par ses publications et ses engagements, ce qui peut influencer positivement les attitudes des abonnés, les incitant à adopter de nouveaux comportements environnementaux.

A partir des résultats obtenus, nous pouvons dire que notre deuxième hypothèse est confirmée.

# *Conclusion*



En conclusion, l'objectif de ce mémoire a été d'examiner la représentation sociale de la communication environnementale sur la page Facebook Bejaia sois l'observateur. Cette étude a permis de mettre en évidence l'importance de cette plateforme en tant qu'espace d'échange et de sensibilisation dans la région de Bejaia. En s'appuyant sur la théorie des représentations sociales de Serge Moscovici, nous avons pu explorer les perceptions, les croyances et attitudes collectives qui émergent de la diffusion de messages environnementaux au sein de cette communauté spécifique.

La théorie des représentations sociales nous a permis de comprendre comment les messages environnementaux sont interprétés et intégrés dans le contexte social et culturel de la province de Bejaia. Nous n'avons observé que la représentation sociale de la communication environnementale sur cette page Facebook est influencée par les valeurs locales, les intérêts économiques, ainsi que par les interactions et les expériences partagées entre les membres de la communauté en ligne.

L'analyse des contenus partagés et des commentaires a révélé l'engagement des participants envers la protection de l'environnement, ainsi que leurs préoccupations spécifiques liées à la région de Bejaia. Les discussions et les échanges sur la page ont contribué à façonner les représentations sociales de la communication environnementale en mettant l'accent sur des problématiques locales telles que la pollution, la déforestation, la gestion des déchets, et d'autres enjeux environnementaux pertinents pour la région.

Cependant, il est important de souligner que les représentations sociales de la communication environnementale peuvent varier en fonction du contexte social et culturel spécifique de Bejaia. Les influences externes telles que les médias traditionnels, les politiques locales et les facteurs économiques peuvent également jouer un rôle dans la construction de ces représentations.

Enfin, l'étude a souligné l'importance de la communication environnementale pour la sensibilisation et la mobilisation des citoyens, ainsi que pour la promotion de la durabilité environnementale. Elle met en lumière l'importance de la page Facebook BSO en tant qu'outil de sensibilisation et de mobilisation pour la protection de l'environnement.

Des pistes pour des recherches futures ont été suggérées, notamment l'exploration des différences entre les groupes d'utilisateurs en termes de perception et d'attitude envers la communication environnementale, ainsi que l'analyse de la relation entre la communication environnementale et le comportement environnementale des utilisateurs.

En somme, cette étude a contribué à une meilleure compréhension de la représentation sociale de la communication environnementale sur les médias sociaux, et a fourni des recommandations pour améliorer la communication environnementale pour un avenir durable

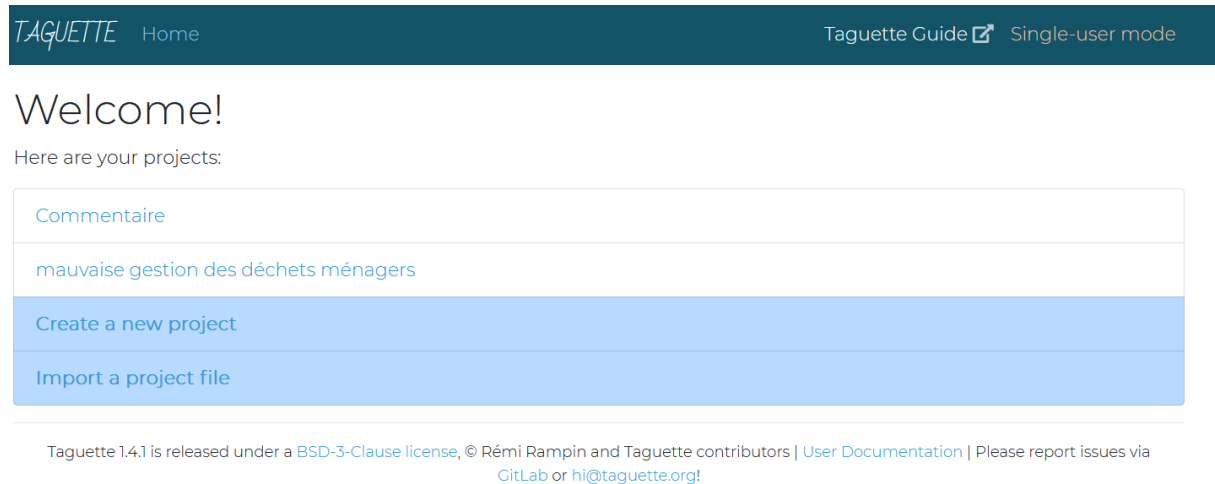
## Bibliographie

- ABRIC, J.-C. (1994). *pratiques sociales et représentation* (éd. 2e édition 1997). Paris, : PUF.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior* (Vol. 50). Organizational and Human Decision Processes.
- Christian, G. (1994). *Structures et transformation des représentations sociales*. Neuchatel: Delachaux et Niestlé.
- Cohen-Scali, P. M. (2002). *Les représentations sociales, Pratique des études de terrain*. Rennes: les PUR.
- Deconchy, J.-P. (2002). Représentations et processus idéologique, effets d'enveloppe et expérimentation. *Nouvelle revue de psychologie sociale*, pp. 90-98.
- Deutsch, M. (1949). A theory of cooperation and competition. *Huma Relation*.
- Djamane, M. F. (2009). *La communication envirennementale, un puissant outil contre la pollution. Cas de la pollution marine en Algérie*. Université d'Oran.
- Doise, W. (1992). l'ancrage dans les études sur les représentations sociales. *Bulttetin psychologique*, pp. 189-195.
- Flamant , C., & Rouquette, M.-L. (2003). *Antomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales*. Paris: Armond Colin.
- HAMMAM, C., & IDRES, N. (2018). La communication envirennementale via les réseaux sociaux numériques. Bejaia, Déparetement des Sciences Humaines et Sociales, Algérie: Université Abderrahmane Mira.
- Hocine, D. B. (s.d.). *Communication envirennementale*. Algérie: Universié de Batna: Université de Batna 2 Mostapha Benboulaid.
- Jean-Pierre, D. (2002). Représentations et processus idéologiques: effets d'enveloppe et expérimentation. *Nouvelle revue de psychologie sociale*, 1.
- Jodelet , D. (s.d.). *Las Representaciones sociales del medio ambinete*. Coleccion Monografias Psico Soco Ambientales.
- Jodelet, D. (1989). *Les représentations sociales*. Paris: Presses universitaires de France.
- Jodelet, D. (1996). Las Representaciones sociales del medio ambinete. *Coleccion Monografias Psico-Soco-Ambientales*, p. 29.
- Jodelet, D. (1997). *Les représentations sociales: Textes choisi*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Joule, R. (2007). La communication engageante.
- Journals. (2023). (2023) Récupéré sur <https://journals.openedition.org>

- Kane, O. (2016). *La communication environnementale, Enjeux, acteurs et stratégies*. Paris: L'Harmattan.
- Kollmus, A., & Agyeman, J. (2002). *Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?* (éd. 8, Vol. 3). Environmental Education Research.
- Moliner, P. (1993). une méthode pour l'étude des représentations sociales. *Revue internationale de Psychologie Sociale*.
- Moliner, P., & Guimelli, C. (2015). *Les représentations sociales*. PUG- Collection.
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public. Etude sur la représentation sociale de la psychanalyse*. Paris: PUF.
- NOURA, M. (2015). *La protection de l'environnement dans la législation en Algérie*. Tbesa: Université de Tbesa.
- Philippe, C. (2015). Thèse de doctorat.
- S. d. (juin 1997). *Action 21, Algérie*. Algérie.
- SafaKhadidja, D. (s.d.). *environnement et développement durable, polycopie de cours 3<sup>ème</sup> année de licence en génie mécanique, option énergétique*.
- Schütz, A. (1975). *Le chercheur et le quotidien*. Paris: Méridiens-Klincksieck.
- Smith, J. J. (2019). Social media and environmental sustainability. *A review of the literature*, pp. 52-65. doi:10.1016/j.gloenvcha.2019.101966
- Zbinden, A., Souchet, L., Girandola, F., & Bourg, G. (2011). Communication engageante et représentations sociales: une application en faveur de la protection de l'environnement et du recyclage. *Pratiques psychologiques*, 17(3), 285-299.
- (s.d.). Consulté le Mars 30, 2023, sur USTO: <https://dspace.univ-usto.dz>
- (s.d.). Consulté le Avril 02, 2023, sur antevenio: <https://www.antevenio.com/fr>
- (s.d.). Consulté le Avril 03, 2023, sur Définition marketing: [www.féfinition-marketing.com](http://www.féfinition-marketing.com)
- (s.d.). Consulté le Avril 03, 2023, sur Audreytips: <https://audreytips.com>
- (s.d.). Consulté le Mars 13, 2023, sur ResearchGate: <https://www.researchgate.net>
- OpenEdition Journals*. (s.d.). Consulté le 03 15, 2023, sur : <https://journals.openedition.org>

# **Annexes**

## Annexe N° 01 : Capture d'écran des logiciels utilisés



Annexe N° 02 : Aperçu de la page Bejaia sois l'observateur



Photo de profil de la page



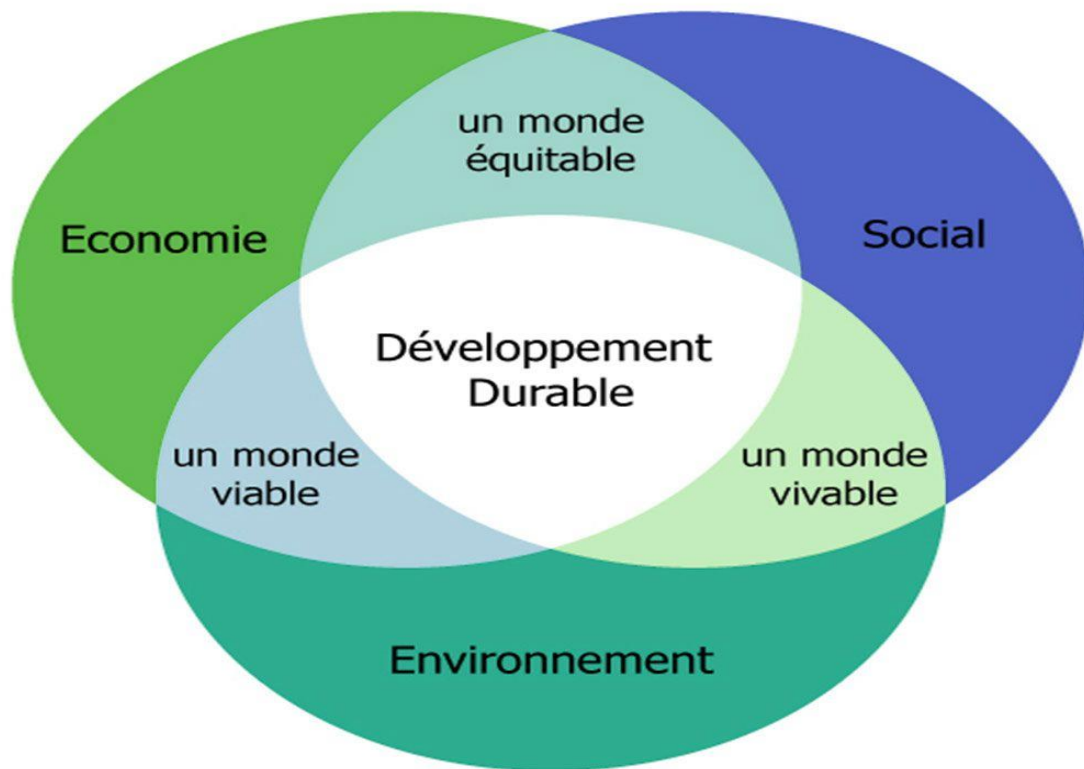
**بجاية كن المراقب Béjaia Sois l'observateur**

970 K J'aime • 1,2 M followers



Aperçu de la page

### Annexe N°03 : L'Éducation au Développement Durable (les piliers & interactions)



Les piliers du développement durable





# Table des matières

## Liste des figures

## Introduction

### Chapitre I. Cadre méthodologique de la recherche

<b>Section 1. Le cadre conceptuel</b>	<b>11</b>
<b>1. Les raisons du choix du thème</b>	<b>11</b>
<b>2. Les objectifs de la recherche</b>	<b>12</b>
<b>3. Problématique</b>	<b>12</b>
<b>4. Hypothèses</b>	<b>15</b>
<b>5. Le définition des concepts clés</b>	<b>15</b>
5.1. <i>La représentation sociale</i>	15
5.2. <i>La communication environnementale</i>	16
5.3. <i>La communication engageante</i>	16
5.4. <i>Développement durable</i>	17
5.5. <i>Les attitudes sociales</i>	17
5.6. <i>Comportement environnementale</i>	17
5.7. <i>Réseau social</i>	17
<b>Section 2. La démarche méthodologique</b>	<b>18</b>
<b>1. Les études antérieures</b>	<b>18</b>
<b>2. La pré-enquête</b>	<b>20</b>
<b>3. Méthode utilisée</b>	<b>21</b>
<b>4. La technique utilisée</b>	<b>21</b>
4.1 <i>L'analyse de contenu</i>	21
4.2 <i>Le recueil d'information</i>	22
<b>5. Echantillon et protocole d'analyse</b>	<b>22</b>
<b>6. Les difficultés rencontrées</b>	<b>26</b>

### Chapitre II : La représentation sociale dans l'espace public

<b>1. L'historique du concept représentation</b>	<b>30</b>
1.1 <i>Le début de la notion représentation</i>	30
1.2 <i>Le fondement de la théorie des représentations sociales : Serge Moscovici</i>	31
<b>2. Définition, fonction et formation des représentations sociales</b>	<b>31</b>
2.1 <i>Définition des représentations sociales</i>	31
2.1.1 <i>Quelques définitions</i>	31
2.1.2 <i>Entre l'individuel et le social</i>	33
2.1.3 <i>Les représentations dans les groupes</i>	34

2.1.4 Les conditions d'émergence d'une représentation sociale.....	35
2.2 La formation des représentations sociales.....	36
2.3 Les fonctions de représentation sociale.....	37
2.4 La représentation individuelle et collective.....	38
<b>3. Les modèles d'étude de représentations sociales.....</b>	<b>38</b>
<b>4. Les représentations sociales dans le champ de l'environnement.....</b>	<b>39</b>
4.1 Représentation sociale de l'environnement.....	40
4.1.1 Représentations sociales de l'environnement urbain.....	40
4.1.2 Représentations sociales de l'environnement naturel.....	41
<b>Chapitre III. La communication environnementale sur les réseaux sociaux dans l'espace public</b>	
<b>Section 1. La communication environnementale dans l'espace public.....</b>	<b>43</b>
<b>1. Définition de la communication environnementale.....</b>	<b>43</b>
1.1 Evaluation de la notion communication environnementale.....	44
1.2 Les formes de la communication environnementale.....	45
1.2.1 La communication politique.....	45
1.2.2 La communication scientifique.....	45
1.2.3 La communication de crise.....	45
1.2.4 La communication des risques.....	46
1.2.5 Autres formes prises par la communication environnementale.....	47
<b>2. L'intégration de l'Algérie dans la protection de l'environnement .....</b>	<b>47</b>
<b>3. Les objectifs environnementaux.....</b>	<b>48</b>
<b>4. Les démarches de la communication environnementale.....</b>	<b>50</b>
<b>5. La communication et le développement durable.....</b>	<b>51</b>
<b>Section 2. Les réseaux sociaux numériques .....</b>	<b>52</b>
<b>1. Naissance des réseaux sociaux .....</b>	<b>52</b>
<b>2. Définition des réseaux sociaux .....</b>	<b>54</b>
<b>3. Classification des réseaux sociaux .....</b>	<b>54</b>
<b>4. Les avantages des réseaux sociaux.....</b>	<b>55</b>
<b>Partie pratique</b>	
<b>CHAPITRE IV. Analyse et interprétation des données de l'enquête</b>	
<b>1. Le temps de l'étude.....</b>	<b>59</b>
<b>2. La présentation de la page Facebook Bejaia-sois l'observateur.....</b>	<b>60</b>
2.1 Les objectifs de la Page Facebook.....	62
2.2 Les activités de la page Facebook.....	63

<b>3. Le déroulement de pré-enquête .....</b>	<b>63</b>
<b>La pré-enquête .....</b>	<b>63</b>
<b>L'enquête .....</b>	<b>64</b>
<b>4. Analyse et interprétation des données .....</b>	<b>64</b>
<b>5. Analyse et présentation des postes Facebook .....</b>	<b>75</b>
<b>La première publication.....</b>	<b>75</b>
<b>La deuxième publication .....</b>	<b>76</b>
<b>La troisième publication .....</b>	<b>77</b>
<b>La quatrième publication.....</b>	<b>77</b>
<b>La cinquième publication.....</b>	<b>78</b>
<b>La sixième publication .....</b>	<b>79</b>
<b>La septième publication .....</b>	<b>79</b>
<b>La huitième publication .....</b>	<b>80</b>
<b>La neuvième publication .....</b>	<b>81</b>
<b>La dixième publication.....</b>	<b>81</b>
<b>6. Discussion des résultats .....</b>	<b>83</b>
<b>7. Vérification des hypothèses .....</b>	<b>85</b>
<i>Hypothèse 01.....</i>	<i>85</i>
<i>Hypothèse 02.....</i>	<i>91</i>
<b>Conclusion</b>	
<b>Bibliographie</b>	

## Résumé

Le mémoire se focalise sur l'étude de la représentation sociale de la communication environnementale chez les abonnées de la page *Facebook Bejaia sois l'observateur*. L'objectif de cette étude est d'analyser comment les représentations sociales influencent les attitudes et les comportements des abonnés en matière de protection de l'environnement. La méthodologie adoptée repose sur une méthode qualitative, utilisant l'analyse de contenu et le recueil documentaire. L'analyse de contenu permet d'explorer les thématiques abordées dans les publications et les commentaires sur la page Facebook. Les résultats de cette étude fournissent des insights approfondis sur les représentations sociales associées à la communication environnementale sur les réseaux sociaux. Ils permettent de mieux comprendre comment ces représentations sociales influencent les attitudes et les comportements des abonnés.

## Abstract

This thesis focuses on examining the social representation of environmental communication among the subscribers of the Facebook *page Bejaia sois l'observateur*. The objective of this study is to analyze how social representations influence subscribers attitudes and behaviors regarding environmental protection. The methodology employed in this study is qualitative, utilizing content analysis and documentary research. Content analysis is used to explore the themes addressed in the posts and comments on the Facebook page, while documentary research provides additional information on environmental communication. The findings of this study provide in-depth insights into the social representations associated with environmental communication on social media.

## ملخص

تركز هذه الرسالة على دراسة التمثيل الاجتماعي للاتصال البيئي بين مشتركين صفحة الفيسبوك بجاية كن المراقب. الهدف من هذه الدراسة هو تحليل كيفية تأثير التمثيلات الاجتماعية على مواقف وسلوكيات المشتركين في مجال حماية البيئة. تعتمد المنهجية المستخدمة في هذه الدراسة على النهج النوعي، باستخدام تحليل المحتوى والبحث الوثائقي. يتم استخدام تحليل المحتوى لاستكمال المواضيع المطروحة في المنشورات والتعليقات على صفحة الفيسبوك، في حين يوفر البحث الوثائقي معلومات إضافية حول الاتصال البيئي. توفر نتائج هذه الدراسة رائعة معمقة حول التمثيلات الاجتماعية.