

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences de l'information et de la communication

Mémoire de fin de cycle

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

Option : **Communication et Relations Publiques**

Thème :

La communication associative au service des jeunes en milieu rural

Cas pratique :

Les associations de la commune d'Amizour (willaya de Bejaïa)

Réalisé par :

AG ROUSMANE Metty

AG YACOUBA Almostapha

Encadré par :

Mme. DAIM-ALLAH Warda

Membres du jury :

Président : M. BOUICH Mahrez

Examineur : M. BENDEBILI Ismail

Rapporteure : Mme. DAIM-ALLAH Warda

Année universitaire : **2021/2022**

REMERCIEMENTS

*Nous tenons à remercier et à exprimer notre profonde gratitude et reconnaissance à notre honorable promotrice Mme. **DAIM-ALLAH Warda** pour ses qualités d'encadrements, ses compétences professionnelles, sa pédagogie, ses accompagnements, ses orientations, ses encouragements et surtout sa disponibilité à répondre à toutes nos questions avec détails et précision tout au long de l'élaboration de ce travail.*

*Nos vifs remerciements s'adressent également à M. **RABDI Samir** l'administrateur chargé des affaires du bureau des associations de la commune d'Amizour pour son engagement, son dévouement, ses orientations, sa disponibilité et son professionnalisme dans le domaine associatif.*

*À tous les responsables de l'association culturelle **Awal Taddert Tamokrant**, de l'association sociale **Afus Deg Afus** et de l'association sportive **Body building yourk fitness** pour leur accueil chaleureux lors de nos entretiens, et leur contribution dans nos déplacements effectués au niveau de leurs sièges.*

Nous remercions aussi M. Hamadine AG OUFENE et M. HATTAYE Mohamed Elmoustapha Ag pour leur disponibilité et leur contribution dans certaines aventures techniques du côté informatique.

Nous adressons nos remerciements à tous nos enseignants de la Faculté des Sciences Humaines et Sociales pour leur encadrement qui a fait de nous ce que nous sommes.

Nous exprimons également, toute notre gratitude aux membres du jury qui nous ont fait l'honneur d'accepter d'examiner et évaluer ce travail.

Enfin, nous remercions tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail, qu'ils retrouvent ici l'expression de nos sincères remerciements.

DÉDICACES

Je dédie ce travail à mes chers parents pour leur support tout au long de mon parcours, plus particulièrement à mon père pour la constance de son assistance.

À mes chers frères :

Assinamar, Insanatane et Izagh.

Et à toute personne qui a contribué de près ou de loin pour la réussite de ce travail.

Metty AG Rousmane.

DÉDICACES

Je dédie ce travail à ma très chère mère, source de vie, d'amour et d'affection.

À mes très chers frères et sœurs :

Salamata, Ibrahim, fadimata, Oumar, Mohamed, Zatana.

À

Monsieur

Rousmane Ag Assilaken pour ses encouragements et son soutien qu'il m'a prodigué tout au long de ma scolarité.

À mon encadrante : Mme. DAIM-ALLAH Warda.

Et à tous mes amis.

Almostapha Ag Yacouba

Liste des abréviations

DRAG : Direction de la Réglementation et de l'Administration Générale de la willaya de Bejaia.

RSN : Réseaux Sociaux Numériques.

DJS : Direction de la Jeunesse et des Sports.

APC : Assemblée Populaire Communale.

AFD : Agence Française de Développement.

PCPA : Programme Concerte Pluri-Acteurs.

MSF : Médecin Sans Frontière.

AICF : Association Internationale Contre la Faim.

LTDH : Ligue Tunisienne des Droits de l'Homme.

ATCE : Agence Tunisienne de Communication Extérieure.

OSC : Organisation de la Société Civile.

FED : Réserve Fédérale des Etats-Unis.

MJS : Ministère de la Jeunesse et des Sports.

IDER : Indice de Développement de l'Économie Rurale.

TIC : Technologie de l'information et de la communication

ONG : Organisation non gouvernementale

Liste des figures

Figure N°1 : Schéma montrant l'organigramme d'une association.....p31

Figure N°2 : Schéma représentant les différentes étapes de création d'une association.....p46

Figure N°3 : Tableau représentant le poids des jeunes en Algérie.....p56

Liste des tableaux

N°	Titres des tableaux	Page
01	La répartition des enquêtés selon le sexe	65
02	La répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge	66
03	La répartition des enquêtés selon la fonction occupée au sein de l'association	66
04	La répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction	67
05	La répartition des enquêtés selon la/ou les formations acquise(s)	68
06	La répartition des enquêtés selon l'expérience dans le domaine	69
07	La répartition des enquêtés selon le lieu d'habitation	69
08	Les caractéristiques des enquêtés de trois associations	70

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....I

PARTIE METHODOLOGIQUE

Chapitre I : Analyse conceptuelle 5

Section 1 : La problématique 5

Section 2 : Les hypothèses 8

Section 3 : Définitions des concepts clés 9

Section 4 : Les études antérieures 13

Section 5 : Les objectifs de la recherche 17

Chapitre 2 : Démarche méthodologique 18

Section 1 : La pré-enquête..... 18

Section 2 : La méthode utilisée 18

Section 3 : La technique utilisée 19

Section 4 : La population d'étude 20

Section 5 : Le choix de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage 20

Section 6 : L'approche théorique 21

PARTIE THEORIQUE

Chapitre 3 : La communication associative dans l'espace public..... 25

Section 1 : La communication associative, ses types et ses outils 26

Section 2 : Évolution et supports de la communication associative 37

Chapitre 4 : Le mouvement associatif en Algérie : évolution et champs d'interventions	44
--	----

Section 1 : Généralités sur les associations	45
--	----

Section 2 : Le mouvement associatif et son évolution	52
--	----

PARTIE PRATIQUE

Chapitre 5 : Les particularités de l'étude sur le terrain	61
--	----

Section 1 : Le cadre spatio-temporel de l'étude	61
---	----

Section 2 : Présentation des caractéristiques de l'échantillon	65
--	----

Chapitre 6 : Analyse et interprétation des résultats	71
---	----

Section 1 : Analyse descriptive de contenu des entretiens	71
---	----

Section 2 : Synthèse des résultats	91
------------------------------------	----

Conclusion	95
------------	----

Liste bibliographique	97
-----------------------	----

Annexes

Résumé

INTRODUCTION

INTRODUCTION

La communication est au centre de notre vie, car il n'y'aura pas de vie sans communication. Elle est présente dans notre vie quotidienne et professionnelle, et constitue le remède qui apporte une solution à tout problème. On ne peut pas vivre dans une société sans communication, on doit communiquer pour satisfaire nos besoins. La communication joue un rôle important dans les relations humaines, chaque comportement de l'être humain exerce une influence sur les autres dans le monde.

Le principe de base de la communication pour le développement est de favoriser le changement social et exige la participation des parties prenantes dans toutes les phases et processus de développement au niveau local, régional et national. Au niveau local, ce type de communication combine différents médias locaux comme la radio communautaire, les réunions villageoises et les technologies de l'information et de la communication modernes pour assurer un accès plus équitable à l'information.

Dans la même perspective, la communication peut favoriser une forme de concertation qui s'effectue entre des acteurs sociaux et les citoyens locaux lors de prise de décision sur un programme ou projet donné dans l'espace public local. Elle facilite la participation de toutes les parties concernées engagées dans le processus de prise de décision en suscitant les échanges et en assurant la médiation entre les différents points de vue.

Ainsi, la communication de concertation favorise l'atteinte d'une compréhension mutuelle qui est le premier pas vers un consensus plus large, qui à son tour va mener à un changement durable.

La communication associative s'intègre dans un cadre spécifique qui vise à inciter et essaie de convaincre les jeunes à s'engager pour donner plus de visibilité au mouvement associatif particulièrement dans les zones rurales, car ils représentent la catégorie qui dessine l'avenir et l'évolution de la localité, il s'agit en outre de transmettre les normes et valeurs culturelles aux nouvelles générations.

Les associations quelle que soit leur taille ne peuvent pas se passer de la communication, car elle constitue un élément capital dans la mise en visibilité de leur image en

Interne et en externe, et représente également un outil crucial et indispensable pour assurer leur bon fonctionnement, côtoyer, maintenir et tisser des relations avec le public externe.

INTRODUCTION

La willaya de Bejaia dispose d'un espace rural très favorable où sont actives de nombreuses associations à caractère social, sportif, humanitaire, éducatif... etc. Elles s'engagent pour défendre les intérêts des citoyens et améliorer leurs conditions de vie au sein des villages.

Cette forme de communication associative donne désormais la voix aux sans voix.

La communication associative est un élément primordial, car il est important de souligner la nécessité que les informations soient claires et qu'elles puissent bien circuler dans l'association. L'objectif de la communication des associations est d'élaborer une stratégie de communication appropriée qui va mettre en commun un langage, une culture, un ensemble des valeurs afin de développer un sentiment d'appartenance au sein de l'association.

Les activités de communication interviennent à plusieurs niveaux (national, régional et local) et s'adressent aussi à plusieurs types d'acteurs tels que : (les communautés villageoises, agents locaux d'encadrement, ONG, partenaires...); elles empruntent des outils et canaux de communication variés (outils de communication de masse, de communication de proximité, réseaux traditionnels et communautaires de communication, outils de communication institutionnelle).

Notre thème de recherche s'articule autour de la communication associative au service des jeunes en milieu rural : cas des associations de la commune d'Amizour (willaya de Bejaïa).

Nous avons élaboré un plan de travail divisé en trois parties : la partie méthodologique, la partie théorique et la partie pratique.

Le premier chapitre concerne l'analyse conceptuelle et est composé de cinq sections, la première section s'intitule la problématique, la deuxième section les hypothèses, la troisième section définition des concepts clés, la quatrième section les études antérieures et la cinquième s'intitule les objectifs de la recherche.

Le deuxième chapitre concerne la démarche méthodologique dans laquelle nous développerons les sections suivantes : la pré-enquête, la méthode utilisée, les techniques utilisées, la population d'étude et la méthode d'échantillonnage.

Le troisième chapitre porte sur la partie théorique et s'intitule la communication associative dans l'espace public, subdivisé en deux sections. La première section porte sur la communication associative, ses types et ses outils, la deuxième section porte sur l'évolution et supports de la communication associative.

INTRODUCTION

Concernant le quatrième chapitre intitulé le mouvement associatif en Algérie : évolution et champs d'interventions, reparté en deux sections, la première concerne les généralités sur les associations, la deuxième section porte sur le mouvement associatif et son évolution.

En dernier lieu vient la partie pratique, où nous allons expliquer notre étude sur le terrain repartie en deux chapitres : Le chapitre 5 est composé de deux sections, la première porte sur le cadre spatio-temporel de l'étude, la deuxième porte sur la représentation des caractéristiques de l'échantillon auprès des enquêtés et le chapitre 6 comporte également deux sections, la première section s'intitule l'analyse descriptive de contenu des résultats et la deuxième section concerne la synthèse des résultats.

PARTIE METHODOLOGIQUE

Chapitre I : Analyse conceptuelle

Section 1 : La problématique

Depuis son existence l'homme a toujours eu besoin de communiquer avec autrui, la communication est la base de toute activité peu importe sa nature elle sert de bouclier face aux interactions en internes ou en externes vis-à-vis des cibles, des parties prenantes, des partenaires publics et autres dans le but d'avoir une entente au profit de tous.

La communication est parmi les leviers les plus important que toute forme d'organisation (Association, Entreprise, ONG, etc..) elle doit privilégier ; la circulation des informations, leur contenus, leur forme, le canal de transmission, la cible visée et les objectifs fixés.

C'est un élément capital qui sert à renforcer les relations entre les individus, instaurer un climat de confiance, favoriser le contact mutuel, donner une image et / ou identité de manière plus apparente au sein de l'organisation. Que ce soit en interne ou en externe, l'organisation doit mettre en avant un système de communication adéquat afin de valoriser ses valeurs et sa culture. « La communication dans les organisations est une nécessité, une exigence pour diffuser l'information auprès des consommateurs, un moyen de modification de comportements, de sensibilisation et d'incitation ». ¹

Ainsi, la communication est un besoin vital pour toute organisation quelle qu'en soit sa taille, Son statut ou sa position etc... notamment lorsqu'il s'agit de communiquer à grande échelle dans le cadre de la communication publique ; selon Pierre Zémor « la communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'information d'utilité publique, ainsi qu'aux maintien du lien social et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ». ²

Cette communication à un grand impact dans l'espace public car elle unifie les différents acteurs dans la prise de décisions ; facilite la transparence et solidifie les liens et les valeurs partagées.

« La communication publique a pour but de transmettre et d'échanger l'information, d'expliquer les actions prises ou à prendre, d'assurer le dialogue et les échanges entre les citoyens et les organisations publiques ». ³

¹ Martial pasquier, communication des organisations publiques, 2^{ème} édition, De Boeck, paris,2017, p2.

² Pierre zémor, la communication publique, politique et management public, 1995, p153.

³ Martial pasquier, op.cit. p3.

Parlant de la communication sociale qui a son tour désigne un système d'actions qui cherchent à promouvoir la personne humaine prise individuellement ou collectivement tant que sujet et objet de communication, « la communication sociale, au sens strict se définit comme l'ensemble des actes de communication qui visent à modifier des représentations, des comportements ou à renforcer des solidarités ».¹

C'est-à-dire qu'elle vise généralement à toucher les attitudes par la persuasion.

« Si l'on se fie à la définition initiale, la communication sociale se définit comme étant l'art de communiquer d'influencer et modifier des comportements sociétaux ».²

La société est constituée de différents organismes et structures avec des activités à catégories différentes les unes les autres, c'est ainsi que la communication apparaît comme vecteur de combinaison de celles-ci et, selon diverses formes de communication dont : la communication sociale qui vise des objectifs tels que : la sensibilisation citoyenne, le renforcement des liens sociaux de proximité, l'expression libre et la participation active de tous les citoyens à la vie commune, etc... ; autrement dit « la communication sociale recouvre des aspects forts [...] mais qui ont trait d'une manière ou d'une autre aux interactions entre les différentes parties de la société (citoyens, collectivités, associations, syndicats, etc.) »³ ; les acteurs associatifs semblent très performants en la matière et plus pertinents en raison de leur proximité avec la ou les population(s) concernée(s).

Le mouvement associatif représente un facteur qui relève divers sujets en Algérie et de ce fait dans l'objectif qu'il soit vu comme étant un apport sur le plan social, environnemental, associatif, culturel, sportif, etc... ; « La poussée sans précédent de la démographie en Algérie, repérée surtout auprès de la promulgation de la loi 87, encouragée et accélérée par la loi 90 ; est une réalité observable. Ce constat a été en effet mis en exergue par un bon nombre de chercheurs bien algériens qu'étrangers qui ont traité du mouvement associatif ».⁴

Toutefois, ce mouvement permet d'exploiter de nouveaux domaines, d'explorer de nouvelles formes d'activités et de mettre en œuvre des actions de développement. S'agissant de la même logique, l'Algérie est un pays en voie de développement dont le mouvement associatif joue un

¹ Sisi kayan, « communication sociale » <https://sisikayan.e-monsite.com/pages/communication/communication-sociale.html>, le 22/02/2022.

² Pionita, agence de communication globale et digitale, <https://www.monagencedecommunication.com/c'est-quoi-la-communication-sociale/>, le 18/02/2022.

³ Peter Stockinger, *la pratique de la communication sociale*, Paris, INALCO, 2007, p-6.

⁴ Hachim Acherouf, « le mouvement associatif en milieu rural », *centre de recherche en anthropologie culturelle et sociale insaniyat n°49*, 2010 : cas de la willaya de Bejaïa, p-1.

rôle important pour faire revivre les communautés à statut démunis et autres ; donner espoir aux nouvelles générations, et favoriser les pouvoirs publics afin d'augmenter le taux de création des associations œuvrant surtout dans les zones rurales pour leurs ouvrir des portes menant vers le développement. « Ce pendant ce qui rend la communication pour le développement distincte et différente des pratiques de communication conventionnelles dans le développement est sa nature participative, elle permet d'assurer que la culture, les connaissances et les capacités des parties prenantes soient prises en compte dans la formulation et la mise en œuvre d'initiative de développement [...] au niveau local ».¹

Les autorités locales et nationales doivent donner part aux acteurs sociaux par un appui qui leur permettra de réaliser leurs projets dans l'intérêt général et particulièrement en milieu local. « L'implication du mouvement associatif sur le terrain, ses propositions pour améliorer le quotidien des citoyens à l'échelle locale et nationale et son engagement sur le terrain sont autant d'actions qui peuvent contribuer au développement de la société ».²

Bejaïa, une des régions algériennes parmi tant d'autres, est connue par son espace montagneux qui donne beaucoup plus de valeur à sa richesse et aux valeurs que contient son espace. C'est ainsi que diverses associations sont actives dans son milieu rural, et à caractère différent.

« Les associations qui agissent sur ces territoires ont un rôle fondamental à jouer ce défi qu'il s'agisse de culture, de sport, d'insertion sociale et professionnelle, elles doivent être soutenues par ce qu'elles sont pour être en situation d'agir au service des jeunes et de l'espace rural ».³ le milieu rural est un espace favorable pour les acteurs publics, en plus de rendre des services essentiels à la population locale, ils contribuent également à l'animation des villages. « Communiquer, c'est tenter de convaincre ; la communication locale s'inscrit dans cette perspective d'agir ou de tenter d'agir sur autrui, de modifier les connaissances, les opinions et les comportements des citoyens ».⁴

L'avènement des TIC facilite la transmission des informations dans les espaces publics, simplifie l'accès à l'information via les affiches publicitaires, les pages Facebook ..., également

¹ Organisation des nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, « la communication pour le développement rural », Rome, 2016, p10-11.

² Nazih berramdane, « le mouvement associatif en mesure de participer au développement socio-économique », Algérie presse service, 2020.

³ Bertrand Coly, danielle even, « place des jeunes dans les territoires ruraux », les éditions des journaux officiels, 2017, p37.

⁴ Anne leyal-granger, « la communication locale : entre service public et promotion politique », communication et langage, n°120, 2^{ème} trimestre 1999, p52.

nous avons d'autres outils de communication en milieu rural comme la radio locale, le bouche à oreille, les assises villageoises, les meeting etc...

La communication associative pour qu'elle réussisse, elle doit utiliser les différentes technologies de l'information et de communication (TIC) qui sont considérés comme : « l'ensemble des outils permettant d'accéder à l'information, sous toutes ses formes, de la manipuler et de la transmettre, en s'appuyant sur des technologies informatiques et de télécommunication ».¹ Outils très précisés par les jeunes générations.

Les jeunes constituent une catégorie sociale très importante dont l'ampleur a pris forme depuis l'indépendance en Algérie. Les préoccupations de cette jeunesse restent actuellement un enjeu important pour la société, car ils représentent l'avenir ainsi il faut les préparer et les aider ; « Depuis longtemps considéré comme vecteur de changement social à chaque étape de leur croissance physique et intellectuelle, cette jeunesse exprime divers besoins sociaux et culturels, le loisir dès lors apparait comme moyen pouvant être utilisé comme facteur d'éducation qui s'intègre sans rejet dans le vécu quotidiens des jeunes ».² Et beaucoup d'associations existent dans la wilaya de Bejaia et notamment en milieu rural au service des jeunes sur divers plans (sportifs, culturels, humanitaires) et la commune de Amizour en est l'exemple le plus pertinent.

Dans cet ordre d'idées, la question qui se pose est la suivante :

Quels sont les moyens de communication et les dispositifs mis en place par les associations de la commune d'amizour dans le cadre sportif, culturel et humanitaire au profit des jeunes ?

Section 2 : Les hypothèses

Afin de répondre à la question spécifique de la problématique, nous avançons les hypothèses suivantes :

- L'importance accordée par les associations de la commune d'Amizour à l'usage de Facebook est motivé par le fait que les jeunes sont les principaux utilisateurs de ce RSN.
- Les associations utilisent les médias de proximité pour une meilleure visibilité auprès des acteurs sociaux locaux.

¹ Henri Bruno et Imbert Maurice, « DRH, tirez parti des technologies », Edition d'organisation, paris, 2002, p2.

² Bouchal, Zahra, « les modalités organisationnelles et leurs impacts sur l'insertion des jeunes », mémoire de fin de cycle, sciences sociales, université de Béjaia,2017, pp.1-7

- La communication associative intègre la communication interpersonnelle dans des espaces publics pour permettre la socialisation des jeunes à la culture et aux normes de la région.
- La communication mise en place par les associations dans la commune d'Amizour vise à créer une dynamique intégrant les jeunes comme acteurs des projets dont ils sont bénéficiaires.

Section 3 : Définitions des concepts clés :**a. Communication associative :**

Comme toute organisation professionnelle, la communication en milieu rural associatif s'exerce aussi bien en interne qu'en externe.

« En interne : la communication s'exerce entre les différents organes de l'entité, à savoir le conseil d'administration, le bureau exécutif, l'assemblée générale et les membres. Cette communication porte donc sur le fonctionnement de la structure en général et des organes qui la constitue.

En externe : la communication est dirigée vers le ou les/ publics cibles, les médias, les partenaires financiers et les techniques de l'association ; l'équipe chargée de la communication (lorsque celle-ci existe) assure la gestion des moyens de la communication et la stratégie ».¹

La communication des associations c'est la communication qui met en œuvre une association pour se doter d'une identité distincte, la faire connaître et la valoriser au près des cibles ou des segments de cibles distinctes.

Pratiquement parlant, la communication associative dans notre étude peut être définie comme l'ensemble des interactions entre une association et son entourage, et dont l'objectif est d'occuper les jeunes dans les domaines d'activités comme le sport, la culture, l'humanitaire, etc.

¹ Josard, Martin, Mbambi-Moyale, <http://cpon.infocon-nancy.fr/a-ladecouverte-de-la-communication-associative>, consulté le 14/02/2022

b. Association :

« Une association est considérée comme un groupe de personnes volontaires réunies autour d'un projet commun ou partageant des activités, mais sans chercher à réaliser des bénéfices ». ¹

Elle est généralement caractérisée par sa vision, ses valeurs et ses missions ; en effet ces éléments distinctifs servent à expliciter sa raison d'être et son rôle dans la société.

Dans notre recherche, l'association vise un intérêt général des citoyens au niveau local, c'est ainsi qu'elle est à but non lucratif, et ne cherche pas à tirer profit de ceux-ci, plutôt elle cherche à défendre leurs intérêts. Ainsi, on entend par association : « action de former un groupement de personnes réunies dans un but déterminé pour la défense d'un intérêt commun ». ²

c. Réseaux sociaux numériques :

Danah Boyd et Nicole Ellison définissent le réseau social numérique avec une logique technique comme « un service web permettant aux individus de construire un profil public ou non créé par une combinaison de contenu et d'autre part, d'articuler ce profil avec d'autres ». ³

La diffusion et la circulation des informations deviennent prépondérantes sur les réseaux sociaux numériques qui représentent ainsi des sources d'information importantes pour les jeunes.

Au sens plus large, « un réseau social désigne un ensemble d'acteurs et les relations qu'ils entretiennent entre eux ». ⁴

Dans notre recherche, les réseaux sociaux numériques permettent la flexibilité des informations, facilitent l'interaction entre les individus, en particulier les jeunes dans leur vie quotidienne.

d. Communication interpersonnelle :

Dans la communication interactive [...] ; et interpersonnelle, il y a échange de messages linguistiques et non linguistiques (images, gestes, sons), entre un individu émetteur E et un ou

¹ Josard, Martin, Mbambi-Moyale, « à la découverte de la communication associative », document PDF, téléchargeable sur <https://cpon.infocom-nancy.fr/a-ladecouverte-de-la-communication-associative/> , consulté le 25/02/2022.

² Le centre national des ressources textuelles et lexicales, <http://www.cnrtl.fr/definition/association#> , le 25/02/2022

³ Adeline Entraygues, [les réseaux sociaux numériques \(RSN\) pour s'informer](#) : une approche citoyenne, laboratoire de recherche, Bordeaux Montaigne Humanités, partie1, 2017.

⁴ Aurélie Girard, Réseaux Sociaux Numériques : revue de littérature et perspectives de recherche, paris, p2.

plusieurs autres individus récepteurs R « nous gardons cette terminologie traditionnelle pour plus de commodité ».¹

Ce type de communication est très courant dans les localités à faible densité, généralement dans les villages où l'échange de communication peut se faire dans une atmosphère conviviale et dont les traditions sont beaucoup plus conservées.

La communication interpersonnelle désigne dans notre étude une forme de pratiques communicationnelles entre un émetteur et un récepteur à travers le face à face.

e. La socialisation :

Le terme de socialisation est, depuis longtemps, couramment employé tant en anthropologie culturelle qu'en psychanalyse ou en psychologie génétique.

Gilles FERREOL, Phillipe CAUCHE, « s'intéressent au processus par lequel les individus apprenant les modes d'agir et de penser de leur environnement, les intériorisant en les intégrant à leur personnalité, deviennent membres de groupes ou de collectivités au sein desquels ils acquièrent un statut spécifique ».²

Selon Durkheim, « Dès l'instant où la vie en société s'impose à nous, nous devons nous plier à certaines règles ».³

La socialisation désigne pour notre étude les processus par lesquels les individus s'approprient les normes, valeurs et rôles qui régissent le fonctionnement de la vie en société.

f. Les médias de proximité :

Les médias de proximité sont l'ensemble des médias permettant de toucher une cible locale, ils constituent un vecteur de communication très intéressant pour les petits annonceurs locaux.

Cependant, « les médias traditionnels peuvent, sous certaines formes d'utilisation (édition presse locale, affichage permanent ou longue conversation, etc.), être également considérés comme des médias de proximité ».⁴

¹ Michèle Gabay, communication et organisation, Revue scientifique francophone en communication organisationnelle, presse universitaire de bordeaux, p1, 2000.

² Gilles FERREOL, Phillipe CAUCHE, Jean-Marie DUPREZ, Nicole GADREY, Michel SIMON, Dictionnaire de sociologie, 4^{ème} Edition revue et augmentée, Edition Mehdi, Algérie 2013, p271

³ Ibid. p272

⁴ B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/media-de-proximite/>, consulté le 16/03/2022

Les médias de proximité dans notre étude sont considérés comme des moyens de communication qui interviennent pour parler sur un événement donné au sein du village et couvrent souvent les activités des associations locales.

g. Espace public :

L'espace public désigne l'ensemble des espaces (généralement urbains) destinés à l'usage de tous sans restriction ; c'est-à-dire qu'il peut s'agir de tout espace de circulation de rassemblement parc, place publique etc.

« Les espaces publics sont des lieux de vie, de rencontre, d'échange et de soutien à la qualité du vivre ensemble, ils jouent un rôle central dans la vie urbaine ».¹

En d'autres termes, l'espace public désigne une réalité complexe, polysémique et chargée d'histoire.

L'espace public désigne dans notre étude des espaces accessibles à tout le monde, dans lequel des échanges et rencontres se font pour débattre une idée, ou projets qui concernent généralement l'ensemble du village.

h. Acteurs sociaux :

En sociologie, un acteur social est un individu, un groupe, une association ou une organisation qui intervient dans un espace social quelconque (économique, culturelle, politique etc.).

Autrement dit, un acteur social est considéré comme un apport pour le développement que ce soit au niveau régional, national ou international et ce, dans plusieurs domaines d'activités, tout en agissant dans l'intérêt général.

« Dans les usages courants et les sens communs, la référence à l'acteur social suggère surtout un peu vaguement la liberté d'initiative, mais les ressources du comportement rationnel et pour tout dire, s'associe à la figure de l'individu moderne, dans les sciences sociales la construction de la notion s'avère très divers et les usages multiformes, même en première analyse ».²

Les acteurs sociaux dans notre étude sont considérés comme les associations à caractère divers émanant des activités dans le domaine culturel, sportif et humanitaire.

¹ REMY, J. ; VOYE, L., Document PDF, Guide de l'espace public bruxellois, téléchargeable sur : <https://www.publicspace.brussels/le-cadre/definition-de-lespace-public/>, Paris, PUF, 1981, p1 consulté le 16/03/2022

² Jean Pierre Gaudin, « l'acteur : une notion en question dans les sciences sociales », Revue européenne des sciences sociales, XXXIX-121, 2001, p1.

Section 4 : Les études antérieures

Pour bien mener notre recherche dans le but de connaître et analyser la manière dont les associations concernées par notre étude, communiquent pour servir et atteindre les jeunes dans le cadre de la communication associative.

1^{ère} étude :

Cette étude concerne un article réalisé par Hicham ACHEROUF, intitulé « le mouvement associatif en milieu rural : cas de la willaya de Bejaïa », publié dans la revue de centre de recherche en anthropologie culturelle et sociale, *Insaniyat* n°49.

Il tente de répondre aux questions suivantes : « quel est le poids des associations rurales dans la willaya de Bejaïa ? ; quelle est la genèse de ces associations rurales ? ; Et quel est le champ d'activité investi par ces mêmes associations rurales »¹. Dans le cadre de ce travail, il a opté pour la complémentarité entre deux méthodes : la méthode quantitative et la méthode qualitative.

L'hypothèse émise par l'auteur est la suivante : le développement de l'associationnisme en milieu rural « boujiote » est aussi important que celui opéré en milieu urbain. En effet, les espaces ruraux de la willaya de Bejaïa bénéficient d'un environnement socioculturel favorable, riche en traditions organisationnelles (Tadjmaat) et de forme de solidarité (Touiza) favorable à la création de structures associatives.

Les données quantitatives comprenant l'ensemble des associations qui ont été créées dans la willaya de Bejaïa de 1970 au 31 Décembre 2008 (données déclaratives) provenant de la base de données mise à sa disposition par la DRAG.

Les données qualitatives, portent sur une partie des témoignages d'acteurs associatifs ruraux recueillis lors de son enquête de terrain.

Pour recueillir les informations il a utilisé les techniques d'enquêtes et les entretiens.

Les résultats de cette étude ont démontré que dans la willaya de Bejaïa le champ d'intervention des associations est vaste et sont présentes dans tous les domaines.

Elles développent aussi entre autres, de nombreuses activités qui participent à la dynamique de développement local / rural.

Un des principaux buts de ces associations est de constituer un véritable relais pour la population villageoise. Les associations ont une double fonction, elles expriment les besoins de la population locale et/ou de leurs adhérents auprès des collectivités locales, puis

¹ Hachim acherouf, « le mouvement associatif en milieu rural », centre de recherche en anthropologie culturelle et sociale insaniyat n°49, 2010 : cas de la willaya de Bejaïa, p-1.

transmettent et diffusent des informations au sein de la population locale. Elles sont considérées comme des relais à l'action publique dans la perspective de répondre aux besoins de la population locale.

Un autre résultat porte sur une forme (Traditionnelle) que les villageois ont depuis très longtemps déjà pris en charge qui est (tajmaat) qui se soucie beaucoup sur les préoccupations fondamentales des populations. Ainsi cette capacité à prendre en charge leurs problèmes quotidiens à faciliter l'émergence actuel d'un nouveau type d'organisations (Associations Sociales) dans les villages kabyles et qui à changer la structure du paysage de ces villages.

Les apports de cette étude pour notre thème de recherche :

- a.** Cette étude nous à faciliter le choix de la méthode, de la technique de collecte des données et de l'approche théorique qui sont en adéquation avec notre recherche, car celles-ci constituent un relais scientifique dans la réalisation du cadre pratique de notre travail.
- b.** elle nous à renseigner sur les potentialités de ces associations dans le milieu rural et leur engagement pour la défense des biens et besoins des citoyens au sein des zones rurales.
- c.** nous avons également l'apport qui est celui de la localisation « la willaya de Bejaïa », et l'intérêt accordé par ces associations pour le bien-être des citoyens dans le but de créer une atmosphère de solidarité et de cohésion sociale dans les espaces ruraux.

Et le dernier apport de cette étude à la nôtre porte sur la méthode et la technique de collecte des données employées par le chercheur qui sont similaires à celle de notre étude, à savoir : la méthode qualitative et les entretiens semi-directifs.

2^{ème} étude :

Cette deuxième étude s'intitule : « les associations de développement local étudier à travers leurs configurations sociales ; le cas d'un village de Haute-Égypte ». Réalisé par Milad Yacoub pour l'obtention du grade de docteur en sociologie, février 2018.

La question centrale de cette thèse est formulée comme suit : « comment une association de développement de la société locale dans un village Égyptien fonctionne-t-elle compte tenu des contextes des configurations sociales internes et externes dans lesquelles elle se trouve ? »¹.

¹ Milad YACOUB, « les associations de développement local étudier à travers leurs configurations sociales : le cas d'un village de Haute-Égypte », thèse de doctorat, Université Paris x- Nanterre, École Doctorale, Organisations, Société, 2008, pp9-12.

La problématique consiste à analyser les jeux de pouvoir à l'intérieur de l'association et entre l'association et son contexte institutionnel et organisationnel et cela pour saisir comment les configurations sociales agissent sur le fonctionnement de l'association et expliquent sa dynamique.

Le chercheur a posé comme hypothèses :

Hypothèse 1 : Les configurations sociales à l'intérieur de l'association se réfèrent aux interrelations entre les différents acteurs de l'association : adhérents, dirigeants, employés et bénéficiaires. Ces configurations sont les jeux de pouvoir entre ces acteurs, ou groupe d'acteurs, résultant de leurs intérêts économique et sociaux. Ces configurations interne de l'association sont aussi un reflet des configurations sociales de la société locale dont cette association fait partie.

Hypothèse 2 : Les configurations sociales entre l'association et son contexte institutionnel et organisationnel mettent l'accent sur les jeux de pouvoir qui existent à travers les relations entre l'association, en tant qu'organisation, d'un côté, et de l'autre côté les divers institutions et organisations de son environnement. Ces dernières peuvent se trouver à l'intérieur comme à l'extérieur d'action concerné par l'association et incluent les autorités locales, les différents organismes étatiques, les bailleurs de fonds, d'autres organismes de la société civile ainsi que des entreprises.

La méthode adoptée dans cette recherche est la méthode qualitative.

Il a suivi des techniques méthodologiques telles que (l'observation et les entretiens) qui consiste en l'analyse des donnée qualitatives.

La recueille des données concernant ces aspects suscitent le chercheur à effectuer une série d'entretiens auprès des leaders locaux du village dont on cite, le président de l'unité villageoise locale, le président du conseil populaire élu, le maire, les représentants du comité du parti national démocratique (parti au pouvoir en Égypte).

En fin de cette recherche, les résultats obtenus ont montré comment les associations jouent ce rôle en assurant des services collectifs demandé par les populations et dont l'État ne se charge pas et auxquelles l'entreprise ne s'intéresse point.

Les apports de cette recherche à notre thématique sont : la méthode (qualitative) adoptée et celle de la technique utilisée pour la collecte des données (entretiens), qui sont similaires à la nôtre, ensuite l'étude de cas qui est celui d'un village en Haute-Égypte situé dans un milieu rural qui est similaire aussi à notre terrain d'étude.

Cette étude est importante, car elle nous a donné un aperçu et une idée générale sur le rôle des associations dans les projets de la localité dans laquelle elles se trouvent.

Elle nous renseigne également sur certains aspects, sur les fonctionnalités et le rôle qu'elles jouent dans le tissu rural pour un avenir meilleur dont l'objectif est d'améliorer les conditions de vie des communautés villageoises.

3^{ème} étude :

Cette étude concerne l'article réalisé par Daim-Allah Warda et Hamoud Leila, intitulé « Usage des TIC pour la promotion du patrimoine local par le mouvement associatif : le cas des associations du patrimoine de Bejaia », publié dans l'ouvrage collectif qui porte sur la communication publique et territoriale au Maghreb.

Elles tentent de répondre à la question suivante qui est : « quels sont les ressorts et les dispositifs mises en place par les associations de la ville de Bejaia pour accéder à la visibilité dans le contexte concurrentiel des acteurs locaux, et pour faire connaître le patrimoine de la ville et le promouvoir à grand échelle dans une optique conative qui vise à agir sur les représentations et sur les comportements des citoyens et des décideurs »¹? En d'autres termes, il s'agit de connaître les usages des RSN chez les acteurs associatifs.

Pour réaliser et répondre à cette préoccupation, elles ont suivi une démarche méthodologique qui consiste en analyse quantitative basées sur une approche communicationnelle, qui met la lumière sur les actions des trois associations activant dans le domaine de sauvegarde et la promotion du patrimoine matériel et immatérielle de la willaya de Bejaia à l'instar de l'association BEGA et de l'association GEHIMAB à travers les TIC .Pour recueillir des informations concernant ces actions, elles ont employé une technique principale qui consiste en l'entretien avec les dirigeant des associations reparti en trois volets principaux :

- A. Représentation du patrimoine et action sur le terrain
- B. Usages des TIC dans les sauvegardes du patrimoine de la willaya de Bejaia.
- C. Effets et retombés de cet usage sur les actions des parties prenantes du patrimoine (associations, collectivités locales, citoyens, décideurs...). La technique secondaire consiste l'analyse, afin de mieux conceptualiser les concepts et les données.

¹ Warda Daim-Allah et Leila Hammoud, « Usage des TIC pour la promotion du patrimoine local par le mouvement associatif : le cas des associations du patrimoine de Bejaia », Communication publique et territoriale au Maghreb, enjeux d'une valorisation et défi pour les acteurs, Éditions L'Harmattan, Paris 2015, p98

Les résultats de cette étude ont montré l'intérêt grandissant de ces associations pour les RSN afin de permettre une meilleure visibilité, immédiateté et de maximiser les effets de leurs actions avec des dynamiques différentes.

Les apports de cette étude à notre recherche sont :

La méthode et la technique utilisée pour la collecte et l'analyse des données sont similaires à la nôtre, « l'analyse qualitative » et « les entretiens semi-directifs ».

Le deuxième apport concerne la localisation, « la willaya de Bejaia » ainsi que l'intérêt porté à l'usage des RSN par les trois associations.

Section 5 : Les objectifs de la recherche

Toute recherche dite scientifique vise à atteindre un certain nombre d'objectifs.

- Voir comment les moyens de communication et les espaces publics sont employés dans le cadre de la communication de concertation par les associations.
- Connaître les éléments sur lesquels repose la communication associative comme étant facteur de socialisation et d'intégration des jeunes.
- Connaître les moyens de communication mobilisés par les associations de la commune d'Amizour auprès des jeunes et de la population en général.
- Connaître également le contenu des messages émis par les associations dans la réalisation de leurs activités.
- Et voir comment les associations s'engagent dans la transmission des normes et valeurs culturelles des jeunes au sein des villages.

Chapitre 2 : Démarche méthodologique

Section 1 : La pré-enquête

La pré-enquête est une phase primordiale dans toute étude ou recherche scientifique.

Elle nous facilitera de bien comprendre notre terrain d'étude et de cerner les questions pertinentes qui sont en relation avec notre recherche. Celle-ci nous oriente également vers des pistes inattendues qui nous permettent de préciser nos hypothèses, la méthode, l'approche théorique et la technique de collecte de données qui sont en adéquation avec notre thème de recherche.

Notre pré-enquête s'est déroulée durant la période du 05 Février 2022 au 17 février 2022 au sein de l'APC de la commune d'Amizour et le Bureau des associations locales où on a procédé à la sélection des trois associations à caractère différent activant dans le milieu rural de la région.

C'est à partir de là qu'on a procédé à quelques entretiens auprès des principaux représentants (président, vice-président, et le trésorier) des associations.

D'ailleurs, Maurice Angers souligne que « la pré-enquête dans la recherche scientifique se traduit par la phase où nous faisons l'exploration des données, elle sert à voir la pertinence des questions »¹.

Ces entretiens nous ont donnés une vision plus large sur le terrain d'étude, prendre attache directe avec les principaux représentant des associations, avoir une idée sur les techniques de données à utiliser et l'approche théorique à suivre dans notre recherche, obtenir la documentation qui traite notre thématique dans le cadre de la communication associative. Enfin, nous avons élaborer un guide d'entretien final ou nous avons effectué des entretiens exploratoires sur le terrain d'étude.

Section 2 : La méthode utilisée

L'usage de la méthode qualitative est dans le but d'approfondir sur la nature des stratégies des actions menées par les acteurs sociaux. Elle est utilisée pour contribuer à une meilleure compréhension du fonctionnement des acteurs et des interactions entre eux.

¹ Maurice Angers, Initiation Pratique à La Méthodologie Des Sciences Humaines et Sociales, Éditions Université Casbah, Alger 1997, p336.

« Les méthodes qualitatives consistent à produire des connaissances à partir d'une rencontre établie entre le chercheur et l'objet étudié : observation directe, participante, entretien ». ¹

Dans le cadre de la communication associative qui fait l'objet de notre recherche, cette méthode est d'une grande importance car elle nous a permis de bien approfondir nos connaissances et toucher surtout la profondeur de nos enquêtés lors des entretiens avec les différents représentants des associations.

« Les méthodes qualitatives visent d'abord à comprendre le phénomène à l'étude. Il s'agit d'établir le sens de propos recueillis ou de comportements observés se basant davantage sur l'étude de cas ou de petits nombres d'individus ». ²

Section 3 : La technique utilisée

L'entretien :

Le choix de la technique de l'entretien est déterminé en fonction du but et des objectifs poursuivis et du type de recherche dans lequel elle s'inscrit.

Concernant notre thème de recherche, nous avons opté pour la technique la plus adéquate pour la collecte des informations, à savoir : la méthode qualitative.

Afin de collecter des informations de type qualitatives auprès d'une population restreinte, la technique d'entretien dans notre recherche s'impose, comme étant le moyen commode qui nous permet de recueillir des faits approfondis auprès des représentants qui ont donné un certain nombre d'informations concernant leurs associations, et également l'emploi de la communication associative pour intégrer les jeunes dans les projets et les activités dont ils tirent profit.

Madeleine GRAWITZ définit l'entretien comme « un procédé d'investigation, utilisant un processus de communication verbale, pour recueillir des informations en relation avec le but fixé ». ³

L'entretien est une technique très favorable dans une recherche scientifique lors de la collecte d'information dans la méthode qualitative.

¹ Philippe. Riutort, « Les méthodes sociologiques, Faire de la sociologie », précis de sociologie, sous la Direction de Riutort Philippe, Presse Universitaire de France, 2014, pp.97-147

² Maurice Angers, Initiation Pratique à La Méthodologie des sciences Humaines, Éditions Casbah Université, Alger 1997, p.60

³ Ibid. p 314

C'est ainsi que nous avons opté pour l'entretien semi-directif qui consiste à choisir en « Liberté minimale, relative ou maximale laissé aux participants à une recherche ».¹

Nous avons élaboré un guide d'entretien composé de 20 questions sur trois axes :

1. Les moyens de communication mobilisé par les associations de la commune d'Amizour.
2. Les supports et les médias de proximité utilisé par les associations dans le cadre de la communication de concertation.
3. La communication associative comme facteur de socialisation et d'intégration des jeunes.
Répartie en plus de données personnelles (sexe, âge, fonction, niveau d'instruction, formation, expérience dans le domaine, lieu d'habitation).

Section 4 : La population d'étude

Dans chaque recherche, la population d'étude est nécessaire pour comprendre le choix de la sélection de l'échantillon.

« Une population est un ensemble fini ou infini d'éléments définis à l'avance sur lesquelles portent des observations ».²

Notre étude est basée sur trois associations travaillant dans le cadre social, culturel et sportif dans la commune d'amizour en milieu rural.

Une population donnée se reconnaît donc par un critère qui fait en sorte que les éléments qui en font partis ont une caractéristique commune ou sont de même nature.

Au cours de notre recherche de terrain nous avons réalisé neuf entretiens individuels avec les principaux représentants (président, vice-président, et le trésorier) des associations qui constituent notre recherche.

1. Association sociale « Afus deg Afus »
2. Association culturelle « Awal »
3. Association sportive « body building fitness Yourk physique »

Section 5 : Le choix de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage

Un échantillon est une partie de la population auprès de laquelle les informations seront recueillies.

¹ Angers Maurice, Initiation pratique à La Méthodologie des Sciences Humaines, Éditions CEC, Québec, 2014, p47

² Madeleine Grawitz, lexique des sciences sociales, 4^{ème} édition, Paris, Dalloz, 1988, p.293

Dans notre étude, nous avons opté pour l'échantillon non-probabiliste (typique). Cette technique repose sur un choix au hasard des éléments qui vont former notre population d'étude.

« Dans ce type d'échantillonnage, la probabilité qu'un élément d'une population donnée soit choisi n'est pas connue et il est impossible de savoir si chacun a au départ une chance égale ou non d'être sélectionné pour faire partie de l'échantillon. »¹

Nous avons choisi l'échantillonnage typique parce qu'il est le plus adéquat à notre thème de recherche intitulé la communication associative au service des jeunes dans le milieu rural.

Dans l'échantillonnage typique, les éléments choisis pour faire partie de l'échantillon apparaissent comme des modèles de la population à l'étude.

L'échantillonnage typique désigne « le prélèvement d'un échantillon de la population de recherche par sélection d'éléments exemplaires de celle-ci ».²

Les critères que nous avons établis pour le choix de ces associations dans le cadre de l'échantillonnage typique sont :

1. La création de l'association durant ces 5 dernières années.
2. L'usage d'au moins un réseau social numérique.
3. La localisation géographique dans laquelle se trouvent ces associations qui est la wilaya de Bejaia précisément dans la commune d'amizour en milieu rural.
4. Le travail de l'association dans l'un des volets qui concernent la jeunesse à savoir :
Le volet humanitaire, sportif et culturel.

Section 6 : L'approche théorique

Toute étude scientifique nécessite une approche théorique pour déterminer les démarches et théories à suivre, c'est dans ce cadre qu'on a choisi l'approche de la **communication de concertation** qui se définit comme une phase de communication préalable à l'action en commun, c'est à cette étape que les opinions et les perceptions des participants, s'éduquent et se modifient. La discussion et la délibération sont au cœur de la concertation.

¹ Maurice Angers, op.cit., P 101

² Maurice Angers, Initiation Pratique à la Méthodologie des science Humaines, Éditions université casbah, Alger 1997, P 237.

« Une concertation est une attitude globale de demande d’avis sur un projet, par la consultation des personnes intéressées par une décision avant qu’elle ne soit prise »¹ ; c’est-à-dire que lorsqu’il y a lieu de prendre une décision concernant un projet, les membres se concertent autour du sujet à étudier. La concertation est une démarche constituée de différents éléments (phase d’information, phase de consultation...) ; elle constitue un processus global en privilégiant les interactions entre les différentes parties.

Selon l’AFD « la concertation est un processus durable dans lequel différents types d’acteurs agissent ensemble autour de thématique de développement collectivement définie pour engager un changement dans un domaine d’intérêt général ».²

Les actions de concertation sont généralement dans un territoire déterminé (quartier, commune, arrondissement, district, département) et impliquent, dans un même processus des acteurs de la société civile, des représentants de la puissance publique, des mandataires des collectivités locale (élus ou fonctionnaires locaux), entrepreneurs du secteur privé, des membres des comités d’usagers, etc.

« Il est désormais loin le temps où les hommes et les femmes apportaient leur quitus aux décisions unilatérale des autorités compétentes. Éduqués à l’exercice de la démocratie, les individus devenus citoyens et leurs instances représentatives, revendiquent d’être consultés avant d’approuver, de comprendre avant d’acquiescer »³.

Ainsi, la communication de concertation consiste à faire partager aux citoyens le caractère singulier des projets que l’on entend mettre en œuvre à leur service. Entant considérée comme outil de mobilisation collective ; « la concertation peut permettre de susciter l’intérêt de tous les acteurs pour la démarche, elle limite dans ce cas les risques de rejet d’une action ou le développement d’un rapport de conflictualité entre les acteurs sociaux »⁴. Leur association permettra de leur faire comprendre le changement de pratiques et d’habitudes et elle permet d’éviter les erreurs, les remises en cause et les modifications tardives.

¹ Record « communication, concertation et participation du public autour des installations de traitement des déchets issus de l’industrie », retours d’expériences, n°06-0717/1A, 2008, p12

² PCPA, « les pratiques de concertation des organisations de la société civile au Congo », AFD, p10, Téléchargeable sur www.cfsi.asso.fr.

³ Agora communication, « conception et mise en œuvre d’évènements créatif et innovants », agence événementielle-24 avenue du Prado - & 13006 Marseille, 2022, téléchargeable sur : www.agora-communication.fr.

⁴ SADOUNI Tewfik, « La communication publique des acteurs de l’environnement en Kabylie : Vers la professionnalisation de la communication de concertation en l’environnement », thèse de doctorat, Université de Bejaïa, Sciences Sociales, 2021, p165.

En d'autres termes, « la concertation part d'une idée ou d'un besoin d'une association ou d'une collectivité, qui souhaite trouver une solution, une réponse avec toutes les parties concernées ». ¹

Cette approche nous permet d'envisager la communication associative sous l'angle de la délibération, des échanges, qu'amorce ces associations ; la mise en lien de ces différents acteurs et notamment les jeunes avec d'autres acteurs pour mettre en place et réaliser des projets pour les jeunes ou par les jeunes.

¹ Ibid., p385.

PARTIE THEORIQUE

Chapitre 3 : La communication associative dans l'espace public

La communication associative découle d'une démarche commune qui nécessite la concertation des acteurs sociaux dans l'espace public, tenir compte de leurs opinions et prendre une décision finale pour atteindre leurs objectifs fixés.

L'espace public permet aux acteurs sociaux de discuter, échanger, dialoguer autour d'un sujet donné, c'est ce qui donne beaucoup plus d'importance à la communication car elle apporte des résultats ou des solutions à un projet ou à un problème discuter.

Nina Bikner, souligne que « l'espace public représente depuis l'époque des lumières le cadre social dans lequel s'effectue sans les entraves de la censure une communication libre, qui prend pour sujet tout ce qui concerne la culture et la collectivité et le met ouvertement en débat ».¹

Pour les spécialistes de la communication, communiquer est avant tout communiquer une information, c'est-à-dire transmettre un message, un contenu, une information.

Dans l'espace public, la communication associative repose sur l'interactivité, le dialogue, et la convivialité.

La communication associative, c'est donc de créer des liens :

- Entre les membres ;
- Avec les sympathisants qui soutiennent le projet associatif ;
- Avec les personnes qui ne vous connaissent pas mais qui pourraient vous apporter un soutien sous forme de temps (bénévole) ou d'argent (donateur) ;
- Avec d'autres partenaires financiers (sponsoring, mécénat).

L'association possède une identité organisationnelle propre qui doit donc se traduire par une communication spécifique, ainsi « une association permet une action collective articulée autour de l'agencement de projets, de la participation et de l'agencement de ces membres, qui naissent en réaction à des problèmes d'époque ».²

¹ Nina Bikner, York-Gothart.Mix, « Qu'est-ce que l'espace public », Société Française d'étude du Dix-Huitième siècle, 2014/1 n°46, p2

² Florence Carion, « La communication associative », communication, vol.28/01, 2010, p4

Section 1 : La communication associative, ses types et ses outils**1.1. Les types de communication**

La communication est le fait d'établir une relation avec autrui ou de transmettre un message à quelqu'un (récepteur). Communiquer signifie parler et essayer de se faire comprendre impliquant ainsi réciprocité et dialogue.

Dans le cadre de la communication associative, quelques formes ou/ types de communications s'imposent : la communication publique, la communication locale, la communication politique, la communication institutionnelle, la communication d'entreprise.

1.1.1. La communication publique :

La communication publique reste, quelques 30ans après ses débuts, largement méconnue à la fois des médias, si souvent des vecteurs de vulgarisation, et du grand public. Elle influence pourtant de façon direct ou indirect la vie de chacun ; ce sont en effet, des actions de communication publique qui indiquent les comportements à suivre.

D'ailleurs Pierre Zémor souligne que « la communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique ainsi qu'au maintien du lien social et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ». ¹

Ce sont les actions de communication publique qui invitent à participer aux réunions de quartier et à une enquête publique et donnent vie à la concertation. La communication publique informe sur les rôles des services administratifs, culturelles ou économiques, sur les horaires et leurs fonctionnements, sur les démarches à accomplir, la tenue des réunions publiques. En d'autres termes, « la communication publique vise aussi à rendre compte des politiques publiques, rendre lisible l'institution et la décision, montrer le sens, l'ambition, les conséquences et les contraintes des choix publics ». ²

La communication publique se détermine dans un premier temps par rapport à son objet d'application : le domaine public, la sphère publique, et l'espace public ; il s'agit de définir un type ou un genre de communication adaptée à cette spécificité.

Elle s'appuie aujourd'hui sur une professionnalisation de ses acteurs, pratiquant des métiers reconnus et renforcés par des formations spécifiques de haut niveau.

¹ Thierry Libaert, *La communication Publique et Territoriale*, 2^{ème} Edition, DUNOD, 2017, p11

² Thierry Libaert, op.cit. p8

1.1.2. La communication locale :

La communication locale, par opposition à la communication nationale, vise un public ciblé selon le lieu de résidence ou son lieu de consommation. Bien sûr, le ciblage n'est l'apanage de communication locale. Elle s'adresse à des voisins, qui ont des multiples liens. Plus que des personnes de profils cibles, ils ont une dimension qui leur est propre.

« La communication nationale crée la préférence et entretient la notoriété de la marque ou de l'enseigne. La communication locale est un levier d'activation, de passage à l'acte concret, par sa personnalisation, elle transforme les intentions en action ». ¹

La caractéristique dominante de la communication locale se situe dans sa conception de la communication publique : de locale à décentralisée, de sa nature à sa fonction, et aux outils mis en œuvre. Telles qu'existent les communes, les départements et les régions. Ils semblent légitimes de mettre en place une stratégie d'information et de communication pour les citoyens. « La communication entre les autorités locale et les administrés évolue entre deux pôles : le service public qui doit être neutre, [...], et la tentation de la promotion personnelle et politique de ceux à qui les électeurs ont confié la charge de la gestion locale ». ²

1.1.3. La communication politique :

La communication politique est un élément d'interactivité et de dialogue entre gouvernant et gouvernés, lié à l'idée de représentation de démocratie et à l'existence d'un lieu public, permettant la libre confrontation des opinions et des idées, espace public permettant la discussion des décisions et des opinions gouvernementales.

Le fait de développer une action de communication est révélateur d'une société qui ne sait plus communiquer avec elle-même qui manque de cohésion, société dont les valeurs s'effritent : « la communication serait la résultante de la faillite des grandes figures symbolique chargées d'assurer l'unification sociale ». ³

La progression de la communication politique ne serait pas donc spécifique ; l'exigence de communication à désormais envahi tous les domaines de la vie sociale aussi bien à l'échelle nationale que locale.

La politique est largement affaire de communication, depuis plusieurs années « les acteurs politiques ont en effet recours à tout un répertoire de stratégies et de techniques (sondages,

¹ <https://blog.mediapost.fr/pourquoi-communiquer-localement> , consulté le 30/03/2022

² Leyval-granger Anne « la communication locale : entre service public et promotion politique » communication et langages, n° 120, 2^{ème} trimestre 1999, p1

³ Ibid. p50

focus groupe, réseaux sociaux etc.) pour déterminer les attentes [...], formuler le message (gagnant) et occuper l'espace médiatique afin d'être le plus persuasif possible »¹. La communication occupe aujourd'hui une place cruciale, chaînes d'information continue, réseaux sociaux, cotes de popularité, emballements médiatiques et stratégies d'influence des groupes de pression sont le nouvel horizon de l'activité politique.

1.1.4. La communication institutionnelle :

La communication institutionnelle est une forme de communication qu'une organisation entretient avec l'ensemble de ses publics : collaborateurs/ salariés, journalistes, leaders d'opinion, pouvoirs publics, partenaires sociaux, actionnaires, ONG, grand public, etc... ; « elle est le premier vecteur de l'image de l'organisation mais elle est aussi vecteur d'information et d'alerte en cas de changement brutal de situation, comme les (crises) ».²

L'image d'une organisation se construit sur ses valeurs, ses engagements (économiques, sociétaux, éthiques) et ses ambitions.

L'organisation doit parler d'une seule voix à ses différents publics, c'est donc la direction générale qui orchestre la communication institutionnelle. Aujourd'hui, l'organisation ne doit pas se contenter de prendre la parole, elle doit surtout installer un véritable échange avec toutes les parties prenantes, pour répondre à leurs attentes de reconnaissance, de transparence et d'éthique.

La communication globale d'une organisation définit son territoire de communication et a pour vocation d'assurer la cohérence des messages, à l'interne et à l'externe, ainsi que leur efficacité. « Elle nécessite une démarche rigoureuse et une mise en œuvre exemplaire, chaque prise de parole doit être l'occasion de décliner le message essentiel ».³

Entant qu'acteur social, l'association communique sur ses missions ou objectifs, sur ses valeurs, et son rôle dans la société ; tandis qu'en tant qu'acteur économique, l'entreprise communique sur ses objectifs, ses réalisations et ses résultats au niveau financier technologique et humain. En effet, la communication institutionnelle peut être considérée comme toute action de communication qu'entreprend une organisation ou association en direction d'un public interne ou externe visant à atteindre des buts qui lui sont favorables : son image, ses missions et objectifs, ses activités ses produits ou réalisations etc...

Quelques outils spécifiques à la communication institutionnelle :

¹ Jacques Gerstlé, Christophe Piar, La communication Politique, 4^{ème} Edition, 2020

² Éric Bizot ; Marie-Hélène Chimisanas ; Jean Piau, Communication, 2^{ème} Edition, DUNOD, 2016, p3

³ Ibid. p2

- Le mécénat
- Le parrainage
- Les relations publiques

Ses rôles :

- Développer la notoriété
- Donner une identité à l'organisation
- Développer l'attractivité de l'organisation

1.1.5. La communication d'entreprise :

La communication d'entreprise est un métier à part entière, celui-ci ne s'improvise pas, il nécessite l'acquisition de connaissances et de techniques à l'exemple de tout autre domaine de la vie de l'entreprise.

Aujourd'hui, les gens sont informés sur plusieurs sujets, « pour l'entreprise, il ne suffit pas d'offrir des produits et services sur ses tablettes car en plus, elle doit informer le public des différentes caractéristiques qui les composent ; elle doit aussi séduire le client de plus en plus sollicité par toutes sorte de moyens de communication ». ¹

La gestion des communications de l'organisation doit s'intégrer à long terme et devenir une approche de management ou sont véhiculées des valeurs de communications globale. Face à la société éclatée, face à la démobilité des grandes valeurs de consensus et celles du discours politique, « l'entreprise a aujourd'hui une opportunité historique à saisir, celle d'être le creuset mobilisateur de nouvelles valeurs humaines, économiques, sociales et culturelles ». ²

La communication est la valeur centrale qui marque la fin du siècle, elle relève d'une véritable révolution culturelle pour les consultants et entreprises qui s'y engagent. C'est un nouveau métier qui implique une démarche professionnelle et une éthique humaine de plus haute exigence. Appelée aussi communication corporate, elle utilise les techniques de communication dans le but de valoriser l'image de l'entreprise (en interne et en externe) selon une identité forte, des valeurs, afin de développer une bonne notoriété.

1.2. Les acteurs de la communication des associations :

De nombreuses associations sont parfois réticentes à l'idée de faire de la communication un enjeu central de leur projet associatif. « Communiquer » c'est pourtant avant tout : « créer des

¹ Pauline Lavoie, « La gestion de l'image corporative : une stratégie de communication pour les PME de Saguenay-Lac-Saint-Jean », Université du Québec, marketing, 1996, p15

² Regouby Christian, La communication globale, édition d'organisation, Paris 1998, p.81

relations avec quelqu'un », « faire passer un message », « changer les comportements » autant d'objectif au cœur de l'association.

Les évolutions de l'engagement bénévole invitent de plus en plus les associations à modifier leurs stratégies pour accueillir, intégrer, mobiliser.

Communiquer, « c'est avoir une position active pour que l'image perçue par les bénévoles, sympathisants, donateur ou institution soit l'image voulue par notre organisation »¹. La communication est un levier pour notre développement lorsque les « cibles » (bénévoles, potentielles...) nous connaissent mieux. Une communication construite et cohérente doit transmettre nos messages de façon lisible.

La communication associative s'effectue généralement entre les membres et les adhérents de l'association, et avec le public externe, c'est ce processus de communication qui est appelé les acteurs de communication associative.

1.2.1. Le bureau de l'association

Est composé en générale du président de l'association, d'un trésorier d'un secrétaire, même si la taille varie en fonction de l'importance de l'association. Il constitue souvent le véritable exécutif de l'association. Il est chargé de la direction quotidienne de l'association et s'occupe de mettre en œuvre les décisions prises par l'assemblée générale et par le conseil d'administration.

1.2.2. Les membres de l'association

Sont toutes les personnes qui participent à l'association, bénéficient des mêmes droits et mêmes obligations (sauf disposition contraire des statuts).

L'association est composée de membres actifs, de membres bienfaiteurs et de membres d'honneur. Sont considérés comme membres actifs, les personnes qui participent aux activités de l'association, à la promotion de ses objectifs et qui s'acquittent d'une cotisation annuelle. Ils sont membres de l'assemblée générale avec voix délibérative.

Sont considérés comme membres d'honneur, les personnes qui ont rendu ou qui rendent service à l'association.

Sont considérés comme membres bienfaiteurs, les personnes qui s'acquittent d'une cotisation annuelle spéciale. Ils ont droit de participer à l'assemblée générale sans voix délibérative.

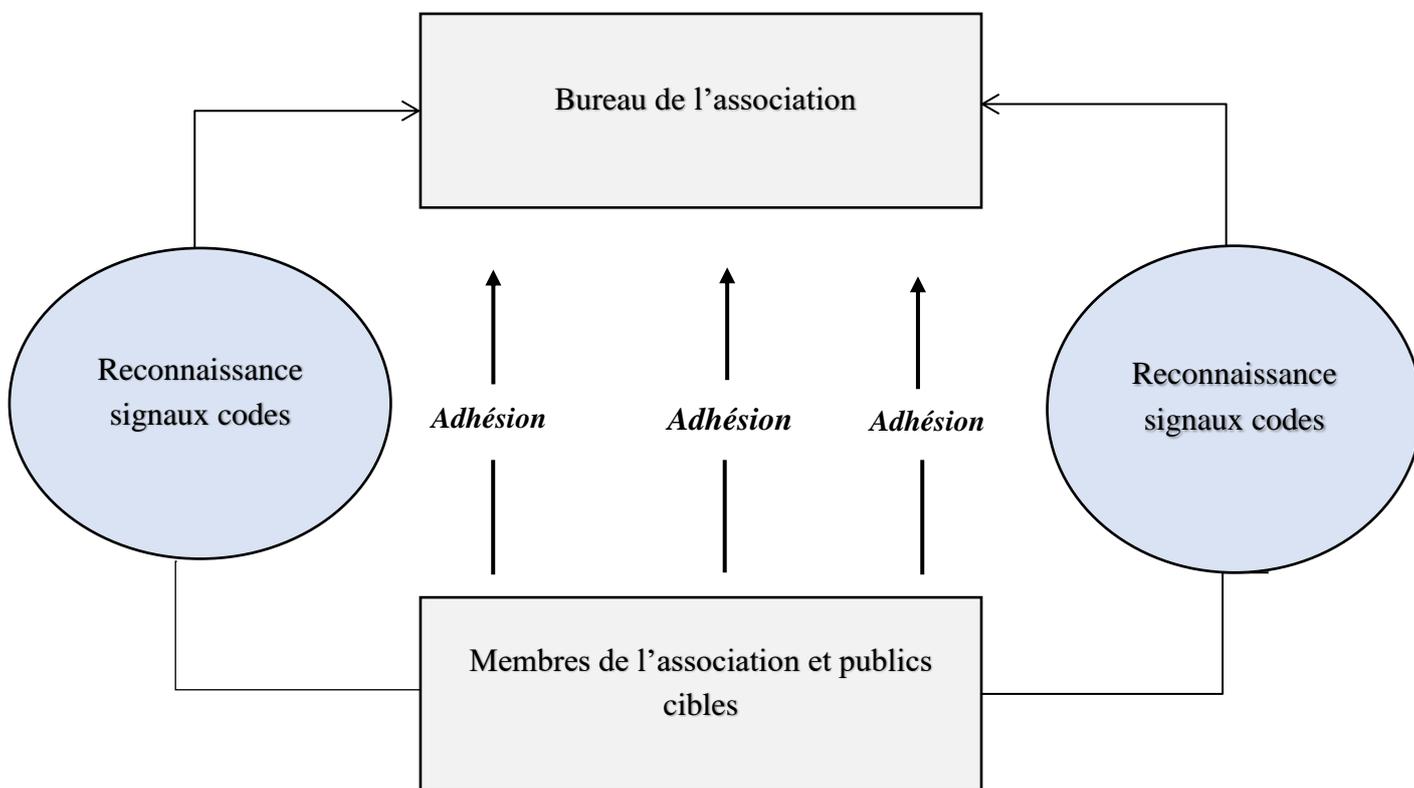
¹ Phillippe Le Pelley Fonteny, « l'art de communiquer, un enjeu associatif et inter associatif », presses universitaires de Grenoble 2015/03 (N°122) p99

1.2.3. Le public externe

Ce sont tous ces publics avec lesquels l'association communique ou avec lesquels ils sont en relations.

Lors de la communication externe, il peut s'agir d'utilisateur, de partenaires, (association, entreprise, institutions publiques...), du grand public. Il s'agit non seulement de définir si ce sont vos membres ou un public externe, mais aussi leur profil, comme par exemple leur âge, sexe, et origine. Ainsi, pour qu'une association s'affirme en tant que projet collectif et non individuel, il faut dès le départ, que sa vision, sa mission, ses valeurs et ses objectifs soient claires afin que le public externe ait une vision précise de ladite association.

Figure n° 1 : Schéma montrant l'organigramme d'une association.



Source : réalisé par nous-même.

1.3. Les objectifs de la communication associative

Thierry Libaert et Jean-Marie Pierlot, soulignent que la communication des associations « est la communication qui met en œuvre une association pour se doter d'une identité distincte, la

faire connaître et la valoriser auprès de cibles ou de segments de cibles distinctes ». ¹ C'est-à-dire qu'elle est un processus communicationnel qui permet aux associations d'avoir une identité particulière qui leur est propre et qui les distingue les unes des autres à travers leur statut et caractère, afin d'atteindre le public ciblé est les objectifs fixés.

Dès sa création, toute association vise à atteindre un certain nombre d'objectifs à travers sa communication dans l'intérêt de promouvoir son image, ses activités, vis à vis de cibles internes et surtout en externe.

1.3.1. Assurer le financement de l'association et de ses missions

La collecte de fonds est la principale activité des départements marketing et communication. Les fonds collectés serviront à couvrir les frais de structure, les actions entreprises et les investissements de l'Association ; « pour la plupart des associations, la collecte de fonds privés est vitale en ce sens qu'elle garantit leur indépendance financière vis-à-vis des bailleurs de fonds publics. Toutes fois la répartition des financements entre fonds privés et fonds publics varie d'une association à l'autre ». ²

1.3.2. Mobiliser

Mobiliser consiste à motiver les différentes ressources humaines de l'association. L'élaboration de forme de participation adaptées à chaque public est nécessaire, afin de recruter et retenir la ressource essentielle de l'association que sont ses membres. À ce propos différents types d'engagement exigent autant d'actions spécifiques selon l'adresse aux sympathisants, aux adhérents, aux bénévoles ou salariés et volontaires.

1.3.3. Informer

La prise de conscience précède tout engagement, c'est la prés-phase de toutes les formes de participations du public à la vie de l'association. Cette fonction revêt une importance croissante depuis qu'il est fait appel au grand public pour financer les associations. « Les méthodes d'information et de sensibilisation sont classiques. Il s'agit de l'organisation de campagne de presse, de séries de conférence et d'émission des spots radio ou télévision, des remises de

¹ Thierry Libaert et Jean-Marie Pierlot « *la communication des associations* », 1^{ère} édition DUNOD, paris, 2012, p9

² Djahnine Lydia ; Larbi Rafik, « la communication associative à l'ère des réseaux sociaux numérique : cas de l'association culturelle Amazday Adelsan Inelmaden AAI », Université de Bejaïa, Science Humaine, 2017, p30

rapports aux pouvoirs public, mais aussi l'impression de tracts, la diffusion du journal de l'association... etc. ».¹

1.3.5. Promouvoir l'association

Pour exister et s'affirmer face à ses consœurs, l'association doit assurer sa propre promotion : il est nécessaire de se faire connaître auprès du grand public, mais aussi des institutionnels, de se positionner par rapport à une cause, d'afficher ses particularités, ses principes, voir sa méthodologie.

Ainsi, l'association pour soigner sa politique de communication, « doit s'assurer qu'elle partage en vision les mêmes valeurs que l'ensemble de ses membres ; le gain de ce pari est le signe avant-coureur d'une bonne information et d'une valorisation des actions entreprise ».²

1.4. Les outils de la communication associative

Les outils de communication sont les éléments fondamentaux que doit soigneusement choisir une association pour permettre et avoir la bonne transmission et circulation des informations en interne et en externe. Ceux-ci lui permettent de bien communiquer ses messages à travers les canaux les plus adéquats à son échelle.

- « Le document de présentation est un support d'information que l'association peut diffuser de manière permanente auprès de ses différents publics, il vise principalement la notoriété générale de l'association (support papier et / ou d'un support électronique).

Les principaux éléments qu'un document de présentation peut ou doit contenir : (la carte de visite, un organigramme, l'historique, activités et services) ».³

Les programmes de communication devraient exploiter toutes les infrastructures et les canaux médiatiques, modernes et traditionnels disponibles et les orchestrer de façon synergique. « L'association de plusieurs méthodes et outils avec les filières interpersonnelles, multiplie l'impact des campagnes de communication qui sont de plus en plus utilisées pour appuyer des priorités de développement clairement établies ».⁴

¹ Ibid. p 30

² Document PDF, « La communication », p19

³ Éric Prunier, « Les bases de la communication pour le développement », centre de ressource et d'information pour les bénévoles, 2019, p32

⁴ PNUD, « Guide de Communication à l'usage des associations », Edition 2014, p12.

* Le crieur public constitue un relais de transmission oral. Il s'agit d'une personne, un homme en général chargé d'annoncer l'information au public.

Nous faisons généralement la distinction entre les médias de masse (journaux, radio, télévision), les médias traditionnels (contes, théâtre, chanson), les médias « de groupe » (vidéo, photographie, affiches), les médias communautaires, telle la radio rurale de proximité, et les TIC, ces médias ainsi que les différentes formes de communication interpersonnelles constituent nos outils de communication dans le cadre de notre étude.

C'est dans la même perspective que la communication associative empruntera davantage les supports qui permettront de tisser des liens de proximité avec le citoyen.

Elle favorisera par conséquent :

- Les modes de communication directe et participative tels que : les réunions, salons, foires, spectacles de rue...et toutes les formes de relations publiques comme : invitations, partenariat privé ou public, relations presse (communiqués, publiereportages, articles) ;
- L'utilisation des « petits médias » : tracts, affiches, affichettes, prospectus, banderoles ;
- L'utilisation des technologies de l'information et de la communication : sites web, newsletter, e-mail, numéros verts, etc...

Cependant, dans certaines régions, notamment les villages où l'accès à ses formes de communication considérées comme modernes est inexistant, il faut donc faire recours à des formes de communication plus traditionnelles telles que le « crieur public » *, la poésie, les proverbes, les chants, les récits et les contes lors de rencontres traditionnelles comme les mariages, les fêtes religieuses, les jours de marché, etc... ; on les trouve généralement dans les cultures et traditions kabyles.

1.3.4. Modifier les comportements :

Dans la mesure où elle se substitue parfois aux institutions publiques, pour la promotion de règles d'hygiène ou de santé, certaines associations ont un objectif de modification de comportements, de la même façon que certains des services publics.

1.5. Outils de communication interpersonnelle

1.5.1. Discussions et Débats

Les discussions de groupe et les rencontres-débats sont beaucoup utilisées. Elles sont en fait si communes qu'on oublie parfois de les classer parmi les outils de communication. Ces outils viennent soutenir une activité particulière pour appuyer l'atteinte d'un objectif. « L'efficacité de la discussion se trouve dans la complémentarité avec d'autres activités, par exemple des discussions avec des groupes plus petits et bien ciblés ; cela vaut

aussi pour les rencontres débats, qu'on devrait plutôt nommer (rencontres-dialogues) »¹. Le but n'étant pas provoqué une confrontation d'idées, mais d'amorcer un dialogue communautaire.

1.5.2. Séances de Visionnement

« Les mêmes argumentations s'appliquent à l'organisation d'une séance de visionnement d'un film ou d'une bande vidéo. Ces séances sont habituellement associées à des présentations par des personnes ressources et une discussion organisée après la projection »². Cet outil est très efficace pour accroître la sensibilisation à un problème précis, ou pour intégrer des éléments d'information ou de nouvelles connaissances à acquérir.

1.5.3. Groupes de Discussions

Un groupe de discussion comprend un petit nombre de personnes (sept à dix) qui partagent des caractéristiques communes. L'information recueillie grâce à cette technique peut donner un bon aperçu des points de vue des autres membres de la communauté présentant les mêmes caractéristiques.

1.6. Médias de groupe

1.6.1. Photographies, illustrations, tableaux à feuilles mobiles

Lorsque nous pensons à une présentation de photographies ou d'illustrations, c'est généralement pour illustrer le thème d'une discussion. Un de ces moyens consiste en la production de « boîtes à images » ou tableaux à feuilles mobiles ; il s'agit d'une série de photos ou de dessins qui racontent une histoire comprenant de trois à dix photos sans texte. « Les images illustrent une problématique, puis une situation où l'on résout le problème ; et enfin le tableau est présenté par un facilitateur qui demande aux individus ce qu'ils voient dans les images ».³

Cet outil est très efficace pour stimuler la discussion, pour comparer des points de vue et pour développer un consensus sur un problème donné. Les images peuvent être dessinées à la main, imprimées ou collées sur des feuilles mobiles ou sur un morceau de tissu.

¹ Guy Bissette, « communication et participation communautaire », Les Presses de L'université Laval, Centre de Recherche pour le Développement International, 2004, pp.106, 107

² Ibid. p108

³ Ibid. p109

1.6.2. Les affiches bannières, les enregistrements vidéo, et les enregistrements audio

On utilise souvent les affiches bannières pour sensibiliser la population à un sujet. Il est important de les jumeler avec des activités interactives auxquelles participent les membres de la communauté.

Aujourd'hui, les caméras numériques simplifient beaucoup l'usage de la vidéo.

Ces caméras sont équipées de piles ayant une durée de vie de sept à huit heures et elles glissent facilement dans un sac à dos.

Quant aux enregistrements audios, on peut aussi les utiliser pour saisir les points de vue des membres d'une communauté et ensuite stimuler la discussion.

« On peut faire jouer les cassettes dans une enregistreuse au cours de rencontres communautaires ou pendant les discussions avec de petits groupes, mais on peut aussi les diffuser sur les ondes de la radio locale si une collaboration a été établie ».¹

1.7. Médias traditionnels**1.7.1. Le théâtre :**

Comme outil de communication participative, le théâtre, comme les autres médias traditionnels, doit être utilisé conjointement avec un ensemble d'activités interactive.

Le théâtre permet de faire une mise en scène auprès d'un ensemble de téléspectateurs pour exprimer généralement une histoire, conte, etc...

1.7.2. Les chants, musique, contes et proverbes

Ces outils de communication sont employés pour créer une atmosphère au départ d'une discussion de groupe, ou pour diffuser des connaissances lors de rencontres ou de visites. Tandis que, dans certains contextes les proverbes sont aussi utilisés pour faciliter la discussion sur un sujet donné.

Le conte permet de créer une ambiance, stimuler la sensibilisation et faciliter les discussions de groupe.

¹ Ibid.p113

Section 2 : Évolution et supports de la communication associative

2.1. Historique et évolution de la communication associative dans l'espace public

Dans la moitié du XXème siècle, l'association peut être comparée à un missionnaire qui transmet ses valeurs à son public par le haut. Autrement dit, l'association fournit de l'information, rend compte de ses réalisations ou de ses difficultés mais ne soumet pas aux critiques extérieures (feed-back).

« En 1946, changement de contexte au niveau international. Suite à la fin de la seconde guerre mondiale et aux impératifs de reconstruction qui surgissent alors, l'Organisation des Nations Unies donne un véritable statut aux ONG en les reconnaissant comme des associations à vocation internationale ». ¹

Dans les années 1970, les mouvements sociaux et l'expérimentation viennent bousculer les associations traditionnelles, à cette époque « la communication se traduit par l'apparition de nouveaux supports tels que, la vidéo militante, la presse locale associative, les radios pirates ». ²

Le mouvement de création associative se poursuit dans les années 1980 même si sa logique est différente. Il s'agit moins d'aider sa communauté que de pallier les manques de l'État providence qui, après une longue période d'interventionnisme, réduit ses politiques en faveur des populations défavorisées. S'agissant de « la communication sociale, En quelques années plusieurs facteurs contribuent à modifier le paysage associatif, l'apparition de nouvelles associations telles que : MSF*, AICF*... » ³ qui n'hésitent pas à adopter une stratégie de développement volontairement agressive par le biais de l'utilisation massive des médias.

Les années 2000 sont l'occasion de s'interroger sur les niveaux enjeux : « Les marques associatives sont installés et ont compris l'intérêt de communiquer tant sur leurs actions, pour collecter des fonds, que sur leur image, pour se faire entendre sur les sujets de société ». ⁴

Les associations, depuis qu'elles existent, ont adopté successivement quatre techniques de communication : ascendante, descendante, horizontale et sociale.

¹ Chartes des Nations Unies, article 71

² Stéphanie Dupont, <https://stephanie.dupont3.free.fr/historique.htm>, consulté le 27/03/2022

³ Ibid. p11

⁴ Sarah Pineau, « Nouveaux moyens de communication : opportunités ou menaces pour les causes d'intérêt général ? », mémoire professionnel, science politique, université de Bordeaux, 2011, p17

* MSF : médecin sans frontière

* AICF : association internationale contre la faim.

Toutes les associations ne se trouveront pas forcément dans cette classification, cependant chacune d'entre elles a pu utiliser certains éléments de ces techniques de communication.

La communication au sein des associations a mis un certain temps à acquérir ses lettres de noblesse et cette position demeure fragile car elle rencontre toujours des oppositions, tant en interne qu'en externe.

2.2. Les médias et la communication associative

Le secteur de la publicité, de la communication et des médias est en profonde mutation, à tel point qu'il est souvent compliqué, même pour les professionnels qui s'y confrontent tous les jours, d'y avoir clair, d'intégrer les changements et d'envisager l'avenir.

L'organisation est un acteur important dans le monde d'aujourd'hui, « entretenir une relation durable et fructueuse avec son environnement exige d'elle d'être en permanence en interaction avec les différentes parties prenantes (consommateurs, prescripteurs, actionnaires, médias, pouvoirs publics, ...etc.). Elle doit, par conséquent, s'affirmer, parler, dialoguer ; en un mot communiquer ». ¹

Les associations représentent l'intérêt général, la défense de causes qui sont, en général, dans l'espace public non marchand. Elles s'adressent aux citoyens et non aux consommateurs.

D'ailleurs, « la communication pour le développement se fait par les moyens qui peuvent se situer entre la rencontre individuelle et l'utilisation des médias de masse en passant par les technologies de l'information et de la communication ». ² L'éventail des moyens est ainsi considérable mais l'utilisation de n'importe quel moyen dépendra de la cible et de l'infrastructure disponible d'où l'importance des spécialistes des médias.

Néanmoins, dans une société où la communication et la médiatisation sont omniprésentes, les associations se doivent de se conformer, même si ce n'était pas au départ leur fonction première.

Dans ce cadre, la communication est essentielle, notamment, en raison de la nécessité de trouver des ressources financières, et ce afin de permettre à l'association de remplir pleinement ses missions et ses objectifs. « Les médias sociaux donnent ainsi accès à une connaissance fine et sophistiquée des publics à cibler, permettant de mettre en œuvre des campagnes et des messages

¹ A. Amsider, M. Bendahan, A. Abil, La communication Publique En Afrique : Records Croisés, Publications de LARLANCOS, Facultés des Lettres et des Sciences Humaines, 2018, p146

² Ibid. p45

d'autant plus efficaces qu'ils sont taillés sur mesure et qu'ils peuvent être ajustés en fonction des réactions observées ».¹

Parmi ces moyens de communication, on cite : le communiqué de presse, les médias de masse tels que (la télévision, la radio, la presse écrite), (les RSN, sites et les blogs) comme nouveaux médias d'Internet.

2.1.1. Le communiqué de presse :

Construit sur un format plus ou moins standard, il apporte une information neutre et objective. « Le titre du communiqué de presse d'association doit être court, concis, riche en information et se distingue des mails commerciaux que beaucoup auront tendance à directement effacer. Il doit, en peu de mots, informer le journaliste qui en est destinataire sur la nature du message »². Il faut le préparer soigneusement. C'est un document non individualisé qui est envoyé en nombre à plusieurs journalistes et c'est le même pour tous les destinataires.

2.1.2. Les médias de masse :

Les médias publicitaires de masse sont surtout utilisés pour promouvoir des produits ou services de grande consommation, [...] dans ce cas l'objectif des campagnes est souvent la notoriété. Ainsi, « un média de masse est un média qui se caractérise par sa forte audience »³.

Les médias de masse se caractérisent par leur puissance publicitaire.

Dans le cadre de la communication associative, les médias de masse permettent de couvrir les activités des associations, ceci à travers les médias locaux qui exercent dans l'espace public.

2.1.3. La presse écrite :

Une bonne connaissance des médias et de leur fonctionnement est indispensable pour assurer des relations presse efficaces dans la communication associative. La presse est un média de masse crucial et de base pour le secteur public et qui délimite sa diffusion dans une zone géographique avec une variété d'informations.

Ces dernières années, le monde médiatique a profondément changé : émergence d'une presse 100% web (les pures players), chaînes d'infos en continu, arrivée des influenceurs (blogueurs,

¹ S. Proulx, M. Millette et L. Heaton, Médias sociaux : Enjeux pour la communication, Presse de l'Université du Québec, 2012, p237

² Morgan, <http://infolocale.fr/blog/communiqu-e-de-presse-association/>, consulté le 27/03/2022

³ B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/media-de-masse/>, consulté le 27/03/2022

youtubeurs, instagrameurs), [...], les diffuseurs d'informations se sont multipliés, et les journalistes sont les premières victimes de l'infobésité.

Le premier conseil à donner au responsable presse de l'association « est de lire la presse écrite, d'écouter la radio, de regarder la télévision, d'être en veille sur les médias » [...].¹

En effet, selon un rapport de la ligue Tunisienne des droits de l'homme (LTDH), « l'octroi des annonces et des publicités des institutions étatiques ou parapubliques était décidé par l'agence tunisienne de communication extérieure (ATCE) »², qui dépend de la présidence de la République.

2.1.4. La radio :

La un moyen de communication efficace qui permet de transmettre les informations instantanément.

Il semble que la radio bien qu'elle date maintenant de plus d'un siècle à conserver son statut de médias de communication, et ce malgré l'évolution des autres médias tels que la télévision et les médias numériques. Du au développement des technologies numériques et à l'évolution de l'Internet, la radio a été contrainte de restructurer son audience dans le monde de l'Internet de façon à s'adapter au changement de la culture de son audience.

L'une des caractéristiques fondamentales de la radio est qu'elle reste à ce jour un espace particulier de l'activité sectorielle et de l'interactivité individuelle.

2.1.5. La télévision :

Regarder la télévision fut dans premier temps une activités familiale et sociale ; aussi il est un acte social simulant la réalité et reflétant sa réalité symbolique en son et en image.

Ceci a fait de la télévision le média le plus populaire dans notre vie de tous les jours, car elle émet des programmes audiovisuels variés.

2.1.6. Les nouveaux médias :

Ces types de médias sont récents, et occupent une place capitale dans le cadre de la communication dans une organisation /et ou association.

¹ Associathèque, <https://www.associatheque.fr/fr/association-et-communication/index.html?amcpage=14>, consulté le 28/03/2022

² S. Proulux, M. Millette et L. Heaton, op.cit., pp.174-175

C'est ainsi qu'on entend par « outil d'interactivité par excellence, internet est un média conversationnel, il s'inscrit parfaitement dans l'idée de l'échange, il est également l'outil préféré comme source d'information sur le développement durable ». ¹

« Un réseau social désigne un site internet ou une application mobile permettant de développer des interactions sociales, de se constituer un réseau de connaissances, d'amis ou de relations professionnelles, avec lesquels on interagit en temps réel ». ²

Ainsi, Les **RSN** sont des plateformes interactives qui permettent des échanges rapides, chaque usage peut transmettre des vidéos des photos et d'autres contenus à travers ces réseaux comme (Facebook, YouTube, twitter, etc...).

2.3. Les acteurs sociaux et l'espace public en milieu rural

Malgré la rareté des acteurs, les territoires ruraux disposent des travailleurs sociaux et des bénévoles soutenus par des collectivités locales.

L'espace public a pour caractéristique première de relier une pluralité d'identités, d'appartenances, d'attachements, ce qui fait de lui une figure particulière de lieu.

À la différence du lieu, cependant « les relations sociales y sont interrogées dans une dimension politique puisqu'il n'est pas uniquement question de coexistence de pluralités, mais surtout de construction de cette coexistence » ³. Les échanges de sociabilité très localisés, des discussions entre plusieurs acteurs sont de plus en plus souvent organisés à l'échelle départementale ou infradépartemental à propos de la gestion de l'espace. Le but est d'appliquer sur un espace délimité un dispositif d'intervention publique [...], qui exige un processus de concertation.

Cet aménagement par la puissance publique est un des critères de l'espace public pour Habermas (1989).

La construction d'un espace public au sens de Habermas, n'est pas seulement un enjeu national lié au processus d'édification de l'État en Afrique c'est aussi un enjeu local, important au niveau des villages et des bourgs.

¹ Thierry Libaert, Communication et Environnement, le Pacte Impossible, 1ère Edition Presses universitaires France, Paris 2010, p88

² Solocal, <https://www.solocal.com/ressources/articles/definition-reseaux-sociaux>, document PDF, consulté le 28/03/2022

³ Vincent Banos, Jacqueline Candau, « Recomposition des liens sociaux en milieu rural », De la fréquentation d'espaces à la production de normes collectives ? Dans espaces et sociétés, 2006/4 n°27, p.107

Comme ailleurs en Afrique, on peut par commodité distinguer deux types de projets :

- a. « Ceux qui passent par les services techniques officiels et constituent des projets d'appui aux agents [...], dans les villages, projets le plus souvent financés par des institutions internationales (Banque mondiale, FED...) dont en général les villageois ne connaissent pas l'existence.
- b. Ceux qui ont une existence autonome à l'échelle locale, projets le plus souvent financés par des institutions bilatérales ou des ONG »¹, intervenant directe avec leurs propres agents, et connus en tant que tels par les villageois.

Les accueils sociaux doivent être décentralisés, surtout dans les zones rurales de faible densité, afin d'offrir des espaces d'accueil physique de proximité, permettant au besoin d'anonymat.

Plus les acteurs agissent seul plus ils désespèrent et vont aller vers des modes classiques d'intervention qui ne sont pas source d'innovation.

Ainsi, « Les dynamique interinstitutionnelles amènent à faire autrement et à développer à terme des projets et des moyens supplémentaires au plan local, cette dimension à la foi collective et de projet territorial, s'appuie sur des volontés qui viennent d'en haut et parallèlement sur une volonté ascendante »².

Le développement territorial est devenu un objectif clairement exprimé par les différentes stratégies de développement rural des trois pays du Maghreb. Les acteurs ont connu, dans ce domaine, une diversité sans précédent. Seulement leur impact et leur intensité d'action sont différents d'un pays à l'autre même à l'échelle locale.

Toutefois les acteurs catégorisés n'adoptent pas, forcément, un comportement et des attitudes liés à leur appartenance à une catégorie donnée, ils peuvent agir selon leurs intérêts. C'est intéressant de constater que des jeunes ruraux peuvent agir dans un cadre collectif et pour la construction du territoire. « Les aspects intéressant à observer, ce sont les efforts fournis, avec parfois des conséquences non voulues, pour le maintien de la vie dans le territoire : une vie

¹ Jean-Pierre Olivier de Sardan, « l'espace public introuvable : Chefs et projets dans les villages nigériens, Dans Tiers Monde, tome 40, N° 157, 1999, pp 150-151

² Yann Even, « Les formes de l'intervention sociale en milieu rural », 2011/1(N° 208), p3

sportive, une vie culturelle, des activités traditionnelles, et une vie sociale (réduction de l'espace d'activité, rapport aux organisations locales, associative) etc. ». ¹

¹ Karima Boudedja, « Les acteurs et le développement local : outils et représentations, cas des territoires ruraux au Maghreb », thèse de doctorat, Université Paul Valéry-Montpellier III, Arts et Lettres, Langues et Sciences Humaines et Sociales, 2013, p.146

Chapitre 4 : Le mouvement associatif en Algérie : évolution et champs d'interventions

Les associations occupent une importante place économique dans notre société. Leur poids économique et social tend à accroître ces dernières années, la puissance publique utilisant ce secteur pour compenser son désengagement dans des domaines réputés non solvables par le secteur marchand. « Les changements économiques et sociaux intervenus en Algérie après 130ans de colonisation ont entraînés une mutation de l'organisation sociale et politique »¹ ; l'association est devenue à partir du début du XXème siècle une nouvelle forme modifiant le lien social.

Le mouvement associatif social joue un rôle de plus en plus important dans la vie politique, économique et socioculturelle du pays. Il suscite des débats contradictoires, souvent passionnés, quant à la perspective de l'implication des citoyens et de ce qu'il convient d'appeler la « société civile » dans la prise en charge des problèmes posés par le développement. « Le mouvement associatif embrasse des domaines aussi diversifiés que la protection de l'environnement et des consommateurs, les activités à caractère social (lutte contre la précarité), les activités éducatives (éducation et alphabétisation en milieu rural, jeunesse) »². Le profil des activités de la majorité des associations (sensibilisation, communication, assistance) est le même d'une association à l'autre que celle-ci soit à vocation nationale, régionale, ou locale.

Au plan fonctionnel et organisationnel, « les associations se distinguent par un fonctionnement peu démocratique, une faible coordination au sein de la société civile attestée par le caractère embryonnaire des réseaux associatifs, [...] et une faible insertion dans la dynamique associative mondiale »³.

Le mouvement associatif en Algérie apparaît comme embryonnaire, il cumule de surcroît, des handicaps (fragilité des structures dû aux faibles financements octroyés par l'État, faible représentation des localités, insignifiance des taux d'adhésion, etc.... Il faut noter que certaines activités peuvent nécessiter l'obtention d'un agrément de la part des pouvoirs publics. Il est également possible pour une association de conclure avec une collectivité locale et une délégation de service public local pour exercer une activité d'intérêt général.

¹ <https://www.etudier.com/>, consulté le 03/04/2022

² Ali Ferrah, « La dynamique associative en Algérie. Quelques repères historiques (1962-2002) », 2003, p-4

³ Ibid.p4

Section 1 : Généralités sur les associations

1. Définition et modalités de création d'une association en Algérie

Avant de procéder à la création d'une association, il est primordial de connaître d'abord sa définition.

Une association est un groupement de personnes volontaires réunies autour d'un projet commun ou partageant des activités, mais sans chercher à réaliser des bénéfices. Ces personnes mettent en commun, bénévolement et dans un but non lucratif leurs connaissances et leurs moyens pour promouvoir et encourager les activités dans les domaines notamment : professionnel, social, sportif, culturel, environnemental, caritatif, humanitaire, éducatif, religieux, scientifique, etc...

D'après la loi du 1^{er} juillet 1901, « l'association se définit comme étant une convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager les bénéfices ».¹

En d'autres termes, l'association désigne la liaison établie par un individu entre deux éléments déterminés. En réalité, la notion d'association peut recevoir des sens très différents selon la nature des entités entre lesquelles l'association est supposée être établie.

Créer une association permet de rassembler des individus autour d'un projet commun.

Pour créer une association au moins 2 personnes ayant au moins 16 ans signant un acte fondateur d'une association (statut de l'association) qui les engagent les unes par rapport aux autres. « La forme et le contenu des statuts sont libre, dès lors qu'ils ne sont pas illégaux, il n'y a donc pas de statut type pour les associations (sauf pour ce qui concerne les associations agréées, ou les associations reconnues d'utilité publique) ».² Mais, généralement les statuts comportent les points suivants :

- ❖ La dénomination de l'association ;
- ❖ L'objet de l'association ;
- ❖ Le lieu de son siège (cela peut être un domicile ou un bâtiment communal) ;
- ❖ La durée de vie prévue de l'association (elle doit être à durée indéterminée) ;
- ❖ Les moyens de l'association ;
- ❖ La composition de l'association, (les différentes catégories de membres, les conditions d'adhésion, de rédaction, ...)

¹ Thomas Rivoire, <https://www.legalife.fr/guides-juridiques/qu'est-ce-qu'une-association/>, consulté le 04/04/2022

² <https://www.l-expert-comptable.com/a/529924-la-creation-d-une-association.html>, consulté le 04/04/2022

- ❖ L'organisation de l'association (ressources financières, humaines, organisation financière et comptable, ...);
- ❖ Les modalités de modification et de dissolution.

Les statuts peuvent comporter un règlement intérieur qui fixe dans le détail les modalités de fonctionnement interne de l'association. Lorsqu'il est rédigé séparément des statuts, les règlements interne peut par la suite être modifié sans que cela entraîne une modification des statuts.

Figure n°2 : Schéma représentant les différentes étapes de création d'une association.



Source : Tanguy Robert, <https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/association/comment-creer-une-association-loi-1901-les-etapes-a-suivre/>, consulté le 04/04/2022.

La création des premières associations en Algérie remonte au début du 20^{ème} siècle, à la faveur de la promulgation de la loi française, « loi 1901 », sur les associations.

« Elle donne naissance à plusieurs associations sportives, culturelles, (les Nawadi ou clubs culturels), à des associations estudiantines (l'association des étudiants musulmans d'Afrique du Nord), religieuses (association des oulémas algériens) »¹. Ces associations jouent un rôle important dans la mobilisation de la jeunesse algérienne contre le colonialisme français.

La création d'une association est une démarche relativement simple qui nécessite cependant le respect de certaines procédures, selon la loi 12-06 qui a pour objet de déterminer les conditions et modalités de constitution, d'organisation et de fonctionnement des associations dans l'optique de fixer son champ d'application.

Selon l'article 2 de la Loi du 12 janvier 2012, toute personne majeure peut donner libre cours à ses idées, ses projets, et ses initiatives en créant une association.

Les seules conditions fixées par la loi sont que ces personnes doivent :

- ✓ « Être majeures,
- ✓ Être de nationalité Algérienne,
- ✓ Jouir de leurs droits civils,
- ✓ Ne pas avoir été condamnés pour crime ou délit incompatible avec le domaine d'activité de l'association et n'ayant pas été réhabilité, pour les membres dirigeants ».²

Lorsqu'il s'agit d'une association à titre d'associations, à l'image d'une fédération, les personnes morales et de bonne volonté doivent qui se sont porté volontaire pour la créer doivent :

- ✓ Être constituées conformément à la loi Algérienne,
- ✓ Activer au moment de la constitution de l'association,
- ✓ Ne pas être touché d'une cause qui interdit l'exercice de leur activité.

À ceux-ci, s'ajoutent les ressources que peut avoir une association.

Les ressources de l'Association sont constituées par :

- Les cotisations des membres ;
- Les dons en espèces ou en nature et les legs ;
- Les subventions consenties par l'État, la Wilaya ou la commune ;
- Les revenus des quêtes

¹ Souraya Akkouche, « Manuel pour les associations algériennes », Fondation Friedrich Ebert, 2012, p8.

² Ibid. p13

« En outre, il faut savoir que les associations ne peuvent pas recevoir de financement d'ONG ou de bailleurs de fonds étrangers que s'ils s'inscrivent dans le cadre de relations de coopération entre l'Algérie et le pays en question ».¹

Selon la loi du 12 janvier 2012, conforme à l'article 34 lorsque l'activité d'une association est reconnue par l'autorité publique comme étant d'intérêt général et /ou d'utilité publique, l'association concernée peut bénéficier, de la part de l'État, de la wilaya ou de la commune, de subventions, aides matérielles et toutes autres contributions assorties ou non de conditions.

La législation autorise l'association à organiser des activités comme : des journées d'études, des journées portes ouvertes, des colloques, séminaires, et toute activité étant en rapport avec son statut. De même, elle peut éditer et diffuser des brochures, des bulletins, articles, revues, et tout ce qui est en rapport avec son objet tout en respectant le cadre de la constitution.

2. Champs d'interventions d'une association

Les associations remplissent des missions de terrain d'intérêt général de manière volontaire ou affectée par une autorité. « De ce fait, elles ont toute légitimité pour apporter leur contribution à ce qui relève du vivre ensemble sur les territoires, leurs ressources humaines, leurs expertises et compétences, leur regroupement de citoyens favorisant l'expression collective sont autant d'atouts précieux pour les (biens communs) »².

Il en découle la nécessité d'organiser et de promouvoir le dialogue associations/pouvoirs publics à l'échelle locale par le biais d'espaces publics de concertation et de co-construction de réponses aux problèmes territoriaux. « Ces espaces existent (conseil de développement, instances locales de concertation dans de nombreux domaines, commissions thématiques sur le développement social urbain...), il faut les faire avec un leitmotiv : négocier un horizon partagé pour les territoires »³.

En Algérie, les associations constituent une convention au cours de laquelle des personnes physiques ou morales se regroupent sur une base contractuelle, dans un but non lucratif et mettent en commun pour une durée déterminée ou interminée leurs moyens et leurs connaissances pour promouvoir et encourager leurs activités dans divers domaines et à caractères différents : humanitaire, culturel, scientifique, éducatif, sportif, environnemental, etc. Les associations ont une mission de service public (santé, justice, social...), à destination de l'ensemble de la population, elles contribuent à l'intérêt général en assurant la promotion

¹ Ibid.p27

² D. Camburet, M. Moillon, V. Claude et F. Bader, « Unité sociale des associations : un chantier à colporter en Haute-Marne », 2010, p19

³ Ibid. p19

des idées ; c'est-à-dire qu'elles interviennent pour renforcer leurs poids dans les stratégies de développement.

Aujourd'hui, dans les pays développés et en voie de développement, les actions des associations sont considérées comme l'un des principaux acteurs qui contribuent le plus à l'intervention et au changement social vers une meilleure qualité de vie de la communauté locale.

Suivant la même perspective, en se référant aux actions spécifiques à l'association pour le développement local, les associations intègrent une diversité du public et développent une variété d'activités dans le cadre auquel elles peuvent développer des partenariats et mettre en place des réseaux.

Kahina Moussaoui, répartit les champs d'interventions des associations comme suit :

À noter que ses associations dont on a pris l'exemple de leurs champs d'interventions ci-dessous sont actives dans la willaya de Bejaïa (Algérie).

- **Dans le culturel, social et environnemental :**

Dans ces domaines, les actions se diffèrent d'une association à une autre visant à affirmer la place de l'acteur social dans la vie locale.

Dans ce cadre, « l'association est considérée comme un appui à la société, elle est un centre de communication, d'écoute, d'information et d'accompagnement »¹. L'association peut aussi être considérée comme un moyen de préservation du patrimoine locale ; citons le cas de l'association GEHIMAB qui participe à la rénovation, en collaboration avec les communes et les comités de village, des sites touristiques tels que les musées. Un autre exemple est celui de l'association de l'étoile culturelle d'Akbou qui a créé une école d'insertion des jeunes, cette école permet aux élèves adhérents n'ayant pas pu décrocher leur BAC de refaire l'année avec un encadrement qualifié et un soutien psychopédagogique soutenu.

Également, l'environnement est aussi l'une des préoccupations de cette association à travers sa participation à l'aménagement des espaces verts et au reboisement par le biais de la sensibilisation et de l'implication des jeunes dans la gestion de leur cité.

- **Les relations de coordination de l'association :**

Le travail en partenariat et en réseaux, d'après Maillat. D, c'est « un système de relations entre différents acteurs, basé sur un système de confiance et de connaissance mutuelle, de réciprocité et de priorité...ce sont de structures formelles et informelles qui relient les acteurs, les

¹ K. Moussaoui et K. Megherbi, « Rôle des associations dans le développement local », cas de quelques associations de la willaya de Bejaïa (Algérie) », 2014, p19

renforcent, les rapprochent les uns des autres et en créant entre eux une complicité grâce à laquelle ils sont beaucoup plus fort que s'ils étaient isolés »¹.

À travers ces relations, l'association cherche à changer de l'information et à travers des solutions possibles aux problèmes communs.

Également, la coordination qu'entretienne les associations avec les acteurs sociaux, montre que les associations locales entretiennent des relations principalement avec les entreprises et avec l'administration locale.

Les associations peuvent exercer leurs activités dans des secteurs très variés : l'humanitaire, le sport, la santé, le social... certaines activités associatives sont toutefois réglementées.

- L'éducation au développement : information et sensibilisation des populations aux questions du développement.
- L'aide humanitaire et l'urgence : secours aux victimes atteinte par des catastrophes naturelles, tendre la main aux plus démunis.
- Le plaidoyer : défense d'une cause, d'une opinion dans le cadre des problématiques de développement.

3. Rôle des associations

Les associations ont un rôle de sensibilisation du grand public, de garant d'une éthique d'accompagnement. Elles assurent le recrutement et la formation de bénévoles fiables. En effet, celles-ci peuvent exercer leur activité dans des domaines très variés : l'humanitaire, le sport, la culture, l'éducation, la santé, etc...

Certaines activités associatives sont toutefois réglementées, les activités lucratives ainsi que l'organisation de manifestations publiques associatives sont encadrées.

« Les associations remplissent plusieurs rôles étant donné la diversité des motivations qui animent ceux qui sont à l'origine (ex : pratiquer un sport, aider des individus en difficulté, exprimer des intérêts locaux) ».²

Les associations jouent un rôle très important, car elles sont appelées à œuvrer pour canaliser les efforts autour du développement local, élargir les espaces de dialogue sur les préoccupations

¹ Maillat. D, « Comportements spatiaux et milieu innovateurs », dans l'encyclopédie d'économie spatiale, Ed Economica, Paris 1995, p52.

² <https://www.vie-publique.fr/fiches/24077-quels-sont-les-differents-roles-des-associations> , consulté le 10/04/2022

et les besoins des citoyens, servir d'intermédiaire entre ceux-ci et les collectivités locales, agir toujours dans le but de défendre l'intérêt des citoyens.

De même que les collectivités locales, les associations opèrent comme des médiatrices : « constituant chacune une petite collectivité fondée sur des affinités idéologiques plus ou moins fortes, elles parviennent à construire les problématiques [...], elles peuvent alors porter ces représentations dans l'espace public et les confronter à des représentations adverses ou tout au moins différentes, en nouant notamment des relations avec les acteurs politiques ».¹

Le principal objectif d'une association est de satisfaire ses adhérents, membres actifs, en quelque sorte tout le personnel humain faisant l'objet de cette association tout en visant de produire des biens ou services sans attendre un retour (profit).

Quelques finalités des associations :

- Assurer elles-mêmes le développement de leurs compétences.
- Définir et adapter leur environnement.
- Établir avec des collectivités, des établissements publics, et avec des entreprises des partenariats visant la défense de l'intérêt citoyen.
- Repérer et connaître l'environnement.
- Promouvoir les nouveaux métiers et les personnes stigmatisées.

À ce titre, nous avons l'exemple de l'association « *les nomades algériens* qui est une association culturelle à but non lucratif dont l'objectif est : promouvoir la beauté de l'Algérie, encourager les jeunes à voyager et à découvrir notre pays ».²

Ses principales missions sont :

- Participation à la promotion et à la valorisation de l'image touristique de l'Algérie
- Sensibiliser le citoyen à préserver l'identité Algérienne
- Aider à la lutte contre le phénomène de l'immigration clandestine
- Initier les jeunes à la culture du voyage.

¹ Robert Lafore, « Le rôle des associations dans la mise en œuvre des politiques d'action sociale », Dans l'informations sociales 20100/6(n°162), pp.67-68

² Djedri Nahade, « Rôle du mouvement associatif dans la promotion de l'entrepreneuriat social », mémoire de fin de cycle, Sciences de Gestion, Université de Bejaïa, 2017, p.62

Section 2 : Le mouvement associatif et son évolution

1. Historique du mouvement associatif en Algérie

Dès l'indépendance en 1962, le régime algérien avait reconduit la loi sur les associations de 1901 établie durant la période coloniale. Cependant, à mesure que le régime consolidait son pouvoir sur la base du parti unique, il imposait de nombreuses restrictions à la liberté d'associations. La promulgation de l'ordonnance de 1971, en instituant le double agrément, permit aux autorités d'exercer un pouvoir discrétionnaire notamment en matière d'autorisation de création d'associations.

Les associations constituées dans ce contexte relevaient des domaines sportif, professionnel ou religieux et étaient contrôlées par les organisations de masse et les unions professionnelles, elles-mêmes encadrées par le régime.

« La littérature sur le mouvement associatif algérien des deux dernières décennies converge sur l'importance du rôle de l'État dans le façonnement de la vie associative ».¹ Elle converge aussi sur la fragilité et l'éparpillement d'un tissu associatif subordonnée à l'État dans sa majorité, avec une minorité d'associations autonomes dont le centre d'intérêt gravite autour de questions relevant globalement de droits de l'homme.

Les associations algériennes nées après 1989, particulièrement après la loi relative aux associations de 1990 avaient suscité beaucoup d'enthousiasme, par leur nombre et leur diversité. Ce développement associatif est expliqué par diverses hypothèses : désengagement de l'État, volonté de l'État de se conformer aux standards de la démocratie après la chute du bloc soviétique, stratégie de survie pour un État cherchant à aménager des espaces de libertés sous-contrôle, association d'une réelle société civile autonome par rapport à l'État, etc. « Ces explications ne sont pas limitées au cas algérien, elles concernent autant de pays arabes que de pays en voie de développement qui ne sont engagés dans les réformes libérales à partir des années 80 ».²

Malgré les contraintes administratives et légales qui pèsent sur le secteur associatif ainsi que sa large instrumentalisation par le pouvoir, certaines organisations ont réussi à conserver une marge d'autonomie.

¹ Nourredine Mihoubi, « Transformation du mouvement associatif en Algérie depuis 1989 : les voies de la professionnalisation », *Revue algérienne d'anthropologie et des sciences sociales*, Insaniyat 70-69/ 2015, p.2

² Ibid. p.1

« Les organisations algériennes et internationales de défense des droits humains ont exercés de fortes pressions à la fin des années 1990 sur le régime algérien en dénonçant systématiquement les excès du pouvoir dans sa guerre contre les groupes armés islamistes ».¹

L'internalisation du phénomène associatif algérien a suscité de la part du pouvoir une certaine ambivalence, c'est-à-dire que l'existence d'un tissu associatif actif représente un atout car il renforce la légitimité du pouvoir à l'extérieur, notamment vis-à-vis de l'Europe.

2. Évolution du mouvement associatif en Algérie

Tout d'abord, il est important de rappeler que l'Algérie est un pays qui a traversé une décennie de violence.

Après l'adoption de la constitution de 1989, qui a ouvert la voie à la liberté d'association ratifiée par la loi 90-31 de Décembre 1990, le mouvement associatif a connu un essor sans précédent.

L'évolution du mouvement associatif algérien depuis 1989, est caractérisée par trois principales phases :

- La première est celle du développement des associations après les réformes politiques engagées à la fin des années 1980.
- La deuxième phase est celle des reflux des associations durant les années 1990, en raison de l'insécurité.
- La troisième est celle qui a accompagné le retour progressif à la paix à partir des années 2000 jusqu'à nos jours.

« La désintégration du lien social, le rejet massif du désengagement politique, [...], le mépris pour un régime corrompu, sont des sentiments populaires encore très vivants même si la volonté de tourner la page de la décennie noire étouffe encore l'élan contestataire que cette situation pourrait générer ».²

Dès l'indépendance en 1962, le régime algérien avait reconduit la loi sur les associations de 1901 établie durant la période coloniale.

« Ce n'est qu'à partir des années 2000 que le mouvement associatif recouvre un certain dynamisme, les contraintes qui pèsent sur le secteur sont cependant nombreuses. Le champ politique et légal dans lequel évoluent les associations est toujours marqué par l'État d'urgence

¹ Laurence Thieux, « Le secteur associatif en Algérie : la difficile émergence d'un espace de contestation politique », *L'Année du Magreb*, 2009.

² Laurence Thieux, « Rapport sur le mouvement associatif et la femme dans le milieu rural en Algérie », Edition CERAI, 2010, p15.

en place depuis 1992 ». ¹ Ce n'est qu'à la fin des années 1990 que l'Algérie à retrouver son calme.

Selon les sources officielles en 2008, il y avait en Algérie 81.000 associations. Cependant, le nombre florissant d'associations n'est pas un indicateur fiable du dynamisme de la société civile algérienne. La création d'une association culturelle dénommée « *Ahal* », à Tamanrasset, dans le courant du premier semestre 1989, révèle pour l'observateur de l'évolution des sociétés *Touarègues*, une innovation certaine. « La société des *Kel Ahaggar* a été marquée, depuis les années soixante-dix, par une série de bouleversements induits par le contact avec l'économie moderne, la dégradation de l'environnement naturel qui provoquera un brusque afflux des réfugiés des *Touarègues* notamment au nord du Niger et du Mali vers Tamanrasset ». ²

Pendant des années, les groupes sociaux de l'Ahaggar ont subi, en essayant de subsister plutôt que de s'adapter, une évolution qui leur échappait complètement. La démarche qui est à l'origine de création cette association est constituée d'un groupe d'une dizaine d'étudiants originaires de la Willaya de Tamanrasset et effectuant des études supérieures à Alger. Dès 1988, des changements vont avoir lieu tant au niveau national qu'au niveau international.

« Pendant l'été 1988, les étudiants essayent de sensibiliser d'autres catégories sociales (enseignants, fonctionnaires) pour les amener à leur démarche, disons culturaliste, mais le climat policier qui règne à Tamanrasset provoque, de la part des personnes contactées, rarement plus que de la sympathie verbale ». ³ C'est dans ce contexte que régissent les évènements d'octobre 1988 qui secouent plusieurs villes du nord d'Algérie.

Du processus de libéralisation politique qui s'ensuit, le groupe d'étudiants retient surtout les possibilités de s'organiser dans un cadre associatif, aidés par l'exemple d'étudiants d'Alger, de Tizi-Ouzou, de Médéa, c'est ainsi que le projet se précise d'autant plus vite que les expériences et le savoir- faire circulent rapidement.

Dès le début du 20^{ème} siècle, on assiste à la constitution du paysage associatif avec la création des premières associations culturelles comme la Rachidiya en 1902 à Alger et le cercle Salah Bey en 1907 à Constantine.

¹ Ibid. p17

² Rachid Bellil, « Une nouvelle forme d'action : le mouvement associatif à Tamanrasset », Revue du monde musulman et de la Méditerranée n°57, 1990, p 153.

³ Ibid. p154

« Le mouvement va s'étendre à toute l'Algérie : à Tlemcen, le cercle des Jeunes Algériens, à Khenchla, l'Amicale des Sciences Modernes, à Annaba, le Cercle du Progrès et d'autres associations musicales et clubs sportifs voient le jour ».¹

Après plusieurs années d'activité, il a été constaté que certaines associations ont failli à leurs obligations d'où une nouvelle loi promulguée en septembre 2011 qui va consacrer un certain durcissement au niveau de la constitution des associations, « voir un recul quand on sait que l'administration peut prendre une décision de refus délivré un récépissé d'enregistrement alors que sous l'égide de la loi de 1990, l'administration devrait en référer à la justice ».²

En Algérie, en matière d'autonomie de la société civile, avant l'année 1988, on a assisté à la disparition de certaines structures de l'État comme le ministère des anciens moudjahidines ou même celui des sports qui est devenu la Délégation aux sports dirigé dont les attributions étaient destinées, entre à l'autonomisation des activités des associations sportives et à la responsabilisation des dirigeants sportifs.

3. Les jeunes et le mouvement associatif en Algérie

Les mouvements des jeunes en tant que forme d'action sociale globale, ont connu durant le 20^{ème} siècle une dynamique spectaculaire, dont l'évènement principal est sans aucun doute la révolte de 1968 à l'échelle mondiale. « Cette révolte a transformé la perception sociétale de la jeunesse et a abouti en 1985 à la reconnaissance universelle de la jeunesse, comme acteur social à part et entière, en Algérie la révolte des jeunes en Octobre 1988 a inauguré une nouvelle ère des mouvements des jeunes ».³

En rapport avec la jeunesse, phénomène apparu avec la société industrielle de l'urbanisation au début du siècle, quelques périodes historiques voient le jour :

- Du milieu à la fin du 19^{ème} siècle, apparaissent essentiellement des mouvements à caractère religieux en particulier dans le monde occidental.
- Au début du 20^{ème} siècle, un nouveau type de mouvement s'affirme qu'on peut qualifier de (naturiste) en rapport avec la société industrielle et les effets de la colonisation.

¹ Zoulikha GADOUCHE, « L'évolution du Droit de l'Homme de 1901 à 2012 », Revue scientifique Publiée par le Laboratoire des S.T.A.P.S n°03, 2012, p15

² Ibid. p14

³ Saib Musette, « Les mouvements des jeunes : enjeux et perspectives », Cahiers du CREAD n°53, 3^{ème} trimestre, 2000, p.1

- À partir des années 20, après la première guerre mondiale, les mouvements des jeunes entrent dans une guerre idéologique et politique, avec les jeunes communistes.
« En octobre 1988, la jeunesse algérienne déborde l'encadrement politique et s'impose, à l'instar des jeunes du monde entier, à la pensée unique ».¹

Figure n°3 : tableau représentant le poids des jeunes en Algérie.

Âge/sexe	<i>masculin</i>	<i>Féminin</i>	<i>Total</i>
15-19	1897498	1873367	3770865
20-24	1551658	1440432	2992080
25-29	1276377	1207183	2483560
15/29	4725523	4520982	92465,05
15-19	20,52	20,26	40,789
20-24	16,78	15,58	32,36
25-29	13,80	13,06	26,86
15/29	51,11	48,89	100,00
Pop. Totale	14735181	14437272	29172453
% jeunes	32,07	31,31	31,70

Source : Saib Musette, « Les mouvements des jeunes : enjeux et perspectives », Cahiers du CREAD n°53, 3^{ème} trimestre, 2000, p.3.

Selon les services statistiques du MJS, le mouvement des jeunes était évalué en 1998 dans sa première composante à :

- 3442 associations de jeunes en Algérie, dont 1339 associations à caractère culturel et 801 dans les activités des jeunes pour les plus importantes, et le nombre minimal est enregistré dans la lutte contre la toxicomanie et le volontariat.

¹ Saib Musette, op.cit. p3

- Le deuxième pan du mouvement des jeunes est localisé dans les associations sportives, avec 12521 associations, dont 5818 dans le sport scolaire, 884 dans le football et 692 dans le monde du travail.

« La dynamique associative, dans sa version moderne se structure et se densifie essentiellement en milieux urbains alors que les associations traditionnelles demeurent relativement contenues dans les limites du monde extra-urbain, la Kabylie et les Willayas du sud présentent de bonnes illustrations ». ¹

Globalement les 40000 associations dispersées majoritairement à travers les grands centres urbains algériens se structurent autour de cinq grands domaines d'interventions :

Le social, la religion, le sport, la ville et l'éducation. « L'émergence des associations relatives au cadre urbain a constitué une des caractéristiques du mouvement associatif en Algérie depuis l'avènement de la loi de 1987 ». ²

Le mouvement associatif algérien est d'essence récente, son apparition et son développement réels coïncident avec la démocratisation de la vie politique, économique, sociale et culturelle lancée à la fin des années 1980. En Algérie, la primauté des activités de jeunesse et culturelles est attestée par le nombre des adhérents (61,6% du total des adhérents au niveau national).

Le seul moyen de communication pour les associations algériennes étant les radios locales, car la possibilité de publication est restreinte et semble avoir un coût imposant que ne peuvent se permettre ces dernières. Seulement l'accès à l'internet pourrait combler ce vide, c'est pour cela qu'il serait important de rendre accessible ce moyen de communication très efficace aux associations algériennes.

Elles pourraient également se servir de ce moyen pour promouvoir leurs activités au niveau régional et national.

4. L'apport des associations de la willaya de Bejaia dans le développement des territoires ruraux

Le renforcement du rapport des communautés avec leurs territoires est aujourd'hui primordial pour lutter contre les problèmes de développement économique, social et local. Ainsi, il est intéressant de se concentrer sur le facteur humain en donnant à la population l'opportunité de créer des modèles de développement répondant aux besoins de leur communauté.

¹ Abdelkader Lakjaa, « Vie associative et urbanisation en Algérie », *Cahier du CREAD n°53*, 3^{ème} trimestre, 2000, p.3

² Ibid. p.10

Les acteurs locaux dans la willaya de Bejaïa représentent un facteur de développement très rigoureux, ils interviennent dans divers domaines tels que : la sauvegarde du patrimoine culturel et naturel, le sport, la culture et l'humanitaire, l'éducation, et d'autres formes de bénévoles, etc...

Bien qu'elle soit ancienne, la willaya de Bejaïa « regorge d'endroits à valeurs écologique et touristique, sa physionomie multiple de zone rurale verdoyante et coquette, ville côtière lui confère une vocation agricole et forestière dominante ».¹ Dans cette région, l'indice de développement de l'économie rurale (IDER) est de 0,310, ce qui montre que les territoires ruraux de la willaya peinent à sortir de leur mal développement.

« L'exode rural et le surpeuplement des campagnes en Kabylie traduisent bien le décalage, sinon le déséquilibre entre la dimension sociale et la dimension économique du développement dans cette région ».² L'un des facteurs auxquels sont confronté les associations de cette région est, le mauvais état des chemins communaux et leur insuffisance ne permettent pas de relier les territoires les plus éloignés aux grands axes de communication et empêchent les ruraux de renouer des relations avec leur environnement socio-économique.

Il faut signaler que parallèlement à ces associations présentes en milieu rural, il existe une structure traditionnelle communautaire dénommée « Tajmaat », ce type d'organisation intervenant généralement pour gérer les affaires du village est considéré comme une institution régie par des règles et normes « qanun ».

Un des principaux buts de ces associations est de constituer un véritable relais pour les population villageoise, relais au sens ou le définit M. Crozier, c'est-à-dire des associations « qui expriment leur fonction de maillon permettant d'établir une concaténation et qui traduisent un dilemme s'attachant à leur rôle »³.

Les communautés villageoises, à travers les associations (comités de village, associations socio-culturelles, associations de village) pour faire face à l'anarchie qui a concerné un bon nombre de leurs villages tels que le blocage des routes par les jeunes, les vols, les agressions peu prévisible et difficilement gérable ont eu recours au registres anciens en les intégrant dans leurs actions.

¹ Aïssa Merrah, « Communication territoriale et représentations de l'environnement : Cas des acteurs locaux dans la ville de Bejaïa (Algérie) », Revue Tunisienne de communication, Institut de Presses et des Sciences de l'information, Université de la Manouba, 2014, p.149

² Akli Akerkar, « le sous-développement en Kabylie, une approche par les milieux innovateurs », 51^{ème} Colloque ASRDLF, 2014, p.10

³ Crozier, M et Friedberg, M, L'acteur et le système, Paris, seuil 1977, p448

Chapitre 4 : Le mouvement associatif en Algérie : évolution et champs d'interventions

« L'action des associations est souvent classée selon son aspect social, c'est-à-dire venir en aide aux pauvres, en réalité bien que cette dernière prenne en charge les personnes dans la précarité et souffrant de pauvreté »¹. Les associations sont de réels vecteurs de création de richesse, de création d'emploi et de valorisation des ressources.

Les acteurs associatifs locaux de la willaya de Bejaia ont été déterminants dans le développement local et fortement impliqués, ils ont relevé le défi de défendre la cause, l'intérêt et l'amélioration des conditions de vie de manière générale. L'ensemble de leurs actions se base sur le facteur humain qui constitue la plus grande richesse d'un territoire.

¹ Zineb Kaf, Abdellatif Bouzza, le rôle des associations dans le développement des territoires ruraux : Cas du village de MBARKYENE de le Commune de HAD Lbrachoua, www.ijafame.org, consulté le 22/04/2022.

PARTIE PRATIQUE

Chapitre 5 : Les particularités de l'étude sur le terrain

Section 1 : Le cadre spatio-temporel de l'étude

Notre étude s'est déroulée dans un cadre spatio-temporel bien précis et bien défini.

a. Le temps de l'étude :

Le temps de notre enquête sur le terrain s'est étalée du 07/05/2022 au 13/05/2022, période durant laquelle nous avons effectué des entretiens semi-directifs avec les associations qui constituent notre échantillon à savoir : Association culturelle Awal taddart tamokrant, Association sociale Afus Deg Afus, Association sportive Body Building Yourk Fitness. Dans chaque association nous avons interviewé le président, le vice-président et le trésorier.

Il est à noter que lors de nos entretiens avec les membres de l'association sociale Afus Deg Afus le vice-président âgé de 60 ans ayant un niveau d'instruction moyen nous a déclaré « *qu'il est du même point de vu que le trésorier et le secrétaire général sur tous les points que nous allons abordés avec eux puisque ce dernier à un problème de maîtrise de langue française et donc on a eu recours au porte-parole (qui occupe le poste de trésorier au sein de l'association) pour agir de sa part* ».

Nous avons aussi eu recours aux membres actifs lors de nos entretiens en l'absence du trésorier.

Ces entretiens ont été effectués sous plusieurs axes afin de connaitre la manière dont les associations communiquent pour servir et atteindre les jeunes.

D'après les informations fournies par l'administrateur du bureau des associations locales, nous avons en général 172 associations dans willaya de Bejaia dont 83 sont actives en milieu rural dans la commune d'Amizour.

b. Le lieu de l'étude :

Le premier lieu porte sur les associations et le deuxième concerne le bureau des associations de la commune d'Amizour.

Concernant le cadre spatial de notre étude de recherche, nous avons considéré le bureau des associations locales comme étant l'intermédiaire avec les différents responsables des associations durant toute la période de l'enquête de terrain.

Le lieu de l'étude est représenté par les associations suivantes :

- **Association culturelle Awal Taddert Tamokrant**
- **Association sportive Body Building Yourk Fitness**

- Association sociale Afus Deg Afus**1.1.1. Présentation des associations**

Il est à noter que dans ces associations il y'a une circulation des taches et sont reparties de manière très fluide entre le président, le vice-président, le trésorier et même les adhérents.

2.1.2. L'association culturelle Awal :**• Présentation de l'association :**

L'association AWAL est située au centre du village de *Taddert Tamokrant* à 18km au-dessus de la commune d'Amizour qu'il domine, près du col de Barbacha perché sur les hauteurs rocheuses de la Kabylie des Babors à 700m d'altitude et regroupant un grand nombre de petits hameaux entourant le chef-lieu de l'ex commune appelée *Lekhmiss*, et qui sont : Taddert, Salha, Tizi Ouchen, Boulazazene, Targa Ouirane, Lekhmiss, Boumeraou et Tayemount, communément appelés : *Taddert Tamokrant*, est une association à caractère culturel à but non lucratif.

L'association porte le nom de « AWAL » en langue Kabyle, qui signifie en français la *parole*.

Elle a été créée le 04/02/2015, et active dans le domaine de la culture. L'association AWAL dispose d'un bureau exécutif composé de 15 membres, et plus de 250 adhérents.

Elle travaille dans 04 volets essentiels :

- Domaine de la culture en général et la sauvegarde du patrimoine culturel, des normes, valeurs, et traditions du village.
- Volet éducatif
- Volet sportif
- Volet humanitaire.

Cette association fait des activités dans tous ces domaines cités ci-dessus, elle ne se limite pas seulement à son aspect culturel.

• Les objectifs de l'association Awal :

Parmi les objectifs fixés par l'association Awal dans le but de promouvoir la culture, nous avons :

- La sensibilisation de tous les jeunes du village.
- Les réunir et les faire intégrer dans le mouvement associatif pour les occuper.
- Préservation du patrimoine culturel, traditions, normes et valeurs.
- Défendre les intérêts du village.

- Organisation de rencontre chaque année pour permettre aux citoyens du village d'exprimer leurs opinions afin de trouver, discuter/ ou débattre sur les besoins du village et créer des systèmes d'entraide.
- Venir en aide aux démunis dans tout le village (*Touiza*).

2.1.3. L'association Afus deg Afus :

- **Présentation de l'association Afus deg Afus :**

L'association Afus deg Afus qui signifie en langue kabyle « *main dans la main* » est située dans la commune d'Amizour (willaya de Bejaia), créée le 16/06/2019 au centre du village Ighil Ialouanenne par un ensemble de personnes motivées afin de défendre les intérêts de leur village et améliorer les conditions de vie des citoyens locaux. Ils l'ont créé dans le but de donner une voix aux jeunes, aux personnes âgées et toute autre catégorie de personne souhaitant donner son apport pour le développement du village. Elle dispose d'un bureau exécutif composé de 9 membres actifs, de 15 membres fondateurs et d'autres partenaires installés à l'étranger.

- **Les objectifs de l'association Afus deg Afus :**

- Travailler pour développer les conditions de vie des citoyens au sein du village.
- Lutter contre les maux sociaux.
- Servir d'intermédiaire entre les citoyens du village et les autorités locales.
- Défendre les intérêts et biens du village.
- Assainissement du village.
- Célébration des festivités culturelles, religieuses et nationales telles que (yennayer, l'aïd, le 05juillet).

2.1.4. L'association sportive Body Building Yourk Fitness :

- **Présentation de l'association Body Building Yourk Fitness :**

Body building Yourk fitness est une association active dans le domaine sportif (spécialisée en musculation) à but non lucratif créée le 17/05 2021, elle travaille par l'agrément de la DJS (Direction de la Jeunesse et de Sport) de la willaya de Bejaïa. Cette association exerce actuellement ses activités avec son propre budget à travers les cotisations collectées par les membres du bureau qui sont au nombre de 11.

Une fois qu'elle parvient à clôturer une année de travail, elle va commencer à recevoir de l'aide (matériels, uniformes, financement...), auprès de la DJS.

- **Les objectifs de l'association body building Yourk fitness :**

- Préparer et recruter des athlètes.

- Sélectionner les meilleurs parmi eux pour participer aux compétitions régionales et nationales.
- Instaurer une forme de cohésion sociale au niveau local.
- Améliorer la morphologie des adhérents.
- Mettre à la disposition des jeunes (filles et garçons) un créneau favorable par semaine pour leur entraînement.
- Faire passer les gens d'un état à un autre (obésité, accident de jambe ou d'une autre partie du corps pour avoir une forme bien cadrée).
- Former les athlètes pour avoir une carrière dans le domaine.
- Faire des rééducations physiques.
- Mettre en place une forme de culture sportive chez les jeunes d'Amizour.

2.1.5. Le bureau des associations de la commune d'Amizour :

- **Présentation du bureau des associations de la commune d'Amizour et ses objectifs / ou fonctions selon le code de la Loi n° 90-08 du 07 Avril 1990 portant code de la commune :**

Le bureau des associations représente le premier lieu qui joue le rôle d'intermédiaire, de guide et d'orientation avec les différentes associations concernées par notre étude de recherche durant la période de l'enquête, car c'est toujours lui qui nous permet de prendre attache et fixe les rendez-vous / ou les rencontres avec les responsables des associations.

Le bureau des associations de la commune d'Amizour exerce ses activités selon l'ordre et l'approbation de l'APC.

Le siège du bureau des associations se trouve au niveau de la Direction de l'état civil de la commune et est composé d'un administrateur et d'une secrétaire qui sont chargés uniquement des affaires qui concernent les associations au niveau local.

Selon la loi n° 90-08 du 07 Avril portant code de la commune*, le bureau des associations travail en conformité avec les articles régies par cette dernière dans l'exercice de ses activités et s'oppose à toute autre forme de loi qui ne se base pas sur les normes et les règles juridiques dictées par l'État. Ce bureau fait partis des services des affaires culturelles et sociales.

Chaque semaine ils font des statistiques et les envoient au niveau de la Daïra ou au niveau de la Willaya, ils saisissent toutes les données dans un logiciel national conçu uniquement pour les associations.

- **Ses objectifs / ou fonctions :**

- Faire des statistiques sur le mouvement associatif et un suivi quotidien de toutes les associations pour être à jour par rapport à leurs bilans annuels.
- Renouvellement des agréments des associations ou des bureaux qui existent déjà au niveau de la commune d'Amizour.
- Modification des statuts des associations.
- Validation de tous les changements au niveau du bureau des associations.

* Information récolter lors de l'entretien effectuer avec l'administrateur du bureau des associations de la commune d'Amizour. En date du 24/05/2022.

Le bureau des associations de la commune d'amizour est une structure bien définie avec des taches qui sont réparties sur des sections qui a la fois s'occupe du suivi de l'évolution des associations et des statistiques concernant les activités de ces associations. *(voir annexe n°1).

Section 2 : Présentation des caractéristiques de l'échantillon

- **Présentation des caractéristiques de l'étude :**

Dans cette partie nous allons développer les caractéristiques des éléments qui constituent les trois associations, c'est-à-dire les enquêtés que nous avons interviewé dans les trois associations dans un premier temps.

Ensuite dans un second temps nous allons déterminer ces caractéristiques au niveau de chaque association.

Tableau N°1 : Répartition de enquêtés selon le sexe.

Sexe	Effectif
Masculin	9
Féminin	0
Total	9

D'après les résultats de ce tableau, nous remarquons que la totalité des enquêtés de notre échantillon est composé de sexe masculin. Nous constatons aussi que les représentants des postes dans le milieu associatif en Algérie sont occupés par des hommes, tandis que le niveau d'intégration des femmes est faible. Ceci peut s'expliquer par le fait que les hommes

sont les plus actifs dans le mouvement associatif dans les zones rurales et particulièrement dans la commune d'amizour.

Tableau N°2 : Répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge.

Catégorie d'âge	Effectif
20-30 ans	03
30-40ans	03
40-50 ans	0
50-60 ans	03
Total	9

D'après le tableau ci-dessus nous constatons que la catégorie des personnes qui sont les enquêtés varie entre les jeunes même si la plupart des causes qui sont défendues elles sont pour les jeunes mais on trouve plusieurs catégories de plus jeunes aux plus âgées. La catégorie de jeune se trouve dans l'association culturelle et sportive. Il est à mentionner que dans la plupart des associations de la commune d'Amizour les représentants sont plus jeunes (élément que nous avons constaté lors de la pré-enquête).

Tableau N°3 : Répartition des enquêtés selon la fonction.

Fonction	Effectif
Président	1
Vice-président	2
Trésorier	1
Secrétaire Général	3
Membres actifs	2
Total	9

Ce tableau montre la fonction occupée par les enquêtés au sein de notre échantillon. Nous remarquons que le poste de président, du vice-président, du trésorier est sous représenter dans l'échantillon ceci s'explique par le fait que la tache de porte-parole a été assigner principalement

dans les différentes associations au secrétaire général vu l'indisponibilité du président et du vice-président. Il est à noter que seul le poste de secrétaire général qui est occupé au niveau de toutes les associations est représenté dans toutes les associations c'est-à-dire qu'il représente la catégorie la plus dominante par rapport aux autres fonctions.

Tableau N°4 : Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction.

Niveau d'instruction	Effectif
Moyen	1
Secondaire	3
Universitaire	5
Total	9

D'après ce tableau, nous constatons que la majorité des représentants des associations à caractère sportif, culturel et social de la commune d'Amizour ont un niveau d'instruction universitaire de (5 sur 9), soit un peu plus de la majorité de l'échantillon total.

Sur les 9 interviewés de toutes les associations, seule les 3 représentants de l'association culturelle Awal Taddert Tamokrant qui ont tous un niveau d'instruction universitaire. 2 représentants ont aussi un niveau d'instruction universitaire au niveau de l'association sportive body building fitnes yourk physique. Tandis que nous avons enregistré seulement 1 représentant qui a un niveau d'instruction secondaire au sein de l'association sociale afus deg afus. Il est à noter que le vice-président de l'association sociale à un niveau d'instruction moyen et est élu à ce poste grâce à ses compétences intellectuelles et professionnelles.

Ceci permet de dire que le niveau des représentants au sein de ces associations est d'investir dans le domaine de la jeunesse de la manière la plus éclairer et la constructive possible en raison du bon niveau des intervenants dans les associations.

Tableau N°5 : Répartition des enquêtés selon la formation.

Formations	Effectifs
Pas de formation	2
Agent de rééducation	1
Textile	1
T.S en électromécanique	1
Boucherie	1
Gestion en économie et coaching	1
Langues	1
Maintenance en énergie et installation des panneaux photovoltaïque.	1

À travers ce tableau nous constatons que la majorité des représentants ont suivi une formation. Ce qui va permettre aux associations de mieux avancer dans l'exercice de leurs activités grâce au niveau intellectuel des différents représentants.

Nous remarquons aussi que les formations des représentants des associations touchent plusieurs domaines.

Tableau N° : 6 Répartition des enquêtés selon l'expérience dans le domaine associatif.

Expérience dans le domaine associatif	Effectif
5 ans	05
10 ans	03
15 ans	01
Total	09

Ce tableau nous indique que 5 des interviewés ont une d'expérience de 5 ans dans le domaine associatif.

Seule l'association sociale qui a un représentant ayant un niveau d'expérience de 3 ans dans le domaine, mais tout de même il occupe le poste du vice-président.

Les résultats de ce tableau nous indiquent que la majorité des enquêtés ont une expérience dans le domaine associatif qui est assez remarquable mais qui reste tout de même récentes.

La préoccupation des jeunes est de plus en plus grandissante et notamment durant les 10 dernières années.

Tableau N° 07 : Répartition des enquêtés selon le lieu de l'habitation.

Lieu d'habitation	Effectif
Village de Ighil-Ialloannen	3
Village de Taddert Tamokrant	3
Village de Boughadjedene	3
Total	09

D'après ce tableau, nous constatons que tous les enquêtés de chaque association sont des autochtones de leurs villages respectifs, c'est-à-dire que ce sont des personnes qui évoluent dans le milieu rural et qui connaissent les préoccupations de ce milieu qui sont en contact avec les locaux et en même temps ils connaissent les préoccupations de la région et du village, ils sont en phase avec le monde rural et connaissent aussi ces lacunes et les préoccupations des habitants.

Tableau N°8 : les caractéristiques des enquêtés de trois associations.

Associations	Enquêtés	Sexe	Age	Fonction	Niveau d'instruction	Formations	Expérience dans le domaine	Lieu d'habitation
Association culturelle	1	M	39 ans	Membre actif	Universitaire	/	3 ans	Village de Taddert Tamokrant
	2	M	29 ans	Membre actif	Universitaire	Energie et installation des panneaux photovoltaïque	6 ans	Village de Taddert Tamokrant
	3	M	33 ans	Secrétaire général	Universitaire	Langues	7 ans	Village de Taddert Tamokrant
Association sociale	4	M	55 ans	Trésorier	Secondaire	Rééducation	6 ans	Village de Ighil-Ialloannen
	5	M	60 ans	Vice-président	Moyen	Textile	3 ans	Village de Ighil-Ialloannen
	6	M	55 ans	Secrétaire général	Secondaire	T.S en électromécanique	6 ans	Village de Ighil-Ialloannen
Association sportive	7	M	33 ans	Président	Secondaire	Économie de gestion	1 an	Village de Boughadjedene
	8	M	26 ans	Vice-président	Secondaire	Boucherie	1 an	Village de Boughadjedene
	9	M	21 ans	Secrétaire général	Universitaire	/	1 an	Village de Boughadjedene

Chapitre 6 : Analyse et interprétation des résultats

Section 1 : Analyse descriptive de contenu des entretiens :

Concernant cette section, nous allons procéder à l'analyse descriptive de contenu des données recueillies lors de nos entretiens avec les trois associations qui représentent notre échantillon d'étude à savoir :

- Association culturelle awal
- Association sociale afus deg afus
- Et l'association sportive body building fitness.

Cette analyse contient trois axes principaux élaborés à travers les différentes variables de notre thématique qui nous permettront de répondre à la question spécifique de la problématique de recherche par la suite et voir s'ils vont confirmer ou infirmer nos hypothèses à la fin.

Axe 1 : Les moyens de communication mobilisés par les associations de la commune d'Amizour.

À travers cet axe, nous tenterons de connaître de manière générale les moyens de communication utilisés par les associations.

De voir également comment ces associations communiquent dans le cadre de la communication associative avec les jeunes et la population en général pour servir les causes et les projets des jeunes.

- Les moyens de communication utilisés par les associations auprès de la population.

Concernant la question N °1 : Quels sont les moyens de communication que vous utilisez auprès de la population ?

Nous constatons que les associations utilisent divers moyens de communication, mais les RSN sont les plus favorisés.

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 29 ans ayant un niveau d'instruction universitaire a déclaré : « *on utilise les moyens de télécommunication tels que Facebook (un compte et une page Facebook), un site web qu'on a créé sur la plateforme Wix*, on utilise aussi les moyens de base, des réunions ordinaires et extraordinaires en dehors de la programmation de l'association* ». ¹

* Wix est une plateforme en ligne qui permet de créer des sites web facilement, et vu le programme annuel chargé de l'association culturelle Awal Taddert Tamokrant et l'insuffisance de stockage de leur contenu média, ils ont choisi wix comme solution et le store de tous les événements de leur association.

Le trésorier de l'association sociale Afus Deg Afus nous a répondu « *on utilise le Facebook, YouTube pour diffuser des vidéos en direct pour les personnes qui n'ont pas pu venir aux réunions afin d'être au courant des interventions et des décisions prises par l'assemblée* ».

Il a ajouté : « *on utilise la voie d'affichage en premier, on affiche dans notre tableau et dans les coins populaires du village pour que tout le monde soit informé* ».

De son côté le président de l'association sportive âgé de 33 ans nous a dit « *les moyens que nous utilisons pour communiquer avec la population sont les publicités* ».

D'ailleurs, le vice-président de l'association body building Yourk fitness ayant un diplôme universitaire de master en STAPS âgé de 26 ans nous a expliqué ceci : « *on utilise la communication verbale, car pour expliquer la musculation à un athlète, celle-là est la plus adéquate, personnellement je communique avec eux de manière verbale et gestuelle* ».

Nous constatons aussi que les associations ont recours à d'autres moyens de base comme les réunions villageoises, les assemblées générales, les conférences, les débats, le bouche à oreille et l'affichage. Ce qui veut dire que leur système de communication regroupe les moyens de base et numériques à la fois.

- Les moyens de communication les plus utilisés auprès des jeunes au sein des associations. Concernant la question N° 2 : Quels sont les moyens de communication les plus utilisés auprès des jeunes au sein de votre association ?

À travers cette question nous remarquons que les associations privilégient plus la voie d'affichage, les réunions, la communication interpersonnelle, le contact direct et les RSN auprès des jeunes.

Le président de l'association sportive nous a dit : « *les moyens de communication que nous utilisons pour communiquer avec les jeunes sont les RSN* ».

D'après le secrétaire général de l'association sportive body building yourk fitness âgé de 21 ans ayant un niveau d'instruction universitaire « *Avec les jeunes on communique de manière direct* ».

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 39 ans avec un niveau d'instruction universitaire a déclaré « *Généralement avec les jeunes on communique à travers des vidéos en live, avec les contacts directs, nous n'avons jamais fermé nos portes, ils sont toujours au courant de ce qu'on fait* ».

Le trésorier de l'association Afus Deg Afus autochtone du village de *Ighil Iallouannen* nous à expliquer ceci : *« comme c'est un petit village on a pas besoin d'utiliser d'autres moyens que les plus simples comme les réunions, nous faisons appel à tous les citoyens tel jour à telle heure qu'il y'aura une réunion au sein de l'association ou au centre du village, nous les membres de l'association vont préparer l'évènement et il y aura des interventions de tout le monde , chacun va donner son avis et après on va essayer de faire avec les meilleures idées ».*

D'après ces interventions, nous constatons que l'association culturelle et l'association sportive utilisent plus le contact direct et le bouche à oreille pour discuter avec les jeunes de leurs activités.

Et au niveau de l'association sociale Afus Deg Afus l'affichage et les réunions du village sont les moyens de communication les plus utilisés auprès des jeunes et de la population en général.

- Les principales thématiques sur lesquelles communiquent les associations.

Concernant la question N°3 : quelles sont les principales thématiques sur lesquelles vous communiquez ?

Nous constatons que les associations communiquent sur des thématiques qui visent l'intérêt général selon leurs objectifs fixés.

Le secrétaire général de l'association culturelle awal âgé de 33ans avec 12 ans d'expérience dans le domaine associatif a déclaré *« on communique sur les thématiques concernant, la culture, l'humanitaire dans l'intérêt général du village ».*

Le secrétaire général âgé de 21 ans de l'association sportive a dit : *« Attirer la jeunesse pour éviter les phénomènes sociaux comme le tabac, drogue, vol, communiquer aussi sur des thématiques qui visent à sensibiliser les jeunes à pratiquer le sport ».*

De son côté le trésorier de l'association sociale âgé de 55 ans considéré comme le porte-parole de l'association nous a répondu : *« On communique sur des thématiques concernant l'assainissement du village, des thématiques portant sur le volet humanitaire, par exemple s'il y a une personne qui est dans le besoin nous allons lancer un appel à toutes les personnes de bonne volonté pour solliciter leur aide, sensibilisation sur la délinquance ».* IL a ajouté aussi *« on ne va pas laisser le mal dominer, parce que si tu laisses le mal dominer donc c'est ton fils ou le fils de l'autre qui sera victime ».*

D'après les témoignages de nos enquêtés nous constatons que l'association culturelle Awal communique sur des thématiques concernant les trois volets (sportif, culturel et humanitaire)

tandis que l'association sportive communique sur des thématiques limitées uniquement au cadre sportif qui visent à sensibiliser les jeunes à pratiquer le sport pour lutter contre les maux sociaux.

- Les objectifs de la communication des associations

Concernant la question N° 4 : Quels sont vos objectifs à travers votre communication ?

À travers cette question nous constatons que les associations ont des objectifs selon les activités qu'elles réalisent.

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 29 ans nous a expliqué ceci : « *notre objectif à travers cette communication est de voir si le but de cette activité est atteint ou pas, si la majorité adhère au projet on va le réaliser, si elle n'adhère pas on le fait, parce qu'avec la politique mondiale il faut imposer ton travail/ ou projet. Mais après quand tu imposes ton projet à la fin c'est tout le monde qui va adhérer* ».

Le vice-président âgé de 26 ans ayant un niveau d'instruction universitaire a déclaré : « *mon objectif c'est de faire passer le message pour les athlètes quel que soit leur niveau débutant ou ancien* ».

De son côté, le porte-parole (trésorier) de l'association sociale Afus Deg Afus âgé de 55 ans nous a répondu : « *À travers notre communication, on essaie de convaincre les gens et ils ont intérêt de répondre à l'appel car c'est dans leur intérêt, notre objectif c'est la réponse des citoyens, c'est-à-dire nous on aime quand les citoyens répondent en masse* ».

Le président de l'association sportive nous a répondu « *l'objectif de notre communication est d'éduquer les jeunes et éviter l'extrémisme* ».

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 39 ans résidant dans le même village où se trouve le siège de leur association nous a dit « *On vise les jours fériés/ marquants des événements pour faire connaître aux citoyens de notre village nos valeurs culturelles, nos coutumes et traditions de nos ancêtres, faire la publicité de notre culture à travers des expositions, faire connaître notre village à toutes les personnes qui ne le connaissent pas* ».

Nous retenons que chaque association communique suivant ses objectifs dans le but de transmettre le patrimoine culturel dans le cadre sportif, culturel et humanitaire afin d'atteindre et satisfaire tout le monde.

- Les différentes cibles auxquelles s'adressent les associations dans leur communication et les moyens réservés pour chaque cible.

Concernant la question N° 5 qui est : Quelles sont les différentes cibles auxquelles vous vous adressez dans votre communication ? et quels sont les moyens réservés pour chaque cible ?

Pour la majorité des membres des associations la cible principale c'est la cible des jeunes.

Le membre actif de l'association culturelle awal âgé de 29 ans ayant un niveau d'instruction universitaire nous a répondu : « *on s'adresse aux jeunes qui sont notre catégorie et moins et aux gens intellectuels qui nous dépassent pour avoir de l'aide de leur part* ».

Il a ajouté « *On cible également les personnes âgées à travers un évènement qu'on appelle dans nos traditions Ahekouyid yef zikni * qui signifie en Kabyle racontez moi le passé* ». ¹

Selon le vice-président de l'association sportive âgé de 26 ans « *À la salle je cible uniquement les athlètes parce que je ne fréquente que les athlètes* ».

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 33 ans ayant un niveau d'instruction universitaire a déclaré : « *généralement on s'adresse aux gens qui sont sage en impliquant les jeunes, pour les personnes âgées on communique avec eux dans des places publiques telles que les mosquées, cafétéria et les jeunes on interagit avec eux via les RSN* ».

Pour le trésorier de l'association sociale âgé de 55 ans « *On cible les gens qui peuvent nous aidés, les personnes qui peuvent nous aidés financièrement, mais tout de même y'a des gens qui sont avec nous et des gens qui sont contre nous* ».

Il a ajouté : « *si j'ai un soulier qui est endommagé je ne vais pas consulter un mécanicien, je vais consulter un cordonnier, tu vas cibler des gens à qui tu espères qu'ils répondent avec une bonne contribution pour atteindre tes objectifs principales* ».

À travers ces différents témoignages nous constatons que les associations ont une cible commune qui est les jeunes mais l'association culturelle Awal et l'association sociale Afus Deg Afus touchent d'autres cibles qui sont les personnes âgées tout en impliquant aussi les jeunes.

- La place qu'accorde les associations aux technologies de l'information et de la communication (TIC).

À travers la question N°6 qui est : Quelle est la place qu'accorde votre association aux TIC ?

Deux des associations se sont accordées à nous dire qu'elles n'accordent pas une place importante aux TIC.

Le trésorier de l'association sociale Afus Deg Afus âgé de 55ans a déclaré « *le monde marche avec les TIC, mais actuellement notre association ne fait pas usage des TIC à part le téléphone,*

*Ahkuyid yef zik : que veut dire en langue Kabyle « *racontez moi le passé* » on trouve généralement ce type d'évènement dans les traditions villageoises Kabyle.

Facebook et le fax, je parle uniquement de notre association car au niveau de notre village celles-ci ne sont pas évidentes ».

Le vice-président de l'association sportive âgé de 26 ans avec un niveau d'instruction universitaire dit : « *Notre association n'accorde pas vraiment d'importance aux TIC, nous les coachs ici en Algérie on ne peut pas créer une page Facebook ou Instagram, ici en Algérie tout est payant, on travaille de manière standard avec nos athlètes ».*

Les 3 enquêtés de l'association culturelle Awal convergent sur la même affirmation d'idée :

« Tout ce qu'on fait c'est grâce aux TIC ».

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 29 ans ayant un niveau d'instruction universitaire nous a dit : « *Les TIC jouent un rôle très important vu qu'on est au 21ème siècle, c'est à travers les TIC que les gens reçoivent de l'association par la voie numérique ».*

À travers ces témoignages, nous remarquons que seule l'association culturelle Awal qui accorde beaucoup plus d'importance aux TIC par l'usage des RSN.

- Les RSN que privilégient les associations.

Concernât la question N°7 : Quels sont les RSN que vous privilégiez au sein de votre association ?

Nous constatons que les associations privilégient beaucoup les RSN tels que Facebook et YouTube et pour certaines l'intérêt se focalise sur le téléphone multimédia.

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 29 ans a dit : « *c'est le Facebook ».*

Le porte-parole trésorier de l'association sociale Afus Deg nous a répondu : « *parmi les réseaux sociaux numériques, on privilégie le Facebook et YouTube ».*

Le président de l'association sportive a déclaré : « *notre association travaille uniquement avec réseaux sociaux numériques tels que le Facebook et Instagram ».*

Le vice-président de l'association sportive nous a dit « *on a juste une page Facebook, Instagram et un numéro WhatsApp ».*

Le membre actif de de l'association culturelle Awal âgé de 33 ans nous a répondu : « *Généralement le Facebook en même temps on a un site spécial nommé Awal Taddert Tamokrant ».*

Le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 21 ans nous a répondu « *l'email, Messenger, téléphone portable et sms ».*

Le secrétaire général de l'association culturelle Awal âgé de 33 ans avec une expérience de 12 ans dans le domaine associatif a déclaré : « *Facebook, les sites web, et YouTube* ».

Nous avons constaté à travers ces témoignages que l'association culturelle Awal a recours à d'autres réseaux sociaux numériques tels que les sites web et les deux autres associations privilégient plus le téléphone multimédia.

- Les avantages apportés par Facebook aux associations :

Concernant la question N°8 : Quels sont les avantages apportés par Facebook à votre association auprès des différents acteurs sociaux ?

À travers cette question nous constatons que Facebook apporte de grands avantages aux associations par sa rapidité, son efficacité et son accessibilité à tout le monde.

C'est dans cette perspective d'idées que le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 29 ans ayant un niveau d'instruction universitaire nous a répondu « *on a choisi la plateforme la plus utilisée dans le monde qui est le Facebook, car on a plus d'abonnés sur Facebook que sur les autres réseaux sociaux numériques, mais en 2022 ça va changer on va utiliser tik Tok* ».

Le trésorier de l'association sociale Afus deg Afus âgé de 55 ans nous a expliqué ceci : « *Facebook est le moyen qu'on utilise au sein de notre village pour transmettre les informations aux citoyens et lorsque l'information parvient à les atteindre c'est ça notre but. Son avantage pour nous est de transmettre le message et avoir le fruit de ce message au retour, grâce à Facebook on arrive à se mettre en contact avec d'autres associations pour débattre ensemble les problèmes communales* ».

Le vice-président de l'association sportive âgé de 26 ans a énoncé les propos suivants : « *on compare entre une personne qui fume et une personne qui pratique le sport. Nous on ne gagne rien si on partage des conseils, des instructions, des régimes alimentaires, puisqu'ils sont des services payant dans la page, pour moi un des avantages est les personnes qui nous suivent sur notre page Facebook et l'objectif de cette page est destiné aux gens qui veulent intégrer le sport à leur vie quotidienne* ».

Le secrétaire général de l'association culturelle Awal a déclaré « *à travers Facebook, nous avons un système d'informations rapide, une grande visibilité aux yeux du grand public, et il est facile à utiliser* ».

De son côté le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans ayant un niveau d'instruction universitaire a énoncé les propos suivants : « *Facebook permet de télécharger les données facilement, il est rapide, efficace et facile à utiliser* ».

Nous avons remarqué que les associations privilégient beaucoup l'usage de Facebook pour la transmission de leurs informations et la visibilité de leurs activités à l'échelle locale, régionale et nationale.

Axe N°2 : Les supports et les médias de proximité utilisés par les associations dans le cadre de la communication de concertation.

Dans cet axe nous allons démontrer les différents supports et médias de proximité utilisés par les associations de la commune d'Amizour dans le cadre sportif, culturel, et social.

- La place qu'occupe la radio Soummam dans la mise en visibilité des activités des associations : Concernant la question N° 9 : Quelle est la place qu'occupe la radio Soummam en tant que média de proximité dans la mise en visibilité des activités de votre communication ?

Il n'y a qu'une association qui accorde de l'importance aux médias de proximité et notamment la radio Soummam à travers ses trois représentants : *« elle joue un grand rôle grâce à sa couverture médiatique pour chaque activité, d'ailleurs c'est notre partenaire depuis 2019 ».*

Le trésorier de l'association sociale dit : *« Pour l'instant non, mais elle est venue une seule fois pourtant on a un journaliste au sein de notre village qui travaille à la radio Soummam, mais notre travail ne nécessite pas de contacter ou faire appel aux masses médias. Nous on a d'autres moyens comme Facebook et YouTube pour transmettre nos messages et couvrir nos activités ».*

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 39 ans a expliqué ceci : *« La radio Soummam a vraiment contribué à la mise en visibilité de nos activités ».*

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans nous a répondu *« elle a l'exclusivité de toutes nos activités, elle est notre partenaire médiatique ».*

Le président de l'association sportive âgé de 33 ans ayant un niveau d'instruction secondaire a déclaré : *« nous on n'est jamais passé par à la radio Soummam ».*

À travers les différentes interventions de nos enquêtés, nous constatons que l'association culturelle Awal accorde une grande importance à la radio Soummam car elle représente son partenaire pour la couverture de ses activités alors qu'au niveau de l'association sociale et sportive celle-ci n'occupe aucune place ni dans la visibilité ni dans la couverture de leurs activités, elles se limite uniquement aux RSN pour la mise en visibilité de leurs activités.

- Le rôle des affiches publicitaires mises en place par les associations dans la sensibilisation des citoyens du village aux questions qui concernent les jeunes.

Concernant la question N°10 : Quel est le rôle des affiches publicitaires que vous mettez en place dans la sensibilisation des citoyens du village aux questions qui concernent les jeunes ?

L'ensemble des associations se sont accordées à nous dire que les affiches publicitaires jouent un grand rôle dans la sensibilisation des citoyens du village sur les questions qui concernent les jeunes.

Selon le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans ayant un niveau d'instruction secondaire : « *on fait des affiches dans le cadre humanitaire pour demander de l'aide pour les personnes du village qui sont dans le besoin, et on touche toutes les catégories* ».

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans nous a répondu : « *Leur rôle est d'influencer la jeunesse, la sensibiliser pour développer leur culture, informer les gens et donner des explications* ».

Le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans ayant une expérience de 12 ans a déclaré : « *comme vous savez dans la société il y a plusieurs types de catégories de personnes, il y a une catégorie de personnes qui n'utilise pas les réseaux sociaux, pour pouvoir leur transmettre l'information on utilise la publicité (catégorie classique) et la deuxième catégorie est celle qui utilise les RSN* ».

D'après les témoignages de nos enquêtés nous avons remarqué qu'au niveau de l'association culturelle avec les affiches, ils parviennent à toucher une catégorie de personnes qui n'utilise pas les RSN comme source d'information.

Tandis qu'au niveau de l'association sociale les affiches jouent un rôle important, c'est à travers ces affiches qu'elles sensibilisent les gens.

Axe 3 : La communication associative comme facteur de socialisation et d'intégration des jeunes.

Ce troisième axe est réservé à la communication associative comme facteur de socialisation et d'intégration des jeunes.

- Les moyens de communication interpersonnelle mobilisés par les associations dans le cadre de la communication associative.

Concernant la question N°11 : Quelles sont les moyens de communication interpersonnelle que vous mobilisez dans le cadre de la communication associative ? Et comment ?

À travers cette question nous constatons que les associations utilisent la communication interpersonnelle car c'est la plus adaptée.

Le vice-président de l'association sportive âgé de 26 ans nous a répondu : « *Dans notre salle on utilise généralement la communication verbale, pour expliquer un programme à un athlète il faut lui parler verbalement. Si par exemple il est ancien dans le domaine de la musculation, il connaît les gestes, les appareils je peux lui donner un programme verbalement, qu'il pourra suivre, ça nous permet de gagner du temps* ».

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 39 ans nous a dit : « *on emploie la communication directe, les débats, les questions réponses, le face à face, les conférences* ».

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans a déclaré : « *la communication gestuelle, le face à face, le regard direct, la voix, les moyens écrits* ».

Le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans ayant un niveau d'instruction secondaire a énoncé les propos suivants : « *moi je pense qu'en Afrique les jeunes sont tous les mêmes autrement dit ils sont morts, nous ont serrai mieux quand on travaille avec des jeunes, malheureusement ils sont occupés par des futilités. Ce sont des gens qui passe la majorité de leur temps sur les réseaux sociaux* ».

À travers les interventions des différents enquêtés nous constatons que la communication interpersonnelle occupe une place très importante dans la gestion des problèmes internes de l'association.

- La manière dont s'engagent les associations dans la transmission des normes et les valeurs culturelles aux jeunes du village.

Concernant la question N°12 : Comment votre association s'engage-t-elle dans la transmission des normes et valeurs culturelles des jeunes du village ?

Nous remarquons que l'association culturelle s'engage beaucoup plus dans la transmission des normes et valeurs culturelles des jeunes du village, car c'est l'un de leurs objectifs principaux.

Le membre actif de l'association culturelle Awal âgé de 39 ans a déclaré : « *tous les projets qu'on fait visent la transmission des normes et des valeurs culturelles des jeunes du village, nous tout ce qu'on fait est bien, chaque activité a un but pour transmettre les valeurs et les normes* ».

Le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans nous a répondu : « *le caractère de l'association cible la jeuneuse, c'était à base de notre caractère, notre objectif c'est la jeunesse* ».

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21ans nous à expliquer ceci : « *notre association s'engage pour motiver les jeunes à s'attacher à la culture faire des scènes musicales des fêtes, de l'humour, salon de livres, expositions des articles traditionnels* ».

De son côté le trésorier de l'association sociale nous a dit : « *nous on travaille seulement selon les objectifs tracés par l'association, ce genre d'engagement n'est pas pour une association à caractère social, nous le bon on le retient le mauvais on le rectifie* ».

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans a déclaré « *c'est à base des traditions et les coutumes que certaines personnes réussissent à les préserver et aussi pour remplir le vide dans le village* ».

Le vice-président de l'association sportive âgé de 26 ans nous a répondu : « *Nous ne sommes pas une association culturelle* ».

Les témoignages de nos enquêtés après ces interventions nous ont montrés que seule l'association culturelle s'engage plus dans la transmission des normes et les valeurs culturelles aux jeunes car la création même de l'association est basée sur ça.

- La manière dont les associations impliquent les personnes âgées pour inculquer les valeurs traditionnelles aux jeunes.

À travers la question N°13 : Comment impliquez-vous les personnes âgées pour inculquer les valeurs traditionnelles aux jeunes ?

Concernant cette question, nous constatons que les associations considèrent les personnes âgées comme des piliers dans la transmission des valeurs traditionnelles aux jeunes vu qu'on est dans un milieu rural où les gens sont beaucoup soudés par les liens de fraternité et de solidarité.

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans ayant un niveau d'instruction universitaire nous à expliquer ceci « *dans les villages Kabyles il y'a un certain tabou qu'on ne peut pas casser jusqu'à maintenant, ici ce sont les grands qui décident, il y'a des personnes qui n'adhèrent pas à l'association il nous faut un autre moyen pour les convaincre même si on parvient à les convaincre à travers ce qu'on fait ils ne vont pas adhérer alors que nous on a besoin de tout le monde. Donc au sein de notre village on essaie de faire appel aux personnes*

âgées pour pouvoir les convaincre à leur façon afin qu'ils puissent adhérer, c'est-à-dire que ces gens sont sensibles aux conseils des personnes âgées soit leur cousin etc... Ils sont obsédés par l'expérience des personnes âgées ».

Il a ajouté en s'adressant à nous : *« je crois que même dans vos villages c'est la même chose ».*

Dans son côté le trésorier de l'association sociale nous a expliqué ceci : *« celui qui a de l'expérience, il a de l'expérience. Nous on les sollicite et eux ils vont sentir qu'ils vont faire quelque chose, ils peuvent apporter leur pierre à notre édifice. Moi leur présence me suffit, ça m'encourage, quand je vois dans le village qu'il y'a des gens plus âgées qui ont assistés à notre réunion, ça nous donne de l'aide pour donner encore plus, ça nous propulse ».*

L'adhérent de l'association culturelle âgé de 39 ans nous a répondu *« on les invite au sein de notre association, on les implique ensuite on sollicite leurs opinions et leurs critiques pour trouver des solutions aux problèmes posés ».*

Le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans avec une expérience de 6 ans dans le domaine associatif nous a répondu *« on les appelle et on les écoute attentivement dans les réunions restreintes. On fait appel à 1, 2, 3, ou 4 sages autour de la table ensuite on les écoute, on les implique dans les affaires sérieuses là où ils ont plus d'expérience. On les implique et on les invite au sein du bureau à travers le face à face ».*

IL a ajouté cette phrase en s'adressant à nous : *« j'espère que même chez vous le vieux a toujours son mot à dire ».*

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans nous a dit : *« on les considère comme des animateurs. Quand je veux faire quelque chose je demande d'abord l'avis de la personne âgée, on les met dans le premier rang lors de la prise de décisions et la transmission des valeurs culturelles ».*

De son côté le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans ayant une expérience de 12 ans dans le domaine associatif nous a répondu *« dans notre programme annuel on essaie toujours de toucher toutes les catégories on organise des conférences religieuses et des activités spécialement aux personnes âgées ».*

À travers ces réponses recueillies auprès de nos enquêtes, nous retenons que les associations accordent une grande importance aux personnes âgées non seulement dans la transmission des

valeurs culturelles aux jeunes mais également dans la prise de décisions pour réaliser un projet ou une activité quelconque dans le village.

- La manière dont les associations emploient leur communication dans les espaces publics pour influencer les comportements des jeunes.

Concernant la question N°14 : Comment la communication que vous employez dans les espaces publics influence-t-elle les comportements des jeunes ?

Nous remarquons que la majorité des associations parviennent à influencer les comportements des jeunes par leur communication émise dans les espaces publics.

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 39 ans ayant un niveau d'instruction universitaire à énoncer les propos suivants *« c'est à travers les débats et les idées qu'on leur transmet qu'on arrive à toucher leur comportement à travers les critiques qu'ils réagissent, il y'a des problèmes que les gens ne voient pas mais soulève aussi des problèmes cachés ; donc à travers ces débats les jeunes vont penser autrement et réagir autrement »*.

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans nous à expliquer ceci : *« la communication qu'on emploie dans les espaces publics joue un rôle très important, il y'a des pions ici au sein de l'association ils sont comme le jeu d'échec, ils prennent l'idée ensuite ils sortent à l'extérieur hors de l'association, puis ils parlent avec leurs amis et ils injectent cette idée dans la discussion après c'est tout le monde qui va en parler, ce sont des personnes ciblées qui partagent l'information à l'extérieur »*.

Le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans ayant un niveau d'instruction secondaire avec une expérience de 6 ans dans le domaine associatif a déclaré : *« quand on discute sur un sujet par exemple il y'a des gens ça les arrange et d'autres ça les dérange donc ils sont influencés. Exemple si on se réunit concernant le tapage nocturne il y a des gens ça les arrange, on fait des rassemblements, ils sont bien ils écoutent attentivement par contre il y a d'autres que ça dérange parce que c'est eux les concernés »*.

Ensuite le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans nous a répondu *« généralement avant chaque activité on emploi le bouche à oreille par exemple si on programme une randonnée je vais aller dans la cafétéria et si je vois un jeune je passe auprès de lui ensuite je lui explique voilà le vendredi par exemple on a une randonnée, on va faire ceci, on va faire cela et directement il va réagir »*.

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans ayant un niveau d'instruction universitaire nous a dit « *notre jeunesse est un peu fermée, ils ne prennent pas en considération les conseils qu'on leur donne* ».

Nous avons constaté qu'au niveau de l'association sociale pour toucher à la sensibilité des jeunes et toutes les personnes en général, il faut évoquer des sujets sensibles à travers lesquels ces derniers (è) pourront se reconnaître facilement pour influencer leurs comportements. Tandis que tous nos enquêtés de l'association culturelle se sont accordés à nous dire que c'est à travers les débats et le bouche à oreille qu'ils parviennent à influencer les comportements des jeunes.

- Les réunions de village permettent de transmettre les messages et de réunir les différentes générations.

Concernant la question N°15 : Comment les réunions de village permettent-elles de transmettre les messages et de réunir les différentes générations ?

La majorité des associations convergent vers la même affirmation d'idée : « *c'est à base de l'ordre du jour de la réunion qu'on parvient à transmettre les messages et réunir les différentes générations* ».

D'ailleurs le secrétaire général de l'association culturelle awal âgé de 33 ans nous à expliquer ceci : « *c'est à base de l'ordre du jour de la réunion et de l'intérêt général qu'on arrive à transmettre les messages et réunir les différentes générations* ».

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 39 ans nous a répondu « *dans les réunions du village on invite des historiens qui racontent le mode de vie des berbères, leurs coutumes, leurs traditions et en même temps les gens écoute* ».

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans a déclaré : « *dans les réunions du village on transmet les messages généralement dans le cadre culturel pour rappeler par exemple le vécu d'une personnalité. On met en avant des paroles pour rappeler aux jeunes générations l'histoire des militants comme Matoub Lounes* ».

De son côté le secrétaire général de l'association sociale âgé aussi de 55 ans nous à expliquer ceci : « *Nous, sérieusement ce dernier temps quand on parle sur des réunions de festivités il y a des gens qui s'intéressent, quand l'ordre du jour de la réunion est politique il y a des gens qui hésites, c'est-à-dire que ça dépend de l'ordre du jour. Chez nous ici en Algérie la politique est exclue, si par exemple on convoque une réunion dont l'objet tend un peu sur la politique peu de gens qui y participe mais par contre si l'ordre du jour est à caractère sportif ou culturel*

là c'est tout le monde qui participe qui se défoule, les vieux, les jeunes, les moins jeunes...c'est l'ordre du jour qui gère la situation ».

Il a ajouté ceci : *« c'est automatique le message est transmis quand on parle d'une réunion, on se réunit pour faire passer le message donc il y a des gens qui viennent, et ils reçoivent le message comme il le faut. Quand on parle de la politique il n'y a pas beaucoup de gens qui ne s'intéresse pas, ça veut dire peut-être que ça se passe en Turquie, en Liban et un peu partout ».*

Le trésorier de l'association sociale âgé de 55 ans dit *« quand on fait appel on le fait à tout le monde sans distinction ».*

Le président de l'association sportive âgé de 33 ans nous a répondu :*« notre association n'est pas obligée de faire des réunions du village parce qu'on se limite uniquement au sport, quand on fait une réunion c'est juste entre nous ».*

Les réponses obtenues après les interventions de nos enquêtés montrent que les associations parviennent à transmettre leurs messages et de réunir les différentes générations à travers l'ordre du jour de la réunion en mettant en avant l'aspect de la culture des normes et valeurs traditionnelles.

- Les activités mises en place par les associations pour permettre la transmission du patrimoine culturel aux jeunes générations et les lieux qui sont réservés pour cette transmission.

À travers la question N°16 : Quelles sont les activités que vous mettez en place pour permettre la transmission du patrimoine culturel aux jeunes générations ? Et quels sont les lieux qui sont réservés pour cette transmission ?

Nous constatons que les associations mettent en place des activités traditionnelles pour transmettre le patrimoine culturel aux jeunes générations et généralement ces activités se déroulent au sein de leurs bureaux, les coins du village et les espaces publics.

Le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans ayant un niveau d'instruction universitaire avec une expérience de 12 ans dans le domaine associatif a énoncé les propos suivants : *« presque toutes nos activités visent à transmettre le patrimoine culturel aux jeunes générations, le premier lieu réservé à cette transmission est notre siège ensuite dans les coins du village ».*

Deux de nos enquêtés de l'association culturelle convergent sur la même idée « *les lieux qui sont réservés à cette transmission sont : le bureau de l'association et les places publiques du village* ».

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans nous a dit « *on met en place des activités traditionnelles telles que : « TIMECRET ; ANZAR, autrement dit la mythologie Kabyle, les lieux réservés à cette transmission sont : les cimetières et les mosquées au cœur du village* ».

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans a déclaré : « *nous faisons des activités et la plus importante et nécessaire est Boughfif, Ameghar Ucheqlal on fête tout ça sur le théâtre de route elle crée de l'ambiance, elle rassemble des gens tels que les petits pour les apprendre comment préparer le couscous pour le mois de Mars. Les lieux réservés pour cette transmission nous avons tous les coins du village, ont choisi les lieux accessibles pour faire participer tout le monde* ».

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 39 ans nous a répondu « *on fait comme activités les galas, les expositions, les journées de célébrations, les lieux nous avons le café culturel, le bureau et les places publiques, les stades, la maison de la culture, la salle culturelle, la bibliothèque...* ».

Le vice-président de l'association sportive âgé de 26 ans a déclaré « *c'est possible qu'on considère cette pratique de sport comme une forme de culture qui évolue de génération en génération* ».

Le trésorier de l'association sociale âgé de 55 ans nous a répondu « *dans notre village on n'a pas beaucoup de patrimoine culturel, on a comme activités uniquement le yennayer, le 1^{er} jour de printemps où on prépare le couscous, des œufs et on égorge un coq... par contre dans d'autres villages il y a la fête des olives, la fête de cerise mais dans notre association on n'a pas beaucoup.... Par exemple dans d'autres villages Kabyles ici jusqu'à Tizi-Ouzou on trouve diverses activités* ».

Il a ajouté : « *moi j'ai demandé une association socioculturelle et sportive pour faire des activités légalement mais ils nous ont dit non, il faut spécifier selon vos objectifs* ».

Le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans ayant un niveau d'instruction secondaire nous à expliquer les propos suivants : « *notre association est limitée au cadre social beaucoup plus, nous on peut agir quand on nous demande notre soutien, on peut coopérer mais malheureusement... ils sont disparu, il y a des fêtes qui existe ou des patrimoines. L'Algérien*

ou le Bougeotte, le Kabyle fête ça chez lui par exemple si on dit la fête du 1^{er} Mars c'est tout le village qui la fête, mais chacun fête chez lui ».

Nous remarquons à travers ces interventions que l'association culturelle et sportive sont les plus actives vis-à-vis de l'association sociale dans le cadre de la transmission du patrimoine culturel.

- Les préoccupations qui concernent les jeunes et qui sont traitées dans les réunions de village.

Concernant la question N°17 : Quelles sont les préoccupations qui concernent les jeunes et qui sont traitées dans les réunions de village ?

À travers cette question nous remarquons que les préoccupations qui sont traitées lors des réunions du village par les associations concernent toutes les catégories (jeunes, vieux, enfants et autres) puisqu'elles défendent l'intérêt général dans le milieu rural où on observe un grand manque d'infrastructures qui est la préoccupation principale des jeunes.

Le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans ayant un niveau d'instruction secondaire nous à expliquer ceci « *le point rouge dans notre village parmi les préoccupations des jeunes est le manque d'infrastructures. Nous on a des mandats c'est-à-dire on se réuni dans des cas d'urgence toujours dans le cas social, mais les préoccupations des jeunes sont les infrastructures sportives ou des locaux pour un foyer rural ou une salle culturelle, nous on est borgne on est malheureux dans ce sens, c'est-à-dire tu trouves un village pareil qui n'a même pas un seul terrain de basket donc c'est ça les préoccupations qui concernent les jeunes dans notre village ».*

L'adhérent de l'association culturelle âgé de 39 ans nous à expliquer ceci : « *les jeunes réclame toujours leurs besoins, c'est-à-dire il y a un manque de stade au sein du village, nous on n'a pas vraiment les moyens qui permettent aux jeunes de se divertir mais on essaie de réaliser ce projet pour construire une maison de la culture, un stade, une grande bibliothèque ».*

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans ayant un niveau d'instruction universitaire nous a répondu : « *pour déclarer le taux de chômage, le manque de financement par l'État, problèmes de divorce, le cas des élections, les logements sociaux et la corruption ».*

Le trésorier de l'association sociale âgé aussi de 55 ans déclare : « *en premier lieu, il faut avoir un site de terrain légaliser et que ça soit légaliser avec les papiers, pour faire tout un dossier au niveau des autorités locales pour qu'on puisse réaliser l'un de ses objectifs soit un terrain de football ou un terrain de proximité ».*

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans nous a répondu « *on essaie de découvrir l'utilité des gens, leurs talents et ce qu'ils maîtrisent pour donner un plus au village. Exemple si on veut planter des plantes on fait appel aux gens qui savent faire ce travail pour découvrir leurs talents* ».

De sa part le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans a affirmé ceci : « *dans notre village lors des réunions chacun s'implique et donne son avis et sa proposition* ».

D'après les interventions de nos enquêtés, nous constatons que les associations sont confrontées à un grand problème de manque d'infrastructures pour les jeunes au sein des villages mais tout de même elles ont des projets en cours qui seront au profit des jeunes tels que la construction d'un foyer rural, d'une bibliothèque et d'un stade de proximité.

- Les dispositifs mis en place par les associations pour la transmission des normes et valeurs culturelles.

Concernant la question N°18 : Quels sont les dispositifs mis en place par votre association pour la transmission des normes et valeurs culturelles ?

Nous remarquons que l'associations culturelle s'engage plus dans la mise en place des dispositifs pour la transmission des normes et valeurs culturelles puisqu'il s'agit d'une zone rurale où les villageois s'attachent beaucoup aux traditions aux normes et aux valeurs culturelles.

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans ayant un niveau d'instruction universitaire a déclaré : « *On transmet les normes et les valeurs culturelles par la chorale, le théâtre, les chants, les expositions, les conférences et les débats* ».

Le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans nous a expliquer : « *On a une troupe musicale chargée de la transmission des normes et valeurs culturelles à travers les chants, les conférences, la peinture etc. ...* ».

Le membre actif de l'association culturelle a déclaré : « *Au niveau de notre association, nous avons les jeux d'échecs, programmations des tournois ... etc.* ».

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans a répondu : « *Par la motivation, par le financement, informer et les accompagner* ».

Le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans a énoncé les propos suivants : « *Ici au village on se mobilisent, on a des chaises, des tables, des chapiteaux, on contribue avec ce que nous avons* ».

À travers ces différentes interventions nous constatons que l'association sociale et sportive s'engagent moins dans la mise en place des dispositifs de transmission de normes et valeurs culturelles mais tout de même elles contribuent par des moyens matériels et autres.

- La manière dont s'engagent les associations pour intégrer les jeunes dans les projets.

Concernant la question N° 19 : Comment votre association s'engage-t-elle pour intégrer les jeunes dans les projets ?

Les associations s'accordent à nous dire qu'elles s'engagent pour intégrer les jeunes dans des projets dans le but de les occuper.

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 29 ans nous à expliquer ceci : « *Nous avons des projets uniquement destinés aux jeunes, on à créer des club Internet, des bibliothèques dans le but de les intégrer du mieux que nous pouvons* ».

Le secrétaire général de l'association sportive âgé de 21 ans ayant un niveau d'instruction universitaire a énoncé les propos suivants : « *on s'engagent pour intégrer les jeunes des projets par des manifestations auprès des autorités, les motiver aussi pour faire des CV afin de s'inscrire auprès des entreprises* ».

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 39 ans nous à expliquer ceci : « *Notre association fait toujours appelle aux jeunes pour les intégrer dans le mouvement associatif, on essaie de les persuader que l'association est un accès au savoir culturel qui peut être très bénéfique aux jeunes* ».

De son côté le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans nous a répondu : « *on essaie de les convaincre à travers des sensibilisations, des réunions, il faut les démontrer que l'activité est convenable* ».

Le trésorier de l'association sociale a déclaré : « *Il faut savoir les convaincre, les aider et les encourager* ».

À travers les différents témoignages de nos enquêtes nous constatons que les associations s'engagent beaucoup selon leurs capacités pour intégrer les jeunes dans les projets à travers divers moyens comme la sensibilisation, la persuasion, les encouragements, la motivation et la création des clubs Internet.

- Les projets auxquels les associations ont contribuées et le rôle des jeunes dans ces projets.

Concernant la question N°20 : quels sont les projets auxquels votre association a contribué au profit des jeunes ? et quel est le rôle des jeunes dans ces projets ?

Nous constatons que les associations contribuent à des projets selon leurs propres moyens pour accompagner les jeunes dans leur vie sociale et professionnelle. Elles accordent une grande importance aux jeunes puisqu'ils représentent une catégorie dont dépend le développement au niveau local dans le cadre social, culturel et sportif.

Le secrétaire général de l'association sociale âgé de 55 ans nous a dit : *« nous mettons en place des projets pour améliorer leurs capacités personnelles, physiques, morales et intellectuelles »*.

Le secrétaire général de l'association sociale nous a répondu : *« nous on a fait des écrits à L'APC d'amizour pour acquérir des morceaux de terrain pour les jeunes, des terrains de proximité, et aussi la réhabilitation du foyer rural pour le mettre au profit des jeunes, pour l'instant les jeunes ne jouent pas un rôle important dans la réalisation de ces projets, après la réalisation de ces projets on espère qu'ils joueront un rôle très important dans ceux à venir »*.

Le secrétaire général de l'association culturelle âgé de 33 ans a déclaré : *« toujours on recherche une relève pour donner la chance à tout le monde et aussi leur rôle est d'intégrer dans chaque section de l'association et de réaliser le but de chacune de ses sections : la section scientifique, la section sportive, la section d'art et la section verte qui s'engage dans la préservation de la nature »*.

Le membre actif de l'association culturelle âgé de 39 ans nous à expliquer ceci : *« notre association a mis en place un groupe théâtral, une troupe musicale et nous comptons construire une grande bibliothèque pour accompagner les jeunes à faire ressortir leurs talents »*.

À travers les réponses que nous avons obtenues auprès de nos enquêtés nous constatons que les associations malgré le manque d'investissement par les autorités locales dans les projets qui sont au profit des jeunes, les associations cherchent et essaient toujours d'intégrer les jeunes dans les projets selon leurs propres moyens.

Section 2 : La Synthèse des résultats :

Dans cette partie, nous allons procéder à la présentation de synthèse des résultats de notre enquête en nous appuyant sur trois éléments : la vérification des hypothèses en tant qu'éléments principal, dans un deuxième temps la synthèse des résultats selon l'approche théorique et en dernier lieu la relation avec les études antérieures.

Hypothèse 1 : L'importance accordée par les associations de la commune d'Amizour à l'usage de Facebook est motivé par le fait que les jeunes sont les principaux utilisateurs de ce RSN.

Cette hypothèse a été confirmée à travers les réponses aux questions : Q1 relative aux moyens de communication utilisés par les associations auprès de la population, Q2 qui est relative aux moyens de communication les plus utilisés auprès des jeunes par les associations, Q5 qui concerne les différentes cibles auxquelles s'adressent les associations dans leur communication et les moyens réservés pour chaque cibles, Q6 qui concerne la place qu'accordent les associations aux TIC, Q7 qui a trait aux RSN que privilégient les associations, Q9 relative aux avantages apportés par Facebook aux associations auprès des différents acteurs sociaux, Q14 qui concerne les moyens de communication interpersonnelle que les associations mobilisent dans le cadre de la communication associative.

Nous avons conclu que ces associations accordent une grande importance à l'usage de Facebook vu que les jeunes sont les principaux utilisateurs de ce RSN et qu'elles essayent de les servir par le biais de la communication associative dans le volet humanitaire, culturel et sportif.

Néanmoins, ces associations en raison du fait qu'elles cherchent à atteindre toute la population, elles ne se limitent pas uniquement aux RSN et privilégient d'autres moyens qui touchent toute la population.

Hypothèse N°2 : Les associations utilisent les médias de proximité pour une meilleure visibilité auprès des acteurs sociaux locaux.

Cette hypothèse a été infirmée par les réponses aux questions Q9 qui est relative à la place qu'occupe la radio Soummam en tant que média de proximité dans la mise en visibilité des activités des associations, Q10 qui concerne le rôle des affiches publicitaires mises en place par les associations dans la sensibilisation des citoyens du village aux questions qui concernent les jeunes.

La communication de concertation ce leur objectif, la concertation avec les acteurs sociaux c'est une faite, elle est obligée de faire avec, mais les moyens sont différents.

La communication de concertation est présente et ne se fait pas forcément par le biais des médias de proximité, mais elle se fait dans ce milieu rural par le biais de la communication interpersonnelle dans des situations de face à face.

Nous avons constaté que la radio Soummam en tant que média de masse n'est utilisée que par une seule association, mais l'affichage qui peut être considérée comme média de proximité qui est appliqué par toutes les associations.

Hypothèse N°3 : La communication associative intègre la communication interpersonnelle dans des espaces publics pour permettre la socialisation des jeunes à la culture et aux normes de la région dans le cadre de la communication de concertation.

Cette hypothèse a été confirmée à travers les réponses aux questions : Q11 qui concerne les moyens de la communication interpersonnelle mobilisés par les associations dans le cadre de la communication associative, Q12 qui est relative à l'engagement des associations dans la transmission des normes et valeurs culturelles des jeunes du village, Q13 qui concerne l'implication des personnes âgées pour inculquer les valeurs traditionnelles aux jeunes, Q14 qui concerne l'influence de la communication employée dans les espaces publics sur les comportements des jeunes, Q15 qui concerne la manière dont les réunions du village permettent de transmettre les messages et de réunir les différentes générations, Q16 qui a trait aux activités que les associations mettent en place pour permettre la transmission du patrimoine culturel aux jeunes générations et les lieux qui sont réservés pour cette transmission, Q18 qui concerne les dispositifs mis en place par les associations pour la transmission des normes et valeurs culturelles.

Vu qu'on est dans une zone rurale où les gens sont beaucoup solidaires les uns les autres, la socialisation représente un facteur capital pour l'intégration des jeunes à la culture et aux normes du milieu à travers l'implication des personnes âgées qui sont les piliers dans ces zones et qui ont toujours leur mot à dire.

Les associations cherchent à transmettre les normes et les valeurs culturelles aux jeunes à travers des dispositifs comme : les expositions, les galas, les réunions du village, les dessins, la chorale, les débats, etc...

Également, pour qu'elles puissent transmettre les messages et de réunir les différentes générations, elles ont recours aux réunions du village car celles-ci permettent de réunir tout le monde dans les espaces publics au sein du village tout en maintenant les traditions ancestrales dans l'optique de maintenir les formes traditionnelles des réunions au sein du village.

Hypothèse N°4 : La communication mise en place par les associations dans la commune d'Amizour vise à créer une dynamique intégrant les jeunes comme acteurs des projets dont ils sont bénéficiaires.

Cette hypothèse a été confirmée à travers les réponses aux questions Q17 relative aux préoccupations qui concernent les jeunes et qui sont traités dans les réunions du village, Q19 qui concerne l'engagement des associations pour intégrer les jeunes dans les projets, Q20 qui concerne les projets auxquels l'association a contribué au profil des jeunes et les rôles des jeunes dans ces projets.

L'objectif principal de ces associations est de servir les jeunes dans le volet sportif, culturel et humanitaire et de les intégrer aussi dans des projets dont ils sont bénéficiaires.

Elles réalisent des activités dans des domaines divers pour que chacun puisse intégrer le domaine qui lui convient le plus. Les réunions faites dans le village traitent souvent les préoccupations des jeunes et celles-ci sont majeures à savoir le manque d'infrastructures qui est un élément crucial au sein des villages, où les associations s'engagent pour remédier à ce problème qui est un handicap pour le divertissement des jeunes dans le milieu rural.

En effet, ces associations essayent selon leur propre moyens et engagements d'aider les jeunes et les inciter à intégrer le mouvement associatif pour sortir de cette politique de l'assistanat en donnant aux jeunes la possibilité de s'intégrer, de travailler, de participer au lieu de bénéficier des projets sans participer à la construction et à l'élaboration de ces projets.

Nous constatons à la lumière des résultats et les données récolter sur le terrain que les trois associations qui sont actives dans la localité d'Amizour essayent toujours de créer un climat de dialogue de concertation à travers les différents espaces qu'ils soient symboliques ou physiques et mettre en relation les différentes fractions de la population pas uniquement les jeunes mais d'autres fractions.

En outre, ces associations à travers les médias de proximité en se mettant en visibilité essayent d'atteindre d'autres acteurs sociaux locaux.

La concertation renvoie habituellement au fait de rassembler autour d'une même table des intervenants ou acteurs en vue de les amener à discuter et à échanger sur un même sujet. C'est un engagement volontaire et plus ou moins formel de la part des acteurs sociaux à partager des analyses et des solutions à des problèmes reconnus communs. C'est l'une des pièces maîtresses du développement local. Elle permet de décider dans l'intérêt général, associe les citoyens et les associations locales à travers une sphère de convivialité.

Concernant les projets auxquels deux de ces associations visent à réaliser, nous avons :

- La mise en place d'une bibliothèque locale pour permettre aux jeunes de se cultiver ;
- Réhabilitation d'un foyer rural ;
- Aménagement d'un terrain de proximité et une salle théâtrale au niveau du village de Ighil Ialounenne ;
- Aménagement d'une salle de spectacle dans le village de Taddert tamokrant ;
- Projet de réouverture de l'annexe d'Amizour qui se trouve dans le village de Ighil Ialounenne ;
- Projet d'insertion de la femme rurale ;
- Participation de la femme aux débats sur les RSN.

Par rapport aux études antérieures, notre étude à apporter un éclairage sur des aspects tels que l'intérêt apporté par les associations aux RSN, car ils leurs facilitent la transmission et la circulation des informations en interne et en externe et leurs permettent aussi de toucher un public plus large.

Elles nous ont montré aussi que les associations sont porteuses de nombreuses activités qui participent à la dynamique de développement local. Et nous renseignent également sur d'autres aspects comme les fonctionnalités et le rôle qu'elles jouent dans le tissu rural à travers leurs champs d'interventions.

Ces études nous ont faciliter le choix de la méthode, de la technique de collecte de données et de l'approche théorique adoptée dans notre recherche.

Conclusion

La communication associative nécessite l'intervention des acteurs sociaux pour un développement durable dans le milieu rural où les conditions de vie ne sont pas toutes réunies.

Cette forme de communication permet aux associations de se doter d'une identité, d'accroître leur image et la mise en visibilité de leurs activités au niveau local, régional et national avec l'appui des autorités locales ce qui va leur permettre d'aller encore plus loin afin d'atteindre les objectifs fixés.

Dans cet environnement, l'espace public représente un facteur d'échange où se concertent tous les acteurs pour débattre des sujets traitants les préoccupations des citoyens locaux et notamment les jeunes qui sont parmi les catégories les plus visées.

Les RSN reste le moyen le plus adapté pour la transmission des informations et contenu pour les associations plus particulièrement dans la commune d'Amizour (willaya de Bejaia) car ils leur permettent de toucher les jeunes.

Notre recherche nous renseigne sur l'évolution des préoccupations de la société rurale et de sa capacité d'appropriation dans l'innovation des types d'activités que ces associations organisent. L'association est une forme moderne d'organisation proposée aux villageois qui privilégient beaucoup plus les liens de solidarité.

En outre les associations puisent leur légitimité et leur fondement dans les traditions sociales et culturelles enracinée dans la société rurale.

Au cours de la recherche nous avons constaté que les associations bien qu'elles travaillent dans divers domaines, elles agissent toutes pour la sauvegarde et la valorisation du patrimoine culturel et social de leur milieu rural.

Le RSN le plus employé reste Facebook qui semble le moyen le plus simple et facile pour défendre les causes sociales et le partage des valeurs culturelles.

Néanmoins, les associations que nous avons étudiées agissent dans un environnement où il y'a un grand manque d'infrastructures, une communication efficace ne saurait être une communication valable et efficiente en l'absence d'infrastructures permettant d'accompagner et de réunir les jeunes autour des projets qui les intéressent que ce soit sur le plan humanitaire, culturel et sportif.

Par le biais de la communication associative, les médias de proximité permettent aux associations de se faire connaître à travers la couverture de leurs activités pour valoriser leur image en interne et en externe, et facilitent aussi aux acteurs sociaux la réalisation des projets qui peuvent être bénéfiques aux jeunes.

Notre recherche s'est axée sur les procédés de dispositifs communicationnels mis en place par différentes associations œuvrant dans trois secteurs d'activités en espérant que cette recherche va ouvrir d'autres perspectives de réflexions sur l'efficacité de cette communication auprès des jeunes en particulier et de la société en générale où s'intéresser à un type de média spécifique.

Liste bibliographique

I. Ouvrages :

1. AKERKAR, Akli « le sous-développement en Kabylie, une approche par les milieux innovateurs », 51^{ème} Colloque ASRDLF, 2014.
2. AKKOUCHE, Souraya, « Manuel pour les associations algériennes », Fondation Friedrich Ebert, 2012.
3. ANGERS Maurice, Initiation pratique à La Méthodologie des Sciences Humaines, Éditions CEC, Québec, 2014.
4. ANGERS, Maurice, Initiation Pratique à La Méthodologie Des Sciences Humaines et Sociales, Éditions Université Casbah, Alger 1997.
5. BISSETTE, Guy, communication et participation communautaire, Les Presses de L'université Laval, Centre de Recherche pour le Développement International, 2004.
6. BIZOT Éric ; CHIMISANAS Marie-Hélène ; PIAU Jean, Communication, 2^{ème} Edition, DUNOD, 2016.
7. BRUNO, Henri et MAURICE, Imbert, DRH, tirez parti des technologies, Edition d'organisation, paris, 1998.
8. D. Camburet, M. Moilleron, V. Claude et F. Bader, Unité sociale des associations : un chantier à colporter en Haute-Marne, 2010.
9. ENTRAYGUES Adeline, les réseaux sociaux numériques (RSN) pour s'informer : une approche citoyenne, laboratoire de recherche, Bordeaux Montaigne Humanités, partie 1, 2017.
10. GERSTLE, Jacques, PIAR, Christophe, La communication Politique, 4^{ème} Edition, 2020.
11. LAFORE Robert, « Le rôle des associations dans la mise en œuvre des politiques d'action sociale », Dans l'informations sociales 2010/6(n°162).
12. LAVOIE Pauline, La gestion de l'image corporative : une stratégie de communication pour les PME de Saguenay-Lac-Saint-Jean, Université du Québec, marketing, 1996.
13. LE PELLEY FONTENY Phillipe, l'art de communiquer, un enjeu associatif et inter associatif, presses universitaires de Grenoble 2015/03 (N°122).
14. LIBAERT Thierry et PIERLOT Jean-Marie « la communication des associations », 1^{ère} édition DUNOD, paris, 2012.
15. LIBAERT Thierry, Communication et Environnement, le Pacte Impossible, 1^{ère} Edition Presses universitaires France, Paris 2010.

16. LIBAERT, Thierry, La communication Publique et Territoriale, 2^{ème} Edition, DUNOD, 2017.
17. M, Crozier et M, Frieberg, L'acteur et le système, Paris, seuil 1997.
18. MOUSSAOUI. K et MEGHERBI. K « Rôle des associations dans le développement local : cas de quelques associations de la willaya de Bejaia (Algérie) », 2014.
19. PASQUIER, Martial, communication des organisations publiques, 2^{ème} édition, De Boeck, paris,2017.
20. PNUD, Guide de Communication à l'usage des associations, Edition 2014.
21. PROULUX. Serge, MILLETT. Mélanie. et HEATON, Lorna. Médias sociaux : Enjeux pour la communication, Presse de l'Université du Québec, 2012.
22. PRUNIER Éric, « Les bases de la communication pour le développement », centre de ressource et d'information pour les bénévoles, 2019.
23. RIUTORT, Philippe, Les méthodes sociologiques, Faire de la sociologie, précis de sociologie, sous la Direction de Riutort Philippe, Presse Universitaire de France, 2014.
24. STOCKINGER Peter, la pratique de la communication sociale, paris, INALCO, 2007.
25. THIEUX, Laurence, « Le secteur associatif en Algérie : la difficile émergence d'un espace de contestation politique », L'Année du Maghreb, 2009.
26. THIEUX, Laurence, Rapport sur le mouvement associatif et la femme dans le milieu rural en Algérie, Edition CERAI, 2010.
27. ZÉMOR Pierre, la communication publique, politique et management public, 1995.

II. Dictionnaires et encyclopédies :

1. D. Maillat, « Comportements spatiaux et milieu innovateurs », dans l'encyclopédie d'économie spatiale, Ed Economica, Paris 1995.
2. FERREOL Gilles, CAUCHE Phillipe, DUPREZ Jean-Marie, GADREY Nicole, SIMON Michel, Dictionnaire de sociologie, 4^{ème} Edition revue et augmentée, Edition Mehdi, Algérie 2013.

III. Mémoires et thèses :

1. BOUCHAL Zahra, « les modalités organisationnelles et leurs impacts sur l'insertion des jeunes », mémoire de fin de cycle, sciences sociales, université de Béjaia,2017.
2. BOUDEDJA Karima, « Les acteurs et le développement local : outils et représentations, cas des territoires ruraux au Maghreb », thèse de doctorat, Université Paul Valéry-Montpellier III, Arts et Lettres, Langues et Sciences Humaines et Sociales, 2013.

3. DJAHNINE Lydia ; LARBI Rafik, « la communication associative à l'ère des réseaux sociaux numérique : cas de l'association culturelle Amazday Adelsan Inelmaden AAI », Université de Bejaïa, Science Humaine, 2017.
4. DJEDRI Nahade, « Rôle du mouvement associatif dans la promotion de l'entrepreneuriat social », mémoire de fin de cycle, Sciences de Gestion, Université de Bejaïa, 2017.
5. PINEAU Sarah, « Nouveaux moyens de communication : opportunités ou menaces pour les causes d'intérêt général ? », mémoire professionnel, science politique, université de Bordeaux, 2011.
6. TEWFIK Sadouni, « La communication publique des acteurs de l'environnement en Kabylie : Vers la professionnalisation de la communication de concertation en l'environnement », thèse de doctorat, Université de Bejaïa, Sciences Sociales, 2021.
7. YACOUB Milad, « les associations de développement local étudier à travers leurs configurations sociales : le cas d'un village de Haute-Égypte », thèse de doctorat, Université Paris x- Nanterre, École Doctorale, Organisations, Société, 2008.

IV. Articles et Revues :

1. ANNE Leyval-granger « la communication locale : entre service public et promotion politique » communication et langages, n°120, 2^{ème} trimestre 1999.
2. BANOS Vincent, CANDAU Jacqueline, « Recomposition des liens sociaux en milieu rural », De la fréquentation d'espaces à la production de normes collectives ? Dans espaces et sociétés, 2006/4 n°27.
3. BELLIL, Rachid, « Une nouvelle forme d'action : le mouvement associatif à Tamanrasset », Revue du monde musulman et de la Méditerranée n°57, 1990.
4. BERRAMDANE, Nazih, « le mouvement associatif en mesure de participer au développement socio-économique », Algérie presse service, 2020.
5. BIKNER, Nina, York-Gothart.Mix, « Qu'est-ce que l'espace public », Société Française d'étude du Dix-Huitième siècle, 2014/1 n°46.
6. DAIM-ALLAH Warda et HAMMOUD Leila, « Usage des TIC pour la promotion du patrimoine local par le mouvement associatif : le cas des associations du patrimoine de Bejaia », Communication publique et territoriale au Maghreb, enjeux d'une valorisation et défi pour les acteurs, Éditions L'Harmattan, Paris 2015.
7. EVEN, Yann « Les formes de l'intervention sociale en milieu rural », 2011/1(N° 208).

8. GABAY, Michèle, communication et organisation, Revue scientifique francophone en communication organisationnelle, presse universitaire de bordeaux, 2000.
9. GADOUCHE Zoulikha « L'évolution du Droit de l'Homme de 1901 à 2012 », Revue scientifique Publiée par le Laboratoire des S.T.A.P.S n°03, 2012.
10. KAF, Zineb et BOUZZA, Abdellatif, « le rôle des associations dans le développement des territoires ruraux » ; Cas du village de MBARKYENE de la Commune de HAD LBRACHOUA, 2021.
11. LE PELLEY FONTENY Phillipe, l'art de communiquer, un enjeu associatif et inter associatif, presses universitaires de Grenoble 2015/03 (N°122).
12. MIHOUBI, Nourredine, « Transformation du mouvement associatif en Algérie depuis 1989 : les voies de la professionnalisation », Revue algérienne d'anthropologie et des sciences sociales, Insaniyat 70-69/ 2015.
13. MUNETTE, Saib, « Les mouvements des jeunes : enjeux et perspectives », Cahiers du CREAD n°53, 3^{ème} trimestre, 2000.
14. RECORD, « communication, concertation et participation du public autour des installations de traitement des déchets issus de l'industrie », retours d'expériences, n°06-0717/1A, 2008.

V. sites web :

1. Associathèque, <https://www.associatheque.fr/fr/association-etcommunication/index.html?amcpage=14>, consulté le 28/03/2022.
2. B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/media-de-proximite/>, consulté le 16/03/2022
3. B. Bathelot, <https://www.definitions-marketing.com/definition/media-de-masse/>, consulté le 27/03/2022.
4. DUPONT, Stéphanie, <https://stephanie.dupont3.free.fr/historique.htm>, consulté le 27/03/2022.
5. Le blog de médiapost, <https://blog.mediapost.fr/pourquoi-communiquer-localement> , consulté le 30/03/2022.
6. Etudier.com, <https://www.etudier.com/>, consulté le 03/04/2022.
7. <https://www.l-expert-comptable.com/a/529924-la-creation-d-une-association.html>, consulté le 04/04/2022.
8. Vie publique, <https://www.vie-publique.fr/fiches/24077-quels-sont-les-differents-roles-des-associations> , consulté le 10/04/2022.

9. JOSARD, MARTIN, Mbambi-Moyale, « à la découverte de la communication associative », document PDF, téléchargeable sur <https://cpon.infocom-nancy.fr/a-ladecouverte-de-la-communication-associative/> , consulté le 25/02/2022.
10. JOSARD, MARTIN, Mbambi-Moyale, <http://cpon.infocon-nancy.fr/a-ladecouverte-de-la-communication-associative> , consulté le 14/02/2022.
11. Le centre national des ressources textuelles et lexicales, <http://www.cnrtl.fr/definition/association#> , consulté le 25/02/2022.
12. MORGAN, <http://infocale.fr/blog/communique-de-presse-association/>, consulté le 27/03/2022.
13. Pionita, agence de communication globale et digitale, <https://www.monagencedecomuncation.com/c'est-quoi-la-communication-sociale/>, consulté le 18/02/2022.
14. REMY, J ; VOYE, L, Document PDF, « Guide de l'espace public bruxellois », téléchargeable sur : <https://www.publicspace.brussels/le-cadre/definition-de-lespace-public/>, consulté le 16/03/2022.
15. RIVOIRE, Thomas, <https://www.legalife.fr/guides-juridiques/qu'est-ce-qu'une-association/>, consulté le 04/04/2022.
16. SISI, Kayan, document PDF, « communication sociale », <https://sisikayan.e-monsie.com/pages/communication/communication-sociale.html>, le 22/02/2022.
17. SOLOCAL, <https://www.solocal.com/ressources/articles/definition-reseaux-sociaux>, document PDF, consulté le 28/03/2022.

ANNEXES

Annexe N°1 : Le guide d'entretien

Les données personnelles.

Sexe.

Age.

Fonction.

Niveau d'instruction.

Formation.

Lieu d'habitation.

Axe 1 : Les moyens de communication mobilisés par les associations de la commune d'Amizour.

1. Quels sont les moyens de communication que vous utilisez auprès de la population ?
2. Quels sont les moyens de communication les plus utilisés auprès des jeunes au sein de votre association ?
3. Quelles sont les principales thématiques sur lesquelles vous communiquez ?
4. quels sont vos objectifs à travers cette communication ?
5. quelles sont les différentes cibles auxquelles vous vous adressez dans votre communication ? et quels sont les moyens réservés pour chaque cible ?
6. Quelle est la place qu'accorde votre association aux TIC ?
7. Quels sont les réseaux sociaux numériques que vous privilégiez au sein de votre association ?
8. Quelles sont les avantages apportés par Facebook à votre association auprès des différents acteurs sociaux ?

Axe 2 : Les supports et les médias de proximité utilisés par les associations dans le cadre de la communication de concertation.

9. Quelle est la place qu'occupe la radio Soummam en tant que média de proximité dans la mise en visibilité des activités de votre communication ?

10. Quel est le rôle des affiches publicitaires que vous mettez en place dans la sensibilisation des citoyens du village aux questions qui concernent les jeunes ?

Axe 3 : la communication associative comme facteur de socialisation et d'intégration des jeunes ?

11. Quelles sont les moyens de communication interpersonnelle que vous mobilisez dans le cadre de la communication associative ? Et comment ?

12. Comment votre association s'engage-t-elle dans la transmission des normes et valeurs culturelles des jeunes du village ?

13. Comment impliquez-vous les personnes âgées pour inculquer les valeurs traditionnelles aux jeunes ?

14. Comment la communication que vous employez dans les espaces publics influence-t-elle les comportements des jeunes ?

15. Comment les réunions de village permettent-elles de transmettre les messages et de réunir les différentes générations ?

16. Quelles sont les activités que vous mettez en place pour permettre la transmission du patrimoine culturel aux jeunes générations ? et quels sont les lieux qui sont réservés pour cette transmission ?

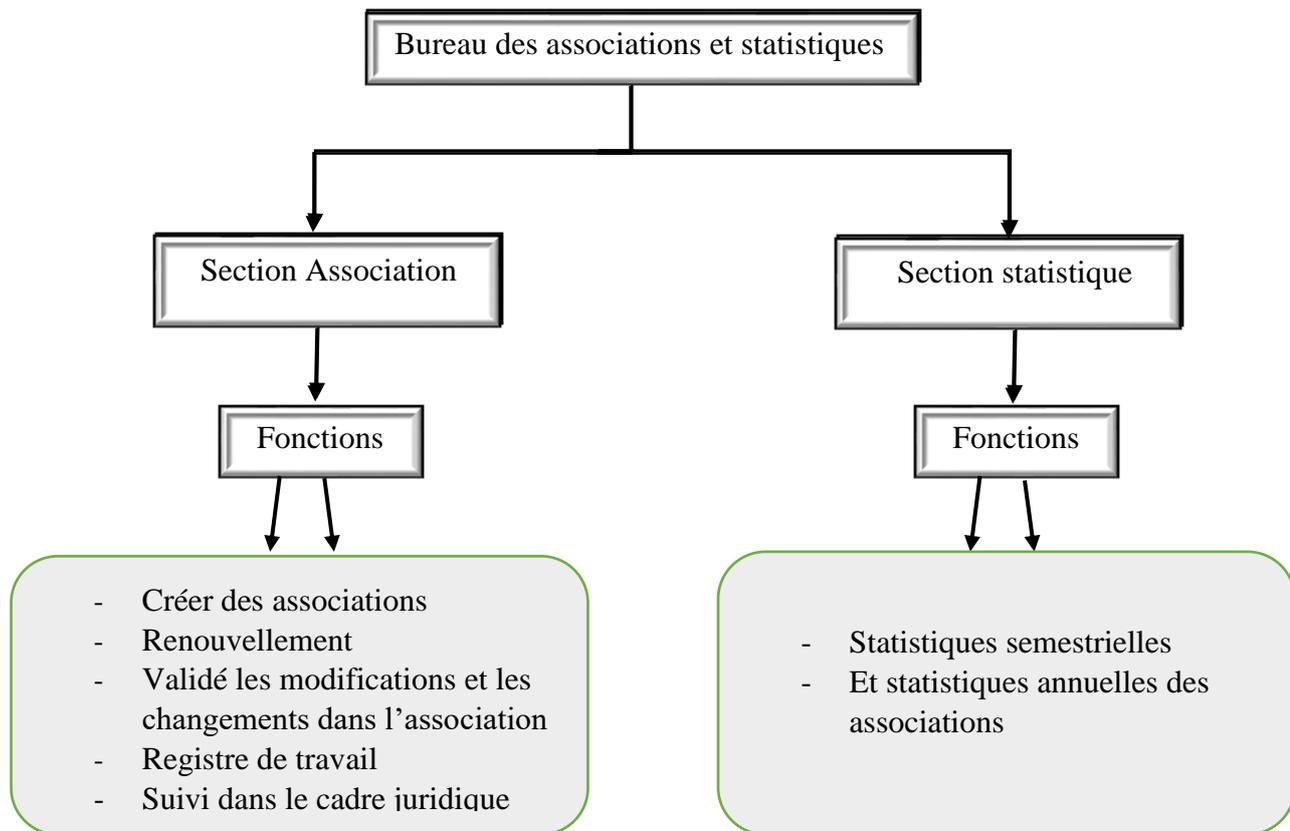
17. Quelles sont les préoccupations qui concernent les jeunes et qui sont traitées dans les réunions de village ?

18. Quels sont les dispositifs mis en place par votre association pour la transmission des normes et valeurs culturelles ?

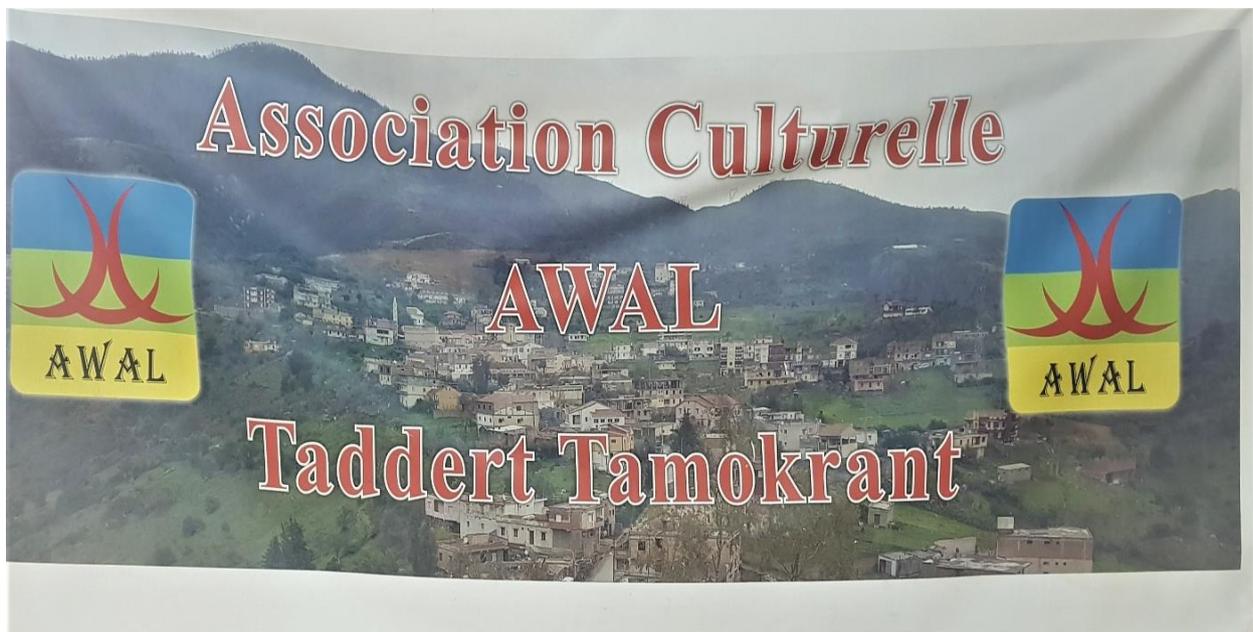
19. Comment votre association s'engage-t-elle pour intégrer les jeunes dans les projets ?

20. Quels sont les projets auxquels votre association a contribué au profil des jeunes ? et quel est le rôle des jeunes dans ces projets ?

Annexe N°2 : Organigramme du bureau des associations de la commune d'amizour :



Annexe N°3 : Quelques images des logos et partenaires de l'association culturelle Awal Taddert Tamokrant.



Annexe N°4 : Quelques images des actions menées par l'association Awal Taddert Tamokrant.



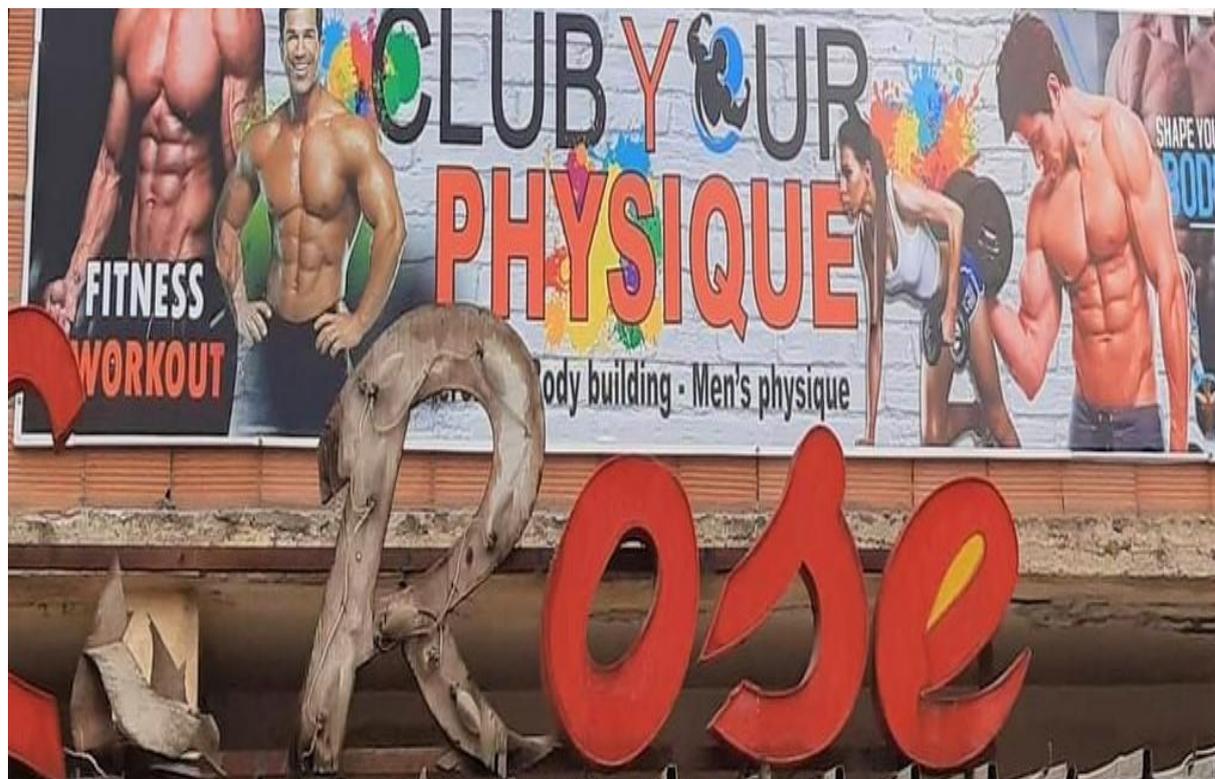
Annexe N°5 : Le logo de l'association Afus Deg Afus.



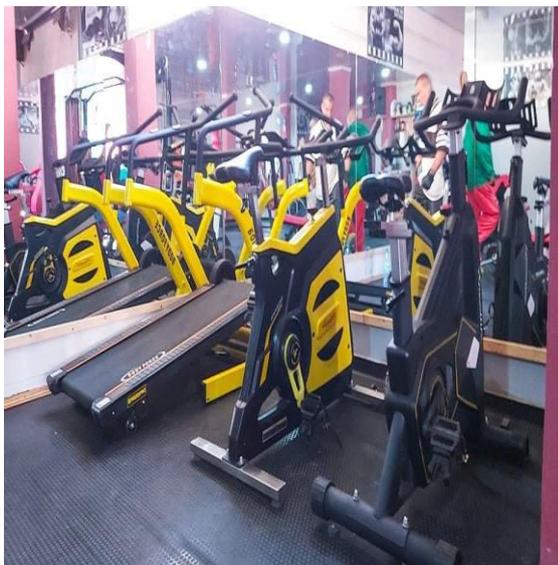
Annexe N°6 : Quelques images des actions menées par l'association Afus Deg Afus.



Annexe n°7 : Affiche publicitaire de l'association sportive body building fitness.



Annexe N°8 : Quelques images de l'équipement de l'association sportive body building fitness.



Annexe N°9 : Programmes des championnats nationaux auxquels a participé l'association sportive body building fitness.



FEDERATION ALGERIENNE DE BODY BUILDING ET DU POWER LIFTING

Programme des championnats nationaux open de bodybuilding : Année 2021

Nature de l'opération	Date	Lieu/المكان
Championnat national physique men's Juniors et Seniors	22-23/ Décembre /2021	Biskra
Championnat national -Body Building - Body Classique et classique physique Juniors et Seniors	23 - 24 - 25 /Décembre /2021	Biskra
Tournoi national mémorial Mohammed Ben Aziza	30 - 31 /Décembre /2021	Saida



ملاحظة:

- سيتم عن الاعلان عن برنامج المنافسة و الشروط الصحية المطلوبة لاحقا.

Annexe N°10 : Photos de quelques villages de la commune d'Amizour.

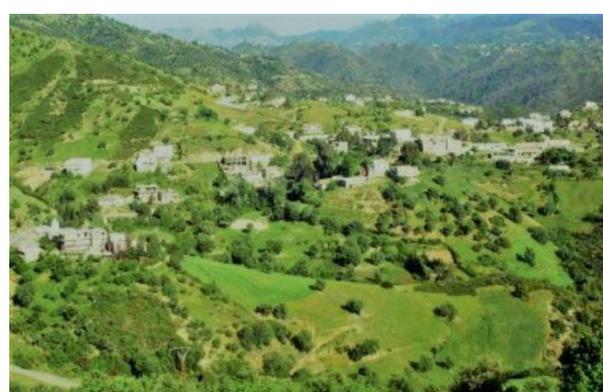
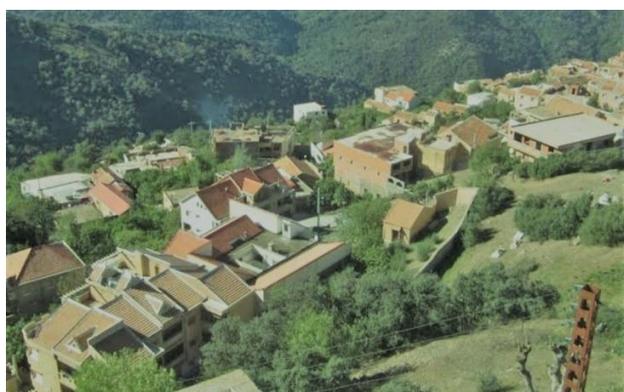


Table des matières

INTRODUCTION.....	I
-------------------	---

PARTIE METHODOLOGIQUE

Chapitre I : Analyse conceptuelle	5
--	----------

Section 1 : La problématique.....	5
-----------------------------------	---

Section 2 : Les hypothèses	8
----------------------------------	---

Section 3 : Définitions des concepts clés	9
---	---

a. Communication associative :.....	9
-------------------------------------	---

b. Association :.....	10
-----------------------	----

c. Réseaux sociaux numériques :.....	10
--------------------------------------	----

d. Communication interpersonnelle :	10
---	----

e. La socialisation :.....	11
----------------------------	----

f. Les médias de proximité :.....	11
-----------------------------------	----

g. Espace public :	12
--------------------------	----

h. Acteurs sociaux :.....	12
---------------------------	----

Section 4 : Les études antérieures	13
--	----

Section 5 : Les objectifs de la recherche	17
---	----

Chapitre 2 : Démarche méthodologique	18
---	-----------

Section 1 : La pré-enquête.....	18
---------------------------------	----

Section 2 : La méthode utilisée	18
---------------------------------------	----

Section 3 : La technique utilisée	19
---	----

Section 4 : La population d'étude	20
Section 5 : Le choix de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage.....	20
Section 6 : L'approche théorique	21

PARTIE THEORIQUE

Chapitre 3 : La communication associative dans l'espace public..... 25

Section 1 : La communication associative, ses types et ses outils..... 26

1.1. Les types de communication

1.1.1. La communication publique :

1.1.2. La communication locale :

1.1.3. La communication politique :

1.1.4. La communication institutionnelle :

1.1.5. La communication d'entreprise :

1.2. Les acteurs de la communication des associations :

1.2.1. Le bureau de l'association.....

1.2.2. Les membres de l'association.....

1.2.3. Le public externe

1.3. Les objectifs de la communication associative

1.3.1. Assurer le financement de l'association et de ses missions

1.3.2. Mobiliser

1.3.3. Informer.....

1.3.5. Promouvoir l'association.....

1.4. Les outils de la communication associative	33
1.3.4. Modifier les comportements :	34
1.5. Outils de communication interpersonnelle.....	34
1.5.1. Discussions et Débats.....	34
1.5.2. Séances de Visionnement.....	35
1.5.3. Groupes de Discussions	35
1.6. Médias de groupe	35
1. 6.1. Photographies, illustrations, tableaux à feuilles mobiles	35
1.6.2. Les affiches bannières, les enregistrements vidéo, et les enregistrements audio	36
1.7. Médias traditionnels	36
1.7.1. Le théâtre :.....	36
1.7.2. Les chants, musique, contes et proverbes.....	36
Section 2 : Évolution et supports de la communication associative.....	37
2.1. Historique et évolution de la communication associative dans l'espace public	37
2.2. Les médias et la communication associative.....	38
2.1.1. Le communiqué de presse :.....	39
2.1.2. Les médias de masse :	39
2.1.3. La presse écrite :.....	39
2.1.4. La radio :	40
2.1.5. La télévision :	40
2.1.6. Les nouveaux médias :	40
2.3. Les acteurs sociaux et l'espace public en milieu rural	41

Chapitre 4 : Le mouvement associatif en Algérie : évolution et champs d'interventions.	44
Section 1 : Généralités sur les associations	45
1. Définition et modalités de création d'une association en Algérie	45
2. Champs d'interventions d'une association	48
3. Rôle des associations	50
Section 2 : Le mouvement associatif et son évolution	52
1. Historique du mouvement associatif en Algérie	52
2. Évolution du mouvement associatif en Algérie	53
3. Les jeunes et le mouvement associatif en Algérie	55
4. L'apport des associations de la willaya de Bejaia dans le développement des territoires ruraux	57
PARTIE PRATIQUE	
Chapitre 5 : Les particularités de l'étude sur le terrain	61
Section 1 : Le cadre spatio-temporel de l'étude	61
a. Le temps de l'étude :	61
b. Le lieu de l'étude :	61
1.1.1. Présentation des associations :	62
2.1.2. L'association culturelle Awal :	62
2.1.3. L'association Afus deg Afus :	63
2.1.4. L'association sportive Body Building Yourk Fitness :	63
2.1.5. Le bureau des associations de la commune d'Amizour :	64
Section 2 : Présentation des caractéristiques de l'échantillon	65
Chapitre 6 : analyse et interprétation des résultats	71

Section 1 : Analyse descriptive de contenu des entretiens :	71
Section 2 : Synthèse des résultats :	91
Conclusion.....	95
Liste bibliographique.....	97
Annexes	
Résumé	

Résumé :

Notre étude vise à comprendre la manière dont les associations communiquent pour servir, accompagner et atteindre les jeunes dans le cadre de la communication associative en milieu rural à travers des dispositifs communicationnels tels que les RSN qui sont les plus utilisés par les jeunes. C'est dans cette perspective que nous avons choisi un échantillon de trois associations actives dans le milieu rural, dans le volet sportif, culturel et humanitaire et nous avons procédé par type d'échantillonnage non probabiliste (typique). Le terrain d'étude nous a donné une vision plus large dans la collecte des données et nous avons opté pour le guide d'entretien semi-directif et la méthode qualitative dans but de découvrir en profondeur la nature des actions menées par les acteurs sociaux. Dans le milieu rural les échanges se font entre les individus de manière très fluide dans les espaces publics locaux.

La concertation y est une forme de coopération, il s'agit d'un processus collectif de coordination basé sur une mise en relation structurée et durable entre les acteurs sociaux.

Mots clés : association, communication associative, RSN, espace public, acteurs sociaux.

Abstract :

Our study aims to understand the way in which associations communicate to serve, support and reach young people in the context of associative communication in rural areas through communication devices such as RSN which are the most used by young people. It is in this perspective that we chose a sample of three associations active in rural areas, in the sports, cultural and humanitarian aspects where we proceeded to the type of non-probability (typical) sampling. The field of study gave us a broader vision in the collection of data where we opted for the semi-directive interview guide and the qualitative method in order to discover the depth of the nature of the actions carried out by the social actors. In rural areas, exchanges take place between individuals very fluidly in local public spaces.

Consultation is a form of cooperation, it is a collective process of coordination based on a structured and lasting relationship between social actors.

Keywords: association, associative communication, social network, public space, social actors.

ملخص :

تهدف دراستنا إلى فهم الطريقة التي تتواصل بها الجمعيات لخدمة الشباب ودعمهم والوصول إليهم في سياق التواصل الجماعي في المناطق الريفية من خلال وسائل الإتصال مثل شبكات التواصل الإجتماعي والتي هي الأكثر إستخداما من قبل الشباب. من هذا المنظور اخترنا عينة من ثلاث جمعيات نشطة في المناطق الريفية، في الجوانب الرياضية والثقافية والإنسانية حيث انتقلنا إلى نوع العينة غير الإحصائية النموذجية أعطانا مجال الدراسة رؤية أوسع في جميع البيانات حيث اخترنا دليل المقابلة شبه التوجيهي والطريقة النوعية من أجل اكتشاف عمق طبيعة الإجراءات التي يقوم بها الفاعلون الإجتماعيون. في المناطق الريفية تتم التبادلات بين الأفراد بشكل مرن للغاية في الأماكن العامة المحلية الإستشارة هي شكل من أشكال التعاون، وهي عملية تنسيق جماعية تقوم على علاقة منظمة ودائمة بين الفاعلين الإجتماعيين

الكلمات الدالة : الجمعيات، التواصل الجماعي، وسائل التواصل الإجتماعي، الفضاء العام، الفاعلون الإجتماعيون

