



Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Mémoire de Fin de cycle

Thème

Les medias sociaux et la socialisation religieuse

Un examen des effets de la communication en ligne

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

Option : communication et relations publiques

Réalisé par :

DRISSI Lynda
FELLAHI Meriem

Encadré par :

Mr. BAHLOUL Farouk

Année universitaire

2023-2024

Remerciement

En premier lieu, nous remercions le Bon Dieu qui nous a donné la force, le courage et la volonté nécessaires pour mener à bien ce travail et surmonter les défis rencontrés tout au long de ce parcours.

En deuxième lieu, nous tenions à remercier notre encadrant, Monsieur Bahloul Farouk, pour son engagement et pour avoir partagé son expertise avec nous.

Ensuite, nous tenons à exprimer notre profonde gratitude aux membres des jurys, pour avoir accepté de consacrer leur temps à fin d'évaluer notre travail, leur implication et leur professionnalisme sont grandement appréciées

Enfin, nous tenons à adresser nos plus sincères remerciements à toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à la réussite de ce travail. Nous leur sommes profondément reconnaissantes.

Dédicace

À ma mère, dont le soutien et l'amour m'ont porté jusqu'ici. Je la remercie pour chaque sacrifice, chaque mot d'encouragement, et chaque moment de tendresse.

Elle a toujours cru en moi, et je lui dois tout.

À mon père, pour sa force et ses conseils. Je le remercie d'avoir toujours cru en moi et de m'avoir donné les moyens de réussir.

À mon grand frère Malek, mon bras droit et ami. Merci pour ton soutien et ta force. Je sais que je pourrai toujours compter sur lui

À ma petite sœur Salma, pour sa joie de vivre et son soutien constant. Elle apporte tant de lumière et de bonheur dans ma vie."

A toute ma famille proche ou de loin, tantes, oncles, cousins, cousines. Et mes amies qui se comptent sur les doigts d'une main que je considère comme ma famille

A mon grand père et ma grand-mère, pour leur sagesse précieuse. Je les remercie pour toutes les leçons de vie et les moments partagés qui enrichissent mon existence.

À ma binôme Lynda j'apprécie notre collaboration. Travailler avec elle est toujours une expérience enrichissante et agréable. Sa confiance, son engagement sont des atouts précieux pour notre travail commun.

Pour conclure, à mon étoile dans le ciel, ma grand-mère maternelle, que je n'oublierai jamais. Elle avait toujours désiré me voir réussir dans ma vie et dans mes études. C'était son souhait de me voir grandir, mais malheureusement, la vie en a décidé autrement. J'espère qu'elle est fière de moi, là où elle se trouve.

Meriem

Dédicace

Mon Dieu, merci de m'avoir donné la force, le courage, et la capacité de réaliser ce travail, ainsi que la patience pour aller jusqu'au bout de ce rêve.

Avec toute ma reconnaissance, je dédie ce modeste travail à toutes les personnes qui m'ont soutenu de près ou de loin, et à qui je n'arriverai jamais à exprimer suffisamment mon amour sincère et ma gratitude.

À ma chère grand-mère et à ma mère, qui ont quitté ce monde mais jamais mon cœur. Votre amour et vos valeurs continuent de me guider chaque jour. Votre souvenir est ma force. Vous avez été mon plus grand soutien. Vous m'avez donné la vie, vous vous êtes battues pour moi, et vous avez toujours cru en moi. Je suis infiniment reconnaissant(e) pour tout ce que vous avez fait pour moi, et c'est grâce à vous que je suis là où je suis aujourd'hui. Je vous dédie ce travail et toutes mes réussites.

À ma sœur anies,

Ma sœur, tu es ma force, mon refuge et ma meilleure alliée. Peu importe où la vie nous mène, sache que tu as une place éternelle dans mon cœur. Ma gratitude pour ta présence dans ma vie est infinie.

À mon frère Mohand,

Ta présence est un cadeau constant, tu as toujours été un pilier pour moi une épaule sur laquelle je sais pouvoir toujours me reposer. Tu es le meilleur frère que l'on puisse souhaiter. Je suis tellement chanceuse de t'avoir dans ma vie.

À ma sœur rania,

Avec toi, j'ai appris ce que signifie vraiment l'amour et le soutien familial, je t'aime plus que tout, et je serai toujours là pour toi. Merci d'être la sœur incroyable que tu es.

À mes oncles Omar, Youcef, Dodine, et Mouloud,

Vous avez toujours été une bénédiction pour notre famille. Votre présence est une source de joie et de réconfort, et vous avez été un soutien constant et aimant tout au

long de ma vie. Depuis mon enfance, vous avez toujours veillé sur moi, et je vous en suis profondément reconnaissante.

À mes tantes Rebiha, Chicha, et Louiza,

Les mots ne suffisent pas à exprimer ma gratitude pour les précieuses leçons de vie que vous m'avez transmises. Ma vie est enrichie grâce à vous. C'est vous qui m'avez encouragée à déployer mes ailes et à m'élever. Je vous dois une grande partie de ce que je suis aujourd'hui.

À mon futur mari,

Depuis le début, tu as été ma source de force et d'inspiration tout au long de mon parcours. Merci de croire en moi et de m'accompagner dans cette aventure. Tu as cru en moi, même lorsque j'avais des doutes. Ta présence à mes côtés a rendu ce parcours non seulement possible, mais aussi infiniment plus doux et plus précieux. Je suis profondément reconnaissante de t'avoir dans ma vie, et je sais que notre avenir ensemble sera aussi solide que beau.

À ma binôme Meriem

Tu es la meilleure amie et binôme que je puisse avoir, ce parcours a été beaucoup plus plaisant et motivant grâce à ton soutien. Merci pour ton amitié, ta collaboration, et tous les moments partagés. Ce mémoire est autant le tien que le mien.

Lynda

Liste des figures

Figure IV. 1 : Capture d'écran de la chaîne YouTube de روائع الشيخ رشيد	58
Figure IV. 2: capture d'écran de la vidéo لن تترك صلاة الفجر بعد هذه الموعظة الشيخ رشيد بن عطاء الله	60
Figure IV. 3: capture d'écran de la vidéo أناس يفضحهم الله يوم القيامة	63
Figure IV. 4: capture d'écran de la vidéo سلك روحك اطلب السماح في الدنيا	66
Figure IV. 5: capture d'écran de la vidéo المطلقة لا تتزوج ... الشيخ رشيد بن عطاء الله	69
Figure IV. 6: Capture d'écran de la vidéo أجمل ما قاله الشيخ رشيد بن عطاء الله عن المرأة و قدرها	73

Liste des tableaux

Tableau II. 1: Historique des médias sociaux	25
Tableau 1: les unités de qualification de chaque vidéo	86

Sommaire

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction1

Chapitre I : Le cadre méthodologique de la recherche

I.1. Analyse conceptuelle4

I.1.1 Les raisons du choix du thème4

I.1.2 Les objectifs de la recherche6

I.1.3 Problématique7

I.1.4 Hypothèses9

I.1.5 Définitions des concepts clés11

I.1.5.1. Socialisation religieuse.....11

I.1.5.2. Influence des médias sociaux12

I.1.5.3. Communautés religieuses en ligne.....12

I.1.5.4. Contenus religieux numériques13

I.1.5.5. Interactions en ligne.....13

I.2. Approches théorique et méthodologique14

I.2.1. Les études antérieures14

I.2.2. Approche Théorique : Étude de l'impact des médias sociaux sur la socialisation religieuse.....18

Chapitre II : l'ère numérique : les médias sociaux et leur impact sur la communication et la société

II.1. Définition des médias sociaux23

II.2. Historique des médias sociaux23

II.3. Les caractéristiques des médias sociaux	27
II.4. Typologies des médias sociaux	28
II.5. Les médias sociaux et leurs usages	38

Chapitre III : approche sociauculturelle de la socialisation religieuse via les médias sociaux

III.1. La Socialisation Religieuse à l'ère du Numérique	42
III.2. Analyse des Usages et Pratiques sur les médias Sociaux.....	47
III.3. L'Évolution de l'Identité Religieuse.....	52

Chapitre IV: Le cadre pratique : présentation des données de recherche

IV.1. Présentation des données de recherche.....	56
IV.2. Analyse des résultats.....	59
V.2.1. Analyse des vidéos.....	60
IV.3. Résultats et discussion	81
Conclusion	84

Références bibliographique

Annexes

INTRODUCTION

INTRODUCTION

À l'ère contemporaine, les médias sociaux ont profondément redéfini la manière dont les individus interagissent, communiquent et construisent leur identité, y compris sur le plan religieux. Depuis l'avènement du web 2.0, les plateformes numériques ne se limitent plus à un rôle d'information et de divertissement, mais sont devenues des espaces de socialisation, où la foi et les pratiques spirituelles sont de plus en plus partagées, débattues et reconfigurées. Cette transformation numérique n'a pas épargné les croyances religieuses, qui, traditionnellement, se transmettaient par des institutions comme la famille, l'école ou les lieux de culte. Aujourd'hui, les médias sociaux jouent un rôle croissant dans la diffusion des valeurs religieuses, et agissent en tant que nouveaux canaux de socialisation religieuse. Cela nous amène à nous interroger sur l'impact de la communication en ligne sur la construction et l'expression des identités religieuses.

Avec l'émergence de communautés en ligne dédiées à la foi et la spiritualité, il est clair que les médias sociaux ont permis une plus grande diversité d'expressions religieuses. Des groupes, des pages et des forums se sont multipliés sur des plateformes telles que YouTube, offrant aux individus la possibilité de discuter de leurs croyances, de partager des expériences religieuses et d'accéder à un large éventail de contenus spirituels. Cette diversité de discours et d'acteurs remet en question l'autorité religieuse traditionnelle, souvent représentée par des figures institutionnelles ou des clercs. En effet, l'accès à des ressources religieuses en ligne et l'émergence de leaders d'opinion influents sur ces plateformes modifient les dynamiques de transmission de la foi. Un individu peut désormais suivre les enseignements d'un prédicateur virtuel, s'informer sur des doctrines via des vidéos en ligne ou participer à des discussions religieuses en temps réel avec des personnes situées à des milliers de kilomètres.

L'importance de ces pratiques ne peut être sous-estimée dans un monde où de plus en plus de jeunes adultes s'éloignent des formes traditionnelles de religiosité pour se tourner vers une spiritualité plus personnalisée et flexible. Dans ce contexte, les médias sociaux fournissent une alternative aux formes institutionnalisées de la pratique religieuse, tout en permettant une accessibilité inédite à la religion. Les utilisateurs peuvent désormais s'engager dans des pratiques religieuses à leur propre rythme, dans des espaces numériques qui respectent leur autonomie et leur intimité. Mais cette transition vers une spiritualité en ligne soulève plusieurs questions : Comment cette flexibilité influence-t-elle la profondeur et l'authenticité de l'engagement religieux ? Les médias sociaux favorisent-ils une véritable socialisation religieuse ou plutôt une consommation rapide et superficielle des contenus religieux ?

INTRODUCTION

L'une des principales caractéristiques des médias sociaux est leur capacité à faciliter l'engagement bidirectionnel. Contrairement aux médias traditionnels où l'information est souvent unidirectionnelle, les plateformes comme Twitter ou Instagram permettent une interaction continue entre les utilisateurs et les créateurs de contenu. Cette dynamique est particulièrement visible dans le domaine religieux, où les croyants peuvent poser des questions, partager des réflexions ou exprimer leurs doutes directement avec des leaders religieux ou d'autres membres de la communauté. Cela crée un environnement plus participatif, mais aussi potentiellement plus fragmenté, où différentes interprétations de la religion peuvent émerger et entrer en conflit.

Cette multiplication des points de vue rend d'autant plus complexe le processus de socialisation religieuse, qui était autrefois encadré par des normes institutionnelles bien définies. En ligne, l'individu est exposé à une multitude de croyances, de pratiques et de dogmes qui peuvent parfois se contredire. Cela peut conduire à une redéfinition de la foi, non plus comme un ensemble de principes fixes et immuables, mais comme un processus dynamique et évolutif. En ce sens, les médias sociaux ne se contentent pas de transmettre des croyances religieuses ; ils transforment la manière dont ces croyances sont vécues, partagées et remises en question.

Dans le cadre de cette étude, il est pertinent de s'interroger sur les conséquences de cette révolution numérique sur la socialisation religieuse. En particulier, comment les jeunes, souvent les plus actifs sur ces plateformes, sont-ils socialisés dans la foi à travers les médias sociaux ? La génération actuelle, qualifiée parfois de « digital native », vit une forme de socialisation religieuse fondamentalement différente de celle des générations précédentes. Les lieux de culte, jadis principaux foyers de transmission des valeurs spirituelles, semblent progressivement céder la place à des espaces numériques, où la foi devient un sujet de discussion publique et mondiale. En effet, un utilisateur peut aujourd'hui recevoir des enseignements spirituels d'un leader religieux basé à l'autre bout du monde, rejoindre des groupes de prière virtuels, ou s'engager dans des débats interconfessionnels en ligne, tout en restant dans le confort de son domicile.

Cependant, la nature même de ces interactions numériques pose la question de leur profondeur et de leur sincérité. L'anonymat relatif offert par les médias sociaux permet une grande liberté d'expression, mais peut également encourager des comportements moins authentiques, où la quête de visibilité et de popularité prend le pas sur la recherche spirituelle sincère. De plus, les algorithmes des plateformes jouent un rôle non négligeable dans la manière dont les utilisateurs sont exposés à des contenus religieux. En favorisant des contenus populaires ou engageants, ces algorithmes peuvent biaiser l'expérience religieuse en ligne, en promouvant des figures

INTRODUCTION

charismatiques au détriment de l'étude sérieuse et de la réflexion profonde. Cela pose une question éthique importante : dans quelle mesure les médias sociaux sont-ils un espace propice à une véritable socialisation religieuse, ou bien se contentent-ils de répondre à une demande immédiate de spiritualité, souvent réduite à une consommation rapide de contenus ?

L'objectif de cette recherche est donc d'analyser de manière critique l'impact des médias sociaux sur la socialisation religieuse. En se basant sur une analyse des publications et des interactions religieuses en ligne, nous tenterons de comprendre comment ces pratiques redéfinissent les relations entre croyants, et comment elles influencent la transmission des valeurs religieuses. L'étude se penchera également sur les nouveaux rapports d'autorité religieuse qui émergent dans ces environnements numériques, ainsi que sur les implications de ces transformations pour la pratique religieuse à l'ère digitale

CHAPITRE I

Le cadre méthodologique de la recherche

Préambule

Dans ce chapitre, nous allons présenter les bases méthodologiques de notre recherche. Nous commencerons par expliquer pourquoi nous avons choisi d'étudier l'impact des médias sociaux sur la socialisation religieuse, en soulignant les éléments clés qui rendent ce sujet particulièrement pertinent et en décrivant les objectifs de notre enquête pour mieux comprendre ces dynamiques sociales contemporaines. Ensuite, nous aborderons la problématique centrale en précisant les théories qui soutiennent notre analyse. Nous traiterons de la façon dont les médias sociaux influencent les pratiques religieuses et la diffusion des croyances dans un monde globalisé. Les concepts fondamentaux, comme la socialisation religieuse et l'influence des médias sociaux, seront également définis. Nous présenterons ensuite trois hypothèses principales, qui établissent des liens entre l'utilisation des médias sociaux, la participation religieuse, et la construction identitaire. Ces hypothèses guideront l'analyse de notre travail en identifiant les relations clés entre les variables étudiées. Enfin, nous expliquerons notre méthodologie, en détaillant les critères de sélection de l'échantillon et les méthodes employées pour collecter les données. Nous discuterons également des techniques d'analyse et des obstacles que nous avons rencontrés au cours de la recherche, qu'il s'agisse de limitations méthodologiques ou de difficultés sur le terrain.

I.1. Analyse conceptuelle**I.1.1 Les raisons du choix du thème**

Nous pouvons diviser les raisons qui nous ont conduits à choisir notre thème en deux catégories complémentaires : les raisons subjectives et les raisons objectives.

A. Raisons Subjectives

Les raisons subjectives sont intrinsèquement liées à notre intérêt personnel et à notre démarche intellectuelle. Elles englobent :

– Pertinence dans notre recherche personnelle : Les raisons que nous avons choisies sont d'une importance cruciale pour notre investigation. Elles nous permettent de délimiter clairement notre champ d'étude et de créer une cohérence avec nos objectifs de recherche, lesquels visent à approfondir notre compréhension des médias sociaux et de la socialisation religieuse. Ces raisons subjectives contribuent à établir la pertinence de notre thème de recherche et à orienter notre étude vers des objectifs clairs et précis.

–Sujet ayant interpellé notre curiosité : Le sujet que nous avons décidé d'aborder a suscité un grand intérêt et une curiosité intellectuelle intense. Cette curiosité nous a motivés à transformer cet intérêt personnel en une quête scientifique rigoureuse, cherchant à explorer et à comprendre les dynamiques complexes entre les médias sociaux et la socialisation religieuse. Cette démarche témoigne de notre engagement à contribuer de manière significative à la recherche académique dans ce domaine.

B. Raisons Objectives

Les raisons objectives reposent sur des considérations factuelles et méthodologiques, qui renforcent la légitimité et la pertinence de notre choix de sujet. Elles incluent :

- **Actualité du sujet** : Nous avons sélectionné ce thème en raison de son actualité. Il s'agit d'un sujet contemporain qui n'a pas encore été largement exploré dans la littérature existante. Cette lacune dans la recherche constitue une opportunité pour nous de présenter des connaissances nouvelles et originales, ce qui représente l'une de nos motivations principales. En abordant un sujet peu traité, nous visons à combler un vide académique et à apporter une contribution novatrice à notre domaine.
- **Importance dans notre domaine d'étude** : Ce sujet est particulièrement pertinent dans le cadre de notre discipline, à savoir la communication et les relations publiques. Les médias sociaux et la socialisation religieuse sont deux concepts fondamentaux pour comprendre les dynamiques communicationnelles modernes. En choisissant ce thème, nous nous positionnons au cœur de notre champ d'étude, cherchant à examiner comment ces deux dimensions interagissent et influencent les pratiques communicationnelles contemporaines. Cette pertinence disciplinaire justifie également notre choix de sujet, renforçant ainsi la valeur académique de notre recherche.

En conclusion, les raisons subjectives et objectives que nous avons identifiées sont toutes deux essentielles pour établir la pertinence et la validité de notre thème de recherche. Elles nous permettent de définir clairement notre champ d'étude et de nous aligner avec nos objectifs de recherche, visant à approfondir nos connaissances sur les médias sociaux et la socialisation religieuse.

I.1.2 Les objectifs de la recherche

- Les raisons précédemment évoquées nous ont conduit à établir des objectifs précis à atteindre au cours de notre enquête. L'objectif principal de notre étude est d'affiner nos connaissances sur les effets engendrés par l'usage des médias sociaux sur la socialisation religieuse des individus. Pour atteindre cet objectif général, nous avons identifié plusieurs objectifs spécifiques :
- Décrire le processus de socialisation religieuse via les médias sociaux numériques : Le processus de socialisation religieuse à travers les médias sociaux numériques implique la transmission, le développement et l'incorporation de croyances, de valeurs et de pratiques religieuses à travers des plateformes en ligne. En examinant ce phénomène, nous cherchons à comprendre comment les interactions sur les médias sociaux peuvent influencer et modeler les pratiques religieuses et la construction de l'identité religieuse chez les individus.
- Expliquer de manière approfondie les étapes de la socialisation religieuse conçue comme un processus individuel : La socialisation religieuse peut être définie comme un processus individuel par lequel une personne intègre, apprend et adopte les croyances, valeurs, pratiques et normes d'une religion particulière. Nous nous proposons d'explorer en détail les différentes étapes de ce processus, en mettant en lumière les mécanismes par lesquels les médias sociaux facilitent ou entravent cette intégration.
- Nos objectifs de recherche orienteront le déroulement de notre étude et contribueront de manière significative à la compréhension de l'interaction entre les médias sociaux et la socialisation religieuse. En structurant notre recherche autour de ces objectifs, nous visons à fournir des insights pertinents et novateurs qui enrichiront le champ académique de la communication et des relations publiques. Les raisons et objectifs choisis guideront également la formulation de notre problématique de recherche, assurant ainsi une cohérence et une rigueur méthodologique tout au long de notre travail.

En résumé, les objectifs spécifiques que nous avons définis nous permettront de réaliser une analyse détaillée et rigoureuse des effets des médias sociaux sur la socialisation religieuse, apportant ainsi une contribution substantielle à notre domaine d'étude. Notre recherche se veut non seulement une exploration académique, mais aussi une réponse aux questions actuelles concernant l'impact des technologies numériques sur les pratiques religieuses contemporaines.

I.1.3 Problématique

L'expansion rapide et l'omniprésence des médias sociaux ont modifié en profondeur de nombreux aspects de la vie quotidienne, y compris les pratiques religieuses et l'expression de la spiritualité. Traditionnellement, la socialisation religieuse se déroulait dans des espaces physiques comme les lieux de culte, les écoles religieuses et les rassemblements communautaires. Avec l'essor du numérique, cependant, une nouvelle dynamique est apparue, permettant aux individus de se connecter au-delà des frontières géographiques et temporelles (Jones, 2016). En Algérie, cette transformation prend une dimension particulière, où les jeunes et d'autres groupes utilisent ces plateformes pour explorer et réinventer leur identité religieuse dans un contexte de tensions sociales et politiques (Dirèche, 2009).

Les plateformes numériques soulèvent des questions sur la nature de l'engagement spirituel : facilitent-elles une socialisation religieuse plus inclusive et interactive, ou conduisent-elles à une dilution des croyances et pratiques traditionnelles ? Comment influencent-elles la formation et l'expression de l'identité religieuse, notamment dans un pays comme l'Algérie, où la religion joue un rôle central dans la société et l'identité collective ? Ces interrogations s'accompagnent d'enjeux liés à la cohésion communautaire, les médias sociaux introduisant des influences extérieures et des formes de religiosité alternatives, parfois en tension avec les normes locales (Dirèche, 2009 ; Campbell, 2010).

L'attractivité des médias sociaux réside dans leur capacité à générer des interactions immédiates et horizontales, créant des espaces où les utilisateurs peuvent partager des idées et des expériences spirituelles diversifiées (Brown, 2020). En Algérie, ces plateformes offrent non seulement des canaux d'expression religieuse, mais aussi des espaces de débat, permettant aux croyants de naviguer entre tradition et modernité. Néanmoins, cette transition soulève plusieurs défis, notamment en matière d'authenticité des interactions et de superficialité des engagements virtuels. Les risques de fragmentation des communautés religieuses sont également importants, surtout lorsque les discours numériques s'opposent aux doctrines établies (Graham, 2017).

La sémiotique, qui étudie la production et l'interprétation des signes, constitue un cadre pertinent pour analyser la manière dont les pratiques religieuses évoluent dans les environnements numériques. Les médias sociaux ne se contentent pas de diffuser passivement des croyances préexistantes ; ils participent activement à la construction de nouvelles formes de religiosité. En combinant une approche sémiotique et une analyse socioculturelle, il devient possible de décrypter comment les symboles et pratiques religieuses sont réinterprétés et

reformulés à l'ère du numérique (Campbell, 2010). Cette perspective permet aussi d'examiner comment, en Algérie, ces signes et symboles évoluent dans un contexte où religion et identité sont intimement liés.

Questions de recherche associées

a. Question principale :

❖ **Quel est le rôle des médias sociaux dans la facilitation de l'engagement et de la socialisation religieuse ?**

Explication : Cette question centrale vise à comprendre comment les médias sociaux numériques servent de catalyseurs pour l'engagement et la socialisation religieuse. Elle explore comment ces plateformes numériques offrent des espaces où les individus peuvent interagir, partager des idées et des expériences religieuses, et se connecter avec d'autres croyants partageant des intérêts communs. En examinant le rôle des médias sociaux dans la facilitation de l'engagement, cette étude vise à mieux comprendre comment ces outils influencent la participation active des utilisateurs dans diverses activités religieuses.

b. Questions secondaires :

❖ **Quels sont les facteurs clés qui sous-tendent la dynamique d'engagement et de socialisation religieuse sur les médias sociaux ?**

Explication : Cette question explore les éléments individuels, sociaux et contextuels qui influencent l'engagement et la socialisation religieuse des utilisateurs sur les médias sociaux. Les aspects examinés incluent :

- **Motivation individuelle :** Les raisons personnelles qui poussent les individus à utiliser les médias sociaux pour des fins religieuses, telles que la recherche de communauté, l'accès à des enseignements religieux ou le désir de partager sa foi.
- **Caractéristiques des plateformes sociales :** Les fonctionnalités spécifiques des médias sociaux, telles que les groupes de discussion, les fonctionnalités de partage de contenu et les algorithmes de recommandation, qui facilitent la socialisation religieuse.

- **Normes sociales** : Les attentes et les comportements acceptés au sein des communautés religieuses en ligne, qui influencent la manière dont les individus interagissent et participent.
- **Opportunités de participation** : Les différentes façons dont les utilisateurs peuvent s'engager activement, par exemple en participant à des débats, en rejoignant des groupes de prière en ligne ou en soutenant des causes caritatives.
- **Incitations externes** : Les motivations externes telles que les appels à l'action par des leaders religieux ou des événements communautaires en ligne.

❖ **Comment l'utilisation des médias sociaux redéfinit-elle l'expression de la foi et la participation des individus aux pratiques religieuses collectives et individuelles ?**

Explication : Cette question examine l'impact des interactions en ligne sur les attitudes, les croyances et les pratiques religieuses des utilisateurs. Elle analyse comment les médias sociaux influencent :

- **Les attitudes et opinions religieuses** : La manière dont les discussions et les contenus partagés sur les médias sociaux peuvent renforcer ou transformer les croyances des individus.
- **Les pratiques religieuses** : Comment les médias sociaux modifient les rituels et les pratiques quotidiennes des croyants, par exemple en facilitant la participation à des cérémonies virtuelles ou en offrant des ressources éducatives sur la foi.
- **La communication religieuse** : L'évolution des modes de communication entre les croyants et leurs communautés religieuses, ainsi qu'entre les croyants et les leaders religieux.
- **L'engagement communautaire** : La façon dont les médias sociaux permettent aux individus de s'engager davantage dans des activités communautaires et des causes religieuses, renforçant ainsi le tissu social de leurs communautés.

I.1.4 Hypothèses

Formuler des hypothèses est crucial dans une étude sur l'impact des médias sociaux sur la socialisation religieuse car cela permet de structurer la recherche et de donner une direction claire à l'investigation. Les hypothèses servent de fondement pour tester les relations entre les

variables, telles que l'utilisation des médias sociaux et les changements dans les pratiques religieuses, facilitant ainsi l'évaluation des effets spécifiques de ces plateformes sur la socialisation religieuse (Creswell, 2014). En posant des hypothèses, les chercheurs peuvent également identifier les mécanismes potentiels par lesquels les médias sociaux influencent les croyances et les comportements religieux, offrant une base pour des analyses plus approfondies et des conclusions plus robustes (Kerlinger & Lee, 2000). De plus, les hypothèses aident à clarifier les objectifs de l'étude et à guider la collecte de données, ce qui est essentiel pour obtenir des résultats significatifs et pertinents (Gay, Mills, & Airasian, 2011).

Dans notre étude sur l'impact des médias sociaux sur la socialisation religieuse, nous avons utilisé les hypothèses suivantes.

❖ **Hypothèse 1**

Les médias sociaux pourraient offrir aux utilisateurs une exposition à une pluralité de perspectives religieuses et spirituelles. En facilitant des interactions entre personnes de différentes confessions, ces plateformes semblent encourager l'exploration de nouvelles pratiques et croyances. Toutefois, il reste à déterminer si cet accès accru à la diversité spirituelle favorise réellement un dialogue constructif ou si, au contraire, il renforce parfois les divisions et incompréhensions existantes entre traditions religieuses.

Discussion

Les utilisateurs peuvent bénéficier d'une compréhension élargie des spiritualités grâce aux plateformes numériques. Cependant, la manière dont chacun réagit à cette diversité varie : certains pourraient en tirer une ouverture accrue, tandis que d'autres pourraient réagir par repli identitaire ou renforcement de leurs croyances préexistantes.

❖ **Hypothèse 2**

Les interactions religieuses en ligne pourraient compléter, voire remplacer, certaines formes de participation traditionnelle, en offrant une flexibilité en réponse aux contraintes modernes. Les pratiquants peuvent ainsi accéder à des contenus spirituels à tout moment et de n'importe où. Cependant, il n'est pas clair si cette accessibilité entraîne un engagement spirituel aussi profond qu'au sein de communautés physiques.

Discussion

La flexibilité des pratiques religieuses en ligne est attrayante, mais elle pourrait aussi engendrer une déconnexion partielle avec les rituels traditionnels et la dimension communautaire en présentiel. Le défi reste d'évaluer si ces formes de pratique numérique suffisent à maintenir une spiritualité active à long terme.

❖ Hypothèse 3

Les médias sociaux pourraient contribuer à renforcer l'identité religieuse en offrant un espace de partage d'expériences et de témoignages spirituels. Cependant, il est possible que l'exposition accrue à ces contenus sur des plateformes publiques pousse certains utilisateurs à se conformer à des modèles normatifs, réduisant l'authenticité de leurs pratiques.

Discussion

Bien que les communautés virtuelles permettent un engagement continu et soutenu, cette visibilité peut aussi engendrer une pression sociale pour afficher une forme particulière de religiosité. Il est important d'examiner dans quelle mesure ces dynamiques influencent l'authenticité et la spontanéité des pratiques spirituelles en ligne.

I.1.5 Définitions des concepts clés

Nos hypothèses émises ci-avant nous ont conduits, en nous appuyant sur notre cadre théorique, à faire un choix parmi les concepts dont il faudra rendre compte au moyen d'une analyse qualitative. Nous avons ainsi choisi deux grandes familles de concepts : les premiers appartiennent à la théorie de la socialisation, les seconds sont issus de la théorie de l'influence des médias.

I.1.5.1. Socialisation religieuse

La socialisation religieuse se réfère au processus par lequel les individus acquièrent et intériorisent les croyances, les pratiques et les valeurs religieuses de leur culture ou de leur communauté. Selon Rizzuto (1979), ce processus commence dès l'enfance et se poursuit tout

au long de la vie, influencé par divers agents de socialisation tels que la famille, l'école, les pairs et les médias (**Rizzuto, 1979**).

Définition opérationnelle : La socialisation religieuse, dans le contexte des médias sociaux, est définie comme l'acquisition et l'intériorisation des croyances, pratiques et valeurs religieuses par les interactions et les contenus religieux disponibles sur les plateformes de médias sociaux. Cela se manifeste par la participation à des groupes religieux en ligne, le partage et la discussion de contenus religieux, et l'adhésion à des normes et valeurs religieuses influencées par les interactions en ligne.

I.1.5.2. Influence des médias sociaux

L'influence des médias sociaux se réfère à l'impact que les contenus et les interactions sur les plateformes numériques peuvent avoir sur les attitudes, les comportements et les croyances des utilisateurs. Kaplan et Haenlein (2010) définissent les médias sociaux comme un groupe d'applications en ligne qui reposent sur les fondations idéologiques et technologiques du Web 2.0, permettant la création et l'échange de contenus générés par les utilisateurs (**Kaplan & Haenlein, 2010**).

Définition opérationnelle : L'influence des médias sociaux, dans notre étude, est définie comme l'impact des contenus religieux, des interactions avec d'autres utilisateurs religieux, et des fonctionnalités des plateformes de médias sociaux sur les croyances, pratiques et valeurs religieuses des utilisateurs. Cela inclut les messages, les vidéos, les discussions de groupe et les interactions avec des leaders religieux en ligne.

I.1.5.3. Communautés religieuses en ligne

Les communautés religieuses en ligne se réfèrent à des groupes d'individus qui se réunissent sur des plateformes numériques pour partager, discuter et pratiquer leur foi. Selon Helland (2000), ces communautés permettent aux individus de se connecter au-delà des contraintes géographiques, créant ainsi des réseaux de soutien et de pratique religieuse (**Helland, 2000**).

Définition opérationnelle : Une communauté religieuse en ligne est un groupe d'individus connectés par des liens sociaux et des interactions qui se produisent principalement ou

exclusivement sur des plateformes numériques telles que YouTube. Ces individus partagent des croyances et des pratiques religieuses, interagissent régulièrement pour échanger des informations religieuses, participent à des discussions théologiques, et soutiennent mutuellement leur pratique de la foi.

I.1.5.4. Contenus religieux numériques

Les contenus religieux numériques se réfèrent aux textes, vidéos, images et autres médias relatifs à la religion, disponibles sur les plateformes numériques .Campbell (2010) souligne que ces contenus jouent un rôle crucial dans la médiation de l'expérience religieuse à l'ère numérique (**Campbell, 2010**).

Définition opérationnelle : Les contenus religieux numériques sont définis comme les textes, vidéos, images, et autres médias relatifs à la religion, créés et partagés sur les plateformes de médias sociaux. Cela inclut les sermons en ligne, les prières partagées, les discussions théologiques, et les contenus éducatifs sur les croyances et les pratiques religieuses.

I.1.5.5. Interactions en ligne

Les interactions en ligne se réfèrent aux communications et échanges entre utilisateurs sur les plateformes numériques (**Lynch, 2012**). Selon Boyd et Ellison (2007), ces interactions peuvent être textuelles, visuelles ou auditives, et elles jouent un rôle central dans la formation et le maintien des communautés en ligne (**Boyd & Ellison, 2007**).

Définition opérationnelle : Les interactions en ligne, dans le contexte de notre étude, sont définies comme les communications et échanges entre utilisateurs sur les plateformes de médias sociaux concernant des sujets religieux. Cela inclut les commentaires sur des postes religieux, les discussions dans les groupes de prière, et les échanges privés ou publics sur des sujets de foi et de pratique religieuse.

I.2. Approches théorique et méthodologique

I.2.1. Les études antérieures

Les études antérieures nous permettent de comprendre ce qui a déjà été étudié et de déterminer les questions nécessitant des approfondissements. Nous avons choisi quatre études clés qui constituent un cadre essentiel pour appréhender comment les médias sociaux influencent la socialisation religieuse.

a. Première étude

Dans l'article intitulé *Social Media, Religion and Spirituality*, Heidi A. Campbell explore comment les plateformes comme YouTube sont utilisées par les individus pour exprimer et partager leurs croyances religieuses (Campbell, 2013). Campbell se concentre sur l'impact de ces plateformes en tant que nouveaux espaces de socialisation religieuse, où les individus peuvent se connecter avec des communautés partageant les mêmes croyances et participer à des discussions spirituelles (Campbell, 2010).

L'étude utilise une approche mixte, combinant des analyses de contenu des publications sur les médias sociaux avec des entretiens semi-directifs. Les résultats montrent que les médias sociaux offrent un espace où les croyances religieuses peuvent être partagées de manière plus ouverte et inclusive, permettant une diversification des voix et des pratiques religieuses en ligne. Cette étude souligne également l'importance de ces plateformes dans la formation d'identités religieuses modernes et fluides.

b. Deuxième étude

Dans *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, Stephen O'Leary et Brenda Brasher examinent comment les pratiques religieuses traditionnelles sont transformées par l'utilisation des médias sociaux. L'étude analyse des cas spécifiques où les médias sociaux ont été utilisés pour organiser des événements religieux, partager des enseignements spirituels et renforcer les communautés religieuses (O'Leary & Brasher, 2011).

Les auteurs utilisent une méthodologie qualitative, incluant des études de cas et des analyses de discours sur des plateformes comme Twitter et Instagram. Les résultats indiquent que les

médias sociaux facilitent la participation active des fidèles et la diffusion rapide des messages religieux. Cette transformation numérique permet également aux communautés religieuses d'atteindre des publics plus larges et de s'adapter aux besoins des nouvelles générations.

c. Troisième étude

Dans l'article *Online Religion as Lived Religion: Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet*, Christopher Helland explore comment les interactions en ligne influencent les pratiques religieuses des individus (Helland, 2005). Helland se concentre sur les forums de discussion et les groupes Facebook dédiés aux discussions religieuses, en analysant comment ces espaces numériques facilitent la socialisation religieuse (Helland, 2000).

La méthode utilisée dans cette étude consiste à observer les interactions sur les forums et à réaliser des entretiens avec les participants. Les résultats montrent que les forums de discussion en ligne deviennent des espaces de pratique religieuse vécue, où les individus peuvent partager leurs expériences, poser des questions et recevoir du soutien spirituel. Helland souligne également l'importance de ces espaces pour la construction de communautés religieuses virtuelles et la continuité des pratiques religieuses en ligne.

d. Quatrième étude

Dans son ouvrage *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, Lorne Dawson examine l'impact des médias sociaux sur les pratiques religieuses et la socialisation spirituelle (Dawson & Cowan, 2004). Dawson se concentre sur les vidéos YouTube comme moyen de diffusion des messages religieux et de formation des communautés de croyants (Dawson, 2012).

L'auteur adopte une approche mixte, incluant des analyses de contenu des vidéos YouTube et des entretiens avec les créateurs de contenu et les spectateurs. Les résultats révèlent que YouTube joue un rôle crucial dans la socialisation religieuse en offrant une plateforme accessible pour la prédication, l'enseignement et le partage des témoignages de foi. Cette étude souligne également l'importance de la vidéo comme outil de connexion et de renforcement des liens communautaires au sein des groupes religieux en ligne.

e. Cinquième étude

Dans l'article *The Impact of Social Media on Religious and Social Values*, Mohammad Ali et Fatima Zahra examinent comment les plateformes comme Facebook, Twitter et Instagram influencent les valeurs religieuses et sociales des utilisateurs. L'étude se concentre sur les jeunes adultes et analyse comment les médias sociaux modifient leurs perceptions et pratiques religieuses (Ali & Zahra, 2015).

Les auteurs utilisent des questionnaires distribués à un échantillon de 200 étudiants universitaires, combinés à des entretiens approfondis. Les résultats montrent que les médias sociaux jouent un rôle significatif dans la diffusion des valeurs religieuses modernes et la facilitation de la discussion autour des thèmes religieux contemporains. Les médias sociaux sont également identifiés comme des outils importants pour l'éducation religieuse et la promotion de la tolérance et du dialogue interreligieux.

En guise de synthèse, ces études montrent que les médias sociaux transforment la socialisation religieuse en offrant de nouveaux espaces pour la pratique, la discussion et le partage des croyances. Les plateformes numériques permettent une diversification des voix religieuses et facilitent la création de communautés religieuses dynamiques et inclusives. Ces observations mettent en lumière l'importance de comprendre les contextes locaux et les évolutions sociétales dans l'étude de l'impact des médias sociaux sur la religion.

f. Sixième étude

Dans l'article « La religion et les nouvelles technologies de l'information et de la communication : quel impact sur les pratiques religieuses ? », les auteurs analysent la manière dont les médias sociaux influencent les pratiques religieuses en Algérie. Ils mettent en lumière l'utilisation croissante de plateformes comme Facebook par les jeunes Algériens pour explorer et partager du contenu religieux, contribuant ainsi à la construction d'une identité religieuse dans un environnement numérique. Cette étude se concentre spécifiquement sur la jeunesse, un groupe démographique clé qui adopte ces technologies de manière intensive, et qui modifie ses pratiques religieuses sous l'influence des nouvelles technologies.

L'étude s'appuie sur une enquête menée auprès d'un échantillon de 300 étudiants universitaires algériens, combinée à des entretiens semi-directifs pour approfondir leur relation avec les plateformes numériques. Les résultats montrent que les médias sociaux ne se contentent pas de

faciliter l'accès à une diversité de contenus religieux, mais qu'ils permettent également aux utilisateurs de s'engager dans des discussions interactives et de partager des points de vue sur des questions religieuses contemporaines.

Cette dynamique change profondément la façon dont les croyants se rapportent à la religion. Alors que, dans le passé, les lieux de culte étaient les principaux espaces de socialisation religieuse, aujourd'hui, les plateformes numériques deviennent des espaces clés où les individus construisent et expriment leur foi. Les auteurs soulignent que cela peut mener à une diversification des sources d'autorité religieuse, où les jeunes ne se réfèrent plus exclusivement aux figures religieuses traditionnelles, mais aussi à des influenceurs en ligne ou à des leaders d'opinion qui utilisent ces plateformes pour diffuser des messages religieux.

En outre, l'étude montre que les médias sociaux favorisent la diffusion d'un islam plus personnalisé et adapté aux préférences individuelles. Les jeunes Algériens utilisent les médias sociaux pour suivre des figures religieuses qui partagent leurs points de vue, ce qui contribue à une interprétation plus subjective et pluraliste de la religion. Cela reflète une tendance plus large où les croyants, notamment les jeunes, se réapproprient la religion à travers le prisme de la modernité et des nouvelles technologies.

Enfin, l'article conclut que l'impact des médias sociaux sur la religion en Algérie est ambivalent. D'un côté, ils permettent une plus grande diffusion et accessibilité des savoirs religieux, favorisent l'éducation religieuse et offrent des espaces pour la tolérance et le dialogue interreligieux. De l'autre, ils peuvent aussi conduire à une fragmentation des communautés religieuses et à la polarisation des croyances, en raison de la propagation de contenus religieux radicaux ou de la désinformation.

En guise de synthèse, cette étude démontre que les médias sociaux transforment profondément la manière dont les pratiques religieuses sont vécues et partagées en Algérie. Ils ouvrent de nouveaux espaces de socialisation et d'expression religieuse, tout en posant des défis complexes liés à la gestion de la diversité religieuse et au contrôle des discours extrémistes. La compréhension de l'impact des médias sociaux sur la religion exige une prise en compte des particularités locales et des évolutions sociales qui façonnent ces nouvelles pratiques religieuses en ligne.

I.2.2. Approche Théorique : Étude de l'impact des médias sociaux sur la socialisation religieuse

Les médias sociaux ont transformé la manière dont les individus interagissent et partagent des informations, y compris dans le domaine religieux. Cette étude vise à analyser l'impact des médias sociaux sur la socialisation religieuse à travers les prismes de la sémiotique et de l'approche socioculturelle. Ces perspectives offrent des cadres complémentaires pour comprendre comment les croyances et pratiques religieuses sont influencées et modifiées par l'ère numérique.

II.1. Cadre Théorique

A. Sémiotique

La sémiotique étudie les signes et symboles utilisés dans la communication. Ferdinand de Saussure, un des pionniers de la sémiotique, distingue le signifiant (la forme du signe) et le signifié (le concept que le signe représente) (**Saussure, 1916**). Charles Sanders Peirce, un autre théoricien clé, classe les signes en icônes, indices et symboles, chaque catégorie offrant une perspective unique sur la façon dont les signes sont interprétés (**Peirce, 1931-1958**). Roland Barthes a développé l'idée de connotation et de mythe pour explorer les significations secondaires et les récits culturels (**Barthes, 1967**).

Sur les médias sociaux, les utilisateurs partagent des symboles religieux tels que des croix, des versets bibliques, et des images de lieux sacrés. Ces symboles peuvent être analysés pour comprendre comment ils véhiculent des significations et renforcent des identités religieuses. Par exemple, un post sur Instagram montrant une mosquée avec le hashtag #FridayPrayers peut symboliser la solidarité et la communauté parmi les musulmans, en plus de sa signification religieuse primaire.

B. Approche Socioculturelle

L'approche socioculturelle se concentre sur l'influence des interactions sociales et des contextes culturels sur les comportements individuels et collectifs. Lev Vygotsky a mis en avant l'importance des interactions sociales dans le développement cognitif et culturel (**Vygotsky,**

1978). James Wertsch a développé le concept d'actions médiatisées, soulignant comment les outils culturels médiatisent les interactions humaines (Wertsch, 1991). Barbara Rogoff a exploré comment les individus apprennent et se développent au sein de communautés de pratique, mettant l'accent sur l'apprentissage contextuel (Rogoff, 2003).

Les médias sociaux, en tant qu'outils culturels, facilitent la formation de communautés religieuses virtuelles. Ces plateformes permettent aux individus de partager leurs expériences, poser des questions et recevoir du soutien, contribuant ainsi à leur socialisation religieuse. Par exemple, les chaînes YouTube de prédicateurs populaires sont des espaces où les croyants peuvent interagir et renforcer leur foi.

II.2. Méthodologie

A. Analyse Sémiotique

L'analyse sémiotique permet de décomposer les messages religieux en leurs éléments constitutifs pour comprendre comment ils véhiculent des significations religieuses. Cette approche inclut l'examen des symboles, narratifs et rituels représentés sur les médias sociaux. Par exemple, une analyse des hashtags religieux sur Twitter peut révéler comment ces symboles sont utilisés pour unir des communautés et exprimer des croyances.

B. Approche Qualitative

Les entretiens semi-structurés et les groupes de discussion sont essentiels pour recueillir des données sur les expériences des utilisateurs en matière de socialisation religieuse. Ces méthodes permettent une compréhension approfondie des perceptions, croyances et pratiques des utilisateurs. Par exemple, des entretiens avec des membres de communautés religieuses en ligne peuvent fournir des insights sur la manière dont ces plateformes influencent leur engagement religieux.

II.3. Impact des Médias Sociaux sur la Socialisation Religieuse

a. Accès à l'Information

Les médias sociaux offrent un accès sans précédent à une variété de ressources religieuses, facilitant l'éducation religieuse et l'engagement spirituel. Des plateformes comme YouTube

permettent d'accéder à des sermons et des conférences. Cette accessibilité élargit les horizons des croyants et leur permet de renforcer leur foi de manière continue.

b. Formation de Communautés en Ligne

Les médias sociaux, tel que « YouTube », permettent la formation de communautés religieuses virtuelles où les croyants peuvent interagir et se soutenir mutuellement. Les chaînes religieuses offrent un espace de partage et d'apprentissage, tandis que les commentaires et les discussions en direct permettent aux utilisateurs d'échanger sur leurs croyances et de renforcer leurs pratiques spirituelles au quotidien.

c. Négociation des Identités Religieuses

Les médias sociaux offrent un espace pour explorer et négocier les identités religieuses, souvent dans un contexte de diversité religieuse et culturelle. Les blogs personnels et les forums en ligne permettent aux utilisateurs de partager leurs expériences religieuses et réflexions, favorisant une compréhension mutuelle et la coexistence. Les discussions interreligieuses sur Twitter, par exemple, permettent aux utilisateurs de s'engager dans des dialogues constructifs et de renforcer leur compréhension de leur propre foi et de celle des autres

I.2.3. Échantillon de l'étude

A. Le corpus

Pour garantir la validité et la rigueur de cette recherche, il est crucial de définir avec précision la population étudiée. Selon Creswell et Poth (2016), une identification claire de la population permet de déterminer les éléments pertinents et d'assurer une couverture complète du sujet (**Creswell & Poth, 2016**). Dans cette étude, la population étudiée inclut tous les commentaires et interactions des spectateurs sur la vidéo YouTube intitulée " لن تترك صلاة الفجر " بعد هذه الموعظة الشيخ رشيد بن عطاء الله " par Cheikh Rachid Atallah, publiée le 16 juin 2023.

Le choix de ce corpus repose sur plusieurs critères essentiels :

- **Représentativité** : La vidéo a été choisie pour sa pertinence par rapport au thème central de la prière de l'aube (Salat al-Fajr), un pilier de la pratique religieuse islamique.

- **Activité** : Le volume élevé de vues, de likes, et de commentaires démontre une forte interaction des spectateurs, rendant ce corpus riche en données pour l'analyse.
- **Alignement avec les objectifs de recherche** : La popularité de la vidéo et son sujet permettent d'explorer en profondeur les croyances et pratiques religieuses des spectateurs.

B. Technique d'échantillonnage

L'échantillonnage est une étape clé dans toute recherche, consistant à sélectionner un sous-ensemble représentatif de la population étudiée. Selon Patton (2002), il s'agit d'une série d'opérations méthodiques visant à constituer un échantillon reflétant fidèlement la population totale (Patton, 2002).

Pour cette étude, nous avons opté pour un échantillonnage non probabiliste de convenance, sélectionnant les commentaires les plus pertinents et significatifs selon les critères suivants :

- **Diversité des contenus** : Les commentaires choisis couvrent une large gamme de thèmes liés aux croyances et pratiques religieuses, y compris des témoignages personnels, des conseils religieux, et des discussions spécifiques sur la prière de l'aube.
- **Engagement des spectateurs** : Les commentaires ayant un nombre significatif de réponses, de likes ou d'autres formes d'engagement sont priorisés pour capturer les interactions les plus influentes.
- **Pertinence au sujet étudié** : Seuls les commentaires directement liés à la prière de l'aube et aux valeurs religieuses promues par la vidéo sont retenus.
- **Sentiment exprimé** : Des outils de traitement du langage naturel sont utilisés pour analyser le sentiment des commentaires (positif, négatif, neutre), fournissant une vision générale des attitudes des spectateurs envers le message de la vidéo.

En déterminant la taille de l'échantillon, nous visons à inclure une diversité suffisante pour représenter une variété d'opinions et de comportements parmi les spectateurs engagés. Cela permet d'obtenir une vue d'ensemble des interactions et de l'engagement, fournissant des insights précieux sur l'impact potentiel de la vidéo sur la socialisation religieuse de ses spectateurs.

I.2.4. Étapes de réalisation de l'enquête

Une enquête nécessite une immersion sur le terrain, souvent prolongée, pour collecter des informations préliminaires et déterminer la nécessité d'une enquête formelle. Une enquête peut être définie comme une investigation méthodique visant à découvrir, vérifier ou établir des faits et des informations par la collecte, l'analyse et l'interprétation de données (Yin, 2014). Voici une description détaillée des étapes de notre enquête.

a. La pré-enquête

La phase préliminaire de notre enquête s'est déroulée entre le Avril et le 20 Aout, durant laquelle nous avons exploré notre terrain d'investigation virtuel : la vidéo YouTube " لن تترك " صلاة الفجر بعد هذه الموعظة الشيخ رشيد بن عطاء الله". Cette étape comprend plusieurs éléments clés :

1. Construction des catégories d'analyse de contenu :

Nous avons construit des catégories d'analyse basées sur nos hypothèses de recherche. Ces catégories incluent des thèmes tels que l'engagement, les types d'interactions sociales, la visibilité et la pertinence des contenus partagés. Les catégories spécifiques comprennent "encouragement à la prière", "partage de témoignages personnels", et "réactions aux enseignements" (Bryman, 2016; Hsieh & Shannon, 2005).

2. Analyse préliminaire des commentaires :

Une analyse préliminaire des commentaires les plus interactifs a révélé des thèmes récurrents : l'importance de la prière de l'aube (Salat al-Fajr), des témoignages de changements de comportements religieux après avoir regardé la vidéo, et des discussions sur les défis et solutions pour être plus assidu dans la prière. Ces analyses ont enrichi notre cadre d'analyse en couvrant toutes les dimensions importantes de l'engagement et de la mobilisation des spectateurs (Silverman, 2013; Braun & Clarke, 2006).

3. Définition des critères de codage :

Des critères de codage précis ont été définis pour chaque catégorie. Par exemple, pour "encouragement à la prière", les critères incluent des mentions de motivations personnelles, des

citations de l'auteur de la vidéo, et des appels à l'action pour d'autres spectateurs (Miles, Huberman, & Saldana, 2014; Schreier, 2012).

b. La période de l'enquête

Notre enquête s'est déroulée d'avril à août, incluant des moments clés comme le mois de Ramadan et les vacances d'été, périodes propices à une intensification des pratiques religieuses. Pendant cette période, tous les commentaires et réactions ont été enregistrés de manière méthodique à l'aide de captures d'écran et d'outils d'analyse de données spécialisés. Les données ont été organisées chronologiquement et catégorisées en fonction des types de contenus (Patton, 2015; Creswell, 2014).

Un cadre d'analyse approfondi a été employé pour coder les données, utilisant à la fois des unités de numération et de qualification :

1. Les unités de numération :

Les unités de numération sont des unités de signification mesurables quantitativement. Dans notre étude, cela inclut le nombre de réactions sur les commentaires, comme les réponses et les "j'aime" (Elo & Kyngäs, 2008; Krippendorff, 2013).

2. Les unités de qualification :

Ces unités servent à définir et décrire les propriétés des éléments présents dans les commentaires, comme les tonalités (positives, négatives, neutres), la pertinence par rapport aux objectifs de la vidéo, ou la nature des interactions. Ce sont ces unités qui permettent de saisir la qualité et la nature des interactions au-delà de leur fréquence (Denzin & Lincoln, 2011; Mayring, 2014).

En analysant des variables comme l'engagement des spectateurs, la qualité des échanges et les types de mobilisation, nous avons pu obtenir une base solide pour vérifier les hypothèses de l'étude et comprendre les facteurs influençant la mobilisation et l'engagement des spectateurs.

c. Les obstacles de la recherche

Durant cette étude, nous avons rencontré divers défis :

- **Virtualité des médias sociaux numériques** : La nature virtuelle des médias sociaux complique la mesure de l'impact réel des interactions et de la communication sur les comportements des spectateurs (Marwick & Boyd, 2011 ; Kozinets, 2015).
- **Accès limité aux informations pertinentes** : L'accès restreint à certaines informations sur l'utilisation des médias sociaux a limité notre compréhension globale du sujet (Glesne, 2011; Flick, 2018).
- **Sélection des échantillons représentatifs** : La diversité de la population et la multiplicité des contenus sous la vidéo ont rendu difficile la sélection d'échantillons représentatifs (Palinkas et al., 2015; Teddlie & Yu, 2007).
- **Algorithmes des médias sociaux** : Les algorithmes influencent les contenus vus par les utilisateurs, ce qui peut biaiser les informations collectées et fausser les résultats de l'analyse (Gillespie, 2014; Bucher, 2012).

CHAPITRE II

L'ère numérique : les médias sociaux et leur impact sur la communication et la société

II.1. Définition des médias sociaux :

Pour **Cédric Deniaud** « le social média, c'est le fait de communiquer en utilisant tous les moyens proposés par internet pour initier un dialogue, échanger, partager, écouter, entrer en relation... ».

Selon **Frédéric Cavazza**, spécialiste des médias sociaux, « Les médias sociaux désignent un ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur internet ou en situation de mobilité ». **GUILLAUME EOUZAN, JEREMIE DUPUIS, CHARLOTTE MICHALON, Webmarketing, 2éd, ENI, 2014, p 339.**

L'expression « médias sociaux » recouvre les différentes activités qui intègrent la technologie, l'interaction sociale, et la création de contenu. **Andreas Kaplan et Michael Haenlein** définissent les médias sociaux comme « un groupe d'applications en ligne qui se fondent sur l'idéologie et la technologie du web 2.0 et permettent la création et l'échange du contenu généré par les utilisateurs ».

Ainsi, les médias sociaux regroupent une multitude de techniques de communication, dont l'accessibilité permet de multiplier les possibilités d'interaction sociale. De plus, les médias sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Par le biais de ces moyens de communication sociale, des individus ou des groupes d'individus qui collaborent créent ensemble du contenu Web, organisent le contenu, l'indexent, le modifient ou font des commentaires, le combinent avec des créations personnelles. Les médias sociaux utilisent beaucoup de techniques, telles que les flux RSS et autres flux de syndication Web, les blogues, les wikis, le partage de photos (Flickr), le vidéo partage (You Tube), des podcasts, les médias sociaux, le bookmarking collaboratif, les mashups, les mondes virtuels, les microblogues, et plus encore. **PATEMOTTE Elodie, les médias sociaux, publication, novembre 2010, p06.**

II.2. Historique des médias sociaux :

Depuis l'ouverture du réseau au grand public au début des années 1990, internet c'est progressivement transformé en un canal de distribution électronique duquel les entreprises et les consommateurs échangent et commercialisent des biens et des services, qui sont interconnectés grâce à un protocole de communication commun. Ce qui apparut ces dernières années l'utilisation massive des sciences et la technologie de l'information et de la communication dans tous les secteurs de l'activité, une croissance rapide de l'utilisation des

outils d'informations et de la communication qui a révolutionné la vie humaine en générale et le mode d'organisation des entreprises en particulier. Pendant ces dernières années, les technologies Web invite enfin à les mettre en perspective avec les technologies plus anciennes.

Les médias sociaux en vogue aujourd'hui sont en fait une compilation de fonctionnalités qui existaient déjà sur le net depuis longtemps : forum, messagerie instantanée, courrier électronique, partage de fichiers...etc. la grande nouveauté n'est pas les fonctions disponibles mais le fait qu'une plate-forme sociale les regroupe toutes dans une même interface.

Si on considère un réseau social comme un agglomérat de communautés virtuelles, l'historique remonte assez loin. Le concept de communauté virtuelle date du temps de réseaux d'ordinateurs interconnectés par modem, des forums, des salons de discussion en ligne, des groupes CompuServe ...etc. ces communautés archaïques, qui pour la plupart sont antérieures à l'internet public, permettaient aux usagers de discuter en direct dans des chat rooms, de laisser des messages dans les forums ou de communiquer en privé. **MICHAEL MILLER, le guide ultime du WEB MARKETING, éd FIRST, Paris 2011, p398.**

Certaines de ses anciennes communautés ont connu leur heure de gloire. CompuServe, par exemple, fut l'un des grands fournisseurs de services en ligne américain entre 1979 et 2009 (entre 1993 et 2007 en France). CompuServe proposait une grande variété de forums thématiques et comptait plus de trois millions d'abonnés à une époque. Il fut bientôt concurrencé par AOL, fondé en 1985. AOL s'est retiré du marché français en 2010 mais existe encore aux États-Unis même si sa clientèle est loin des trente millions d'abonnés qu'a connus la société à son apogée en tant que fournisseur de services en ligne.

Les médias sociaux, tel que nous connaissons aujourd'hui, sont nés en 2002 quand Friendster a combiné plusieurs de ces. Fonctions de communauté virtuelle en un site de réseau social étendu avec la notion d'amis et de réseautage. Friendster a connu un succès immédiat, avec plus de trois millions de membres dès les premiers mois de mise en service, mais a vite été surpassé par MySpace, lancé l'année suivante. MySpace s'est hissé au rang de premier réseau social américain entre 2006 et 2008. En 2003, est apparu le site de réseau social LinkedIn. Contrairement à Friendster et MySpace, LinkedIn cible les travailleurs indépendants ; c'est avant tout un outil professionnel. En 2010, ce réseau est utilisé par plus de 70 millions de professionnels dans le monde, de plus de Secteurs d'activité dans deux cents pays. En Europe, le réseau compte millions de membres dont un million en France. Son concurrent français, Viadeo, compte plus de 30 millions de membres dont près de 4 millions en France. L'année

2004 a vu la naissance de Facebook, réseau initialement créé pour les étudiants de Harvard. Percevant des opportunités au-delà du marché des étudiants, Facebook s'est ouvert aux lycéens en 2005, puis aux membres de tout âge (à partir de 13 ans) l'année suivante avec son statut de réseau généraliste, Facebook a connu une croissance rapide du nombre de membres et de pages vues, surpassant MySpace en 2008. Aujourd'hui, Facebook est les numéros un incontestable des médias sociaux avec plus de 500 millions de membres actifs dans le monde, dont 18 millions en France (52% des internautes français). , *Pa MICHAEL MILLER, le guide ultime du WEB MARKETING, éd FIRST, Paris 2011page 399.400*

Tableau II. 1: Historique des médias sociaux

	Création de	Situation en 2010-2011
1991	World Wide Web et premiers logiciels de navigation	2.1 milliards d'internautes sur terre dont 87% hors Amérique du nord
1994	(Mosaic, 1993 ; Netscape, 1994 ; Explorer, 1995)	
1995	Amazon, eBay , Yahoo !	Création de ce qui deviendra le 1 ^{er} site marchand au monde :Amazon le site surprend par l'opportunité laissée aux internautes de publier des avis sur les produits vendus en ligne
1999	MSN deviendra Windows Live Messenger en 2005	5 site le plus visité au monde ; 20 millions d'utilisateurs en France (statistiques internes septembre 2010)
1999	Blogueur (racheté par Google en 2003)	« première » plateforme de blogs grand public 9 ^e site le plus visité au monde
2001	Wikipédia	7eme site le plus visité au monde et 1 ^{er} à but non lucratif
2002	Skyblog.com (devient Skyrock.com en 2007)	Plus de 32 millions de blogs et 23 millions de profils créés en septembre 2010 (statistiques internes)
2003	Second Life	18 millions de résidents en janvier 2010 (statistiques internes)
2003	Myspace	66 millions de visiteurs uniques en juin 2010 (source Double Click Ad Planer (Google)

2003	Délicieux (racheté par Yahoo en 2005)	6 millions de visiteurs uniques en aout 2010 (source Double Click Ad Planer (Google))
2003	LinkedIn	70 millions de membres
2004	Vidéo	30 millions de membres
2004	Flickr	4 milliard de photos hébergées
2004	Facebook (devient public en septembre 2006)	2éme site le plus visité au monde (derriere Google) 800 millions de membres dont 23 en France (sept.2011)
2005	Dougherty et O'Reilly popularisent le cocept de web 2.0	
2005	World of Warcraft (WOW) en ligne	11.5millions de joueurs dans le monde 1 ^{er} MMORPG (massively Multiplayer Online Role-Playing Game : jeux massivement multi-joueurs en ligne).
2005	You Tube (racheté par Google en 2006)	3éme site le plus visité au monde .2milliards de vidéos vues quotidiennement.
2005	Dailymotion	Société française ; 65 millions de V.U (visiteurs uniques) dans le monde
2005	Netvibes	Société française ; 50 millions de pages créées dans 76 langues
2006	Twitter	105 millions de comptes créés en avril 2010 11éme site le plus visité au monde
2006	Le magazine américain Time élit « vous » (You) comme personnalité historique de l'année, signifiant l'avènement de la participation sur le Web	
2009	Four Square	1 million d'utilisateurs.

Source :ComScore, Alexa.com-chiffres 2010-2011 et données entreprises.

**II.3. Les caractéristiques des médias sociaux : COLANTONIO Fred, avec la
collaboration d'Alain Leroy, Op.cit.p44.**

Les évolutions et mutation surviennent désormais à intervalles tellement les évolutions et mutations surviennent désormais à intervalles rapprochés qu'une définition forme et univoque des médias sociaux est complexe, voire risquée, à fournir. Selon nous, le maître mot qui les traverse est la convergence :

✓ Technologique

Nous l'avons déjà exprimé, c'est l'arrivée à maturité des langages Web qui a permis de transformer les pages figées et sites statiques en applications dynamiques et exploitables directement en ligne. En outre, l'évolution des infrastructures informatiques (notamment les vitesses de connexion la bande passante) à permis aux différents formats (image, audio et vidéo) de circuler librement sans entrave de connexion (la problématique des droits de propriété intellectuelle constituant un autre volet du débit qu'il ne nous appartient pas d'aborder ici).

✓ Sociale

La technique n'étant plus un frein, les individus interconnectés ont pu faire jaillir de nouveaux usages. Au départ simple catalogue, le web est devenu l'endroit de prédilection pour trouver à peu près tout ce qu'un utilisateur souhaite (et souvent bien plus ce qu'il est venu chercher). L'essor de la contribution par les utilisateurs eux-mêmes à amplifié l'intérêt du web et facilité sa large adoption. C'est d'ailleurs ce qui en fait sa véritable caractéristique sociale.

✓ Editoriale

Le web est devenu un endroit de création, publication et promotion de contenus. Il à trouvé sa place parmi les médias existants. Aujourd'hui des contenus sont créés expressément pour lui, en respect de ses contraintes spécifiques. Il à profondément remis en question la façon de communiquer et contraint les entreprises, les institutions et les individus à s'adapter à son mode de fonctionnement pour être efficace et y trouver un retour positif.

✓ Collaborative

Les médias sociaux reposent sur l'usage qu'en feront les internautes. Ce sont les contributions des utilisateurs qui donnent aux médias sociaux leur impact. Les contenus produits sont souvent le fruit d'une réflexion commune, d'un partage d'informations ou d'échanges. L'information, le savoir et la valeur se construisent collectivement, chaque individu apportant sa pierre à

l'édifice. Il est de plus en plus souvent question d'UGC (User Generated Content, contenus générés par les utilisateurs). En résumé, les médias sociaux désignent les plateformes accessibles en ligne grâce auxquelles les internautes créent, échangent et partagent de l'information. Le format de celle-ci conditionnera en partie choix de la plateforme (ex : YouTube pour les vidéos, slideshare pour les présentations, flicker pour les photos). Les objectifs poursuivis pèseront aussi sur le type de média social envisagé (ex : blogs et gestion de médias sociaux pour la communication, Wikis et social bookmarking pour la collaboration, etc.

II.4. Typologies des médias sociaux :

Il existe plusieurs types des médias sociaux, chacun ayant des fonctionnalités et des finalités distinctes. Il convient de dresser un panorama de ces différents supports afin d'en saisir tous les enjeux

A. Les médias sociaux :

Média social le plus connu et le plus répandu, un réseau social est une plateforme qui permet le contact entre les internautes grâce à la création de profils personnels auxquels amis, membres de la famille et connaissances peuvent avoir accès. Il prévoit également des services de messagerie et de discussion instantanée, on parle de « chat ». les médias sociaux encouragent l'échange de contenus divers tels que des photos, des vidéos, des articles de presse, des sites internet, mais aussi des opinions, des statuts, etc.ils favorisent la communication en permettant aux membres de garder contact et alimentent un sentiment communautaire.

« Les médias sociaux en ligne, ou social networks en anglais, désignent les sites internet et application mobiles qui permettent aux utilisateurs de se constituer un réseau d'amis ou de relations, et qui favorisent les interactions sociales entre individus, groupes d'individus ou organisation. Le réseautage social ou social Networking, désigne l'utilisation des médias sociaux » *LEVY, B , L.(2017) Mercator. Paris : DUNOD.*

On distingue plusieurs types de médias sociaux :

1. les médias sociaux généralistes et d'informations :**❖ Facebook, le plus social :**

Est le réseau social le plus médiatisé et le plus utilisé au monde trouver son origine en 2004. Il naît dans les bâtiments de l'université de Harvard à l'initiative de Mark Zuckerberg, aidé d'Eduardo Saverin pour les aspects commerciaux et marketing. Devenu accessible au grand public en Septembre 2006, Facebook s'est également ouvert aux applications tierces : créées par des concepteurs indépendants de Facebook, elles ont contribué à développer l'écosystème de la plateforme et dopé la croissance du réseau social. COLANTONO, F. (2011) .communication professionnelle en ligne : comprendre et exploiter les médias et réseaux sociaux.

Facebook est public : tout le monde peut rejoindre la plateforme et se créer un compte. Il ne s'agit donc pas d'un réseau privé pour cela a pu être écrit à une époque. Facebook est également un espace public ce que l'on écrit sera lu par d'autres personnes, à divers degrés de proximité, suivant le niveau de confidentialité que vous avez ou pas fixe. Plusieurs décisions de justice ont d'ailleurs rappelé cette notion d'espace public à celle et ceux qui voyaient le réseau social comme un déversoir pour incendier leur employeur notamment, COLANTONIO Fred, et LEROY d'Alain, Communication professionnelle en ligne, comprendre et exploiter les médias et réseaux sociaux, édition edi.pro, Belgique, 2011, p 91.

Facebook est essentiellement utilisé à des fins personnelles par les utilisateurs. D'abord un espace privilégié d'échanges et de partage entre proches et connaissances, Facebook est aujourd'hui un lieu incontournable pour s'informer, débattre, défendre ses opinions personnelles et soutenir les causes.

❖ Twitter, le plus ouvert :

est un outil de médias sociaux et de microblogging créé par Jack Dorsey en 2006 à San Francisco ,ce dernier permet aux utilisateurs d'envoyer gratuitement de brefs messages appelé les tweets ces messages sont composés d'un texte a 280 caractères, Twitter c'est le médias social dynamiques avec plus de 335M d'utilisateurs actifs dans le monde qui publient, en moyenne, 500Mdr tweets chaque jour, permet de suivre et de s'abonner aux fils d'actualité avec des utilisateurs amis, collègues, clients, personnalités, marques... et d'orienter vers le partage d'information. Diffuser des contenus en masse et bénéficier d'une formidable caisse de

résonance grâce au RT (retweet) en temps réel, permettent à chacun de republier un même contenu auprès de sa communauté

Malgré une limitation importante au niveau du message et un réseau d'utilisateurs très typés, le réseau de microblogging s'est hissé au rang de 9e site le plus visité au monde avec plus de 150 millions d'utilisateurs uniques par jour. En moyenne, un utilisateur visualise 3,6 pages et passe 7 minutes par jour sur le site. Twitter annonce 175 millions d'utilisateurs inscrits qui, cumulés, produisent 95 millions de tweets par jour. Malgré sa simplicité et sa gratuité, Twitter emploie déjà plus de 300 personnes et continue à recruter. *COLANTONIO Fred, et LEROY d'Alain, op.cit. p 94.95.*

2. Les médias sociaux professionnels :

LinkedIn, le plus professionnelles : <https://blog.waalaxy.com/logo-linkedin/> 28 Mai 2024.

LinkedIn est le premier réseau social professionnel en France et dans le monde en nombre d'utilisateurs. Comme la majorité des médias sociaux, il permet à ses utilisateurs de partager des publications enrichies de photos, vidéos et documents, mais à l'unique destination de contacts professionnels. LinkedIn est un média social dédié au personal branding et au développement de carrière. Il a été racheté en 2016 par Microsoft. LinkedIn (prononcez «linktine») est en activité depuis 2003, ce qui en fait le plus ancien des 4 ténors que nous vous présentons. C'est aussi le plus business d'entre eux. Il se définit d'ailleurs comme « le plus professionnel des réseaux. En page d'accueil de (www.linkedin.com), son slogan le confirme: « Relationship matter» (les relations comptent). Sans équivoque, LinkedIn peut se targuer de véhiculer une image conforme à la perception qu'en ont ses utilisateurs.

LinkedIn de se créer un profil professionnel dynamique et complet, auquel on peut ajouter des présentations PDF, des liens vers des pages Web, mais aussi des recommandations de la part d'ancien collaborateur ou employeurs. Pour augmenter son réseau, il suffit d'envoyer des demandes de mise en relation à d'autres membres, en privilégiant ceux que l'on a déjà rencontrés au cours de son parcours professionnel. À partir de ces relations, fais des suggestions de mise en relation avec d'autres personnes.

LinkedIn permet de valoriser son expertise auprès d'une communauté de professionnels et de recruteurs. Le réseau facilite les échanges et prises de position professionnels entre les

utilisateurs, quels que soient leur horizon et leurs secteurs d'activité. C'est également un espace de choix pour répondre à des offres d'emploi.

3. Les médias sociaux visuels

❖ Instagram :

Fondé en 2010 Par Kevin Systrom et. Un an après, elle comptait 100M d'utilisateurs et recevait le prix de Michel Kriegel « l'application de l'année » décerné par l'Appel store elle a été rachetée deux ans plus tard en (2012) par Face book. Instagram compte plus de 1,3 Mds d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde et plus de 4,5 milliards de likes quotidiens vu que Chaque jour 95M de photos et vidéos sont postés. L'application mobile Instagram propose des fonctions de multiple usages ; photos que l'on peut modifier à loisir, vidéos, éphémères stories buzz ou encore influenceurs, comme les contenus partagés peuvent être adressés à l'ensemble des abonnés ou sur un mode privé Dont les marques travaillent leurs notoriétés et subliment les photos de leurs produits auprès de leurs cibles sur le long terme. (SALMANDJEE, Y ; DEGRANGES, P.(2018). Réseaux sociaux pour les nuls. Edition n° 3 First. Paris. P. 22-23.

Les utilisateurs d'Instagram partagent des moments de leur quotidien sous la forme de photos et de vidéos. L'une des clés de son succès repose sur la facilité de retouche des contenus avec le système de filtres, aujourd'hui popularisé sur de nombreux médias sociaux. Instagram a un fonctionnement assez proche de Twitter avec la possibilité de suivre des utilisateurs enregistrés sous un pseudonyme et que l'on ne connaît pas nécessairement, pour interagir ensuite avec leurs photos et vidéos sous forme de commentaires et likes. L'usage de l'hashtag est également répandu pour trouver des photos sur un thème en particulier. Instagram propose également la fonctionnalité des stories, ces photos et vidéos qui disparaissent quelques minutes/heures après avoir été partagées. <https://.meilleure-innovation.com/logo-unstagram/> Consulté le 28 Mai 2024.

❖ Snapchat :

Très populaire chez les jeunes de moins de 25 ans, Snapchat est un réseau social de partage des photos et vidéos éphémères, les "snaps". La popularité de Snapchat répond à de nouveaux usages de la photographie, facilités par le numérique. Les paysages ou portraits de famille ont été mis de côté, aux profits de clichés instants, qui témoignent d'un instant de vie. S'échange des selfies ce qu'on mange à midi, ce qu'on visite ou ce que l'on découvre. Snapchat, pour quoi

faire ? sur Snapchat, chaque snaps ne peut être visible par son destinataire que durant une période de temps allant d'une à 60 secondes. Ces photos et vidéos peuvent être agrémentées de filtres en réalité augmentée. Outre l'aspect social, les internautes voient.
<https://shutterstock.com/search/snapchat+logo> 28 Mai 2024.

4. Les médias sociaux vidéo et musicaux :

❖ YouTube

« La célèbre plateforme de partage vidéo, permet également de créer une chaîne de télévision d'entreprise. La présentation de cette chaîne corporate peut être personnalisée et habillée en fonction de la charte graphique de votre entreprise. YouTube est aussi le 2^e moteur de recherche le plus utilisé au monde derrière Google (auquel ce service de vidéo appartient depuis 2006). La plateforme de partage vidéo française Dailymotion propose un service similaire à celui de YouTube. Vimeo est également une plateforme de partage vidéo alternative ; elle a la particularité de ne pas diffuser de publicités. » *Pascale B LOGEY, Nathalie VAN LAETHEM, op.cit. p 107.*

❖ TikTok :

TikTok est un réseau social de partage de vidéo et de réseautage créé autour de la musique et du karaoké. Le réseau est très populaire auprès des adolescents. TikTok a fusionné avec musical.ly au cours de l'été 2018. Il permet aux utilisateurs de créer de courtes vidéos avec un fond sonore musical. Au-delà de l'importance de la musique, TikTok reprend les standards des médias sociaux établis et propose une multitude de filtres, d'effets et de stickers. TikTok, pour quoi faire ? Les utilisateurs se filment face caméra faisant du playback et/ou des chorégraphies. Les vidéos qui durent entre 3 et 60 secondes peuvent être ralenties ou accélérées, tout en étant enrichies de filtres et autres effets visuels. Une fois partagés sur le réseau, les clips défilent sur la page d'accueil et sont répertoriés dans le profil du créateur. Les utilisateurs peuvent ensuite aimer les vidéos et s'abonner à leurs auteurs.

<https://www.pinterest.com/pin/591097519816541172/> 28 Mai 2024

5. Les dix médias sociaux spécialisés :**❖ Pinterest :**

En 2010, un autre site rencontre un grand succès, mais sur ordinateur cette fois. Pinterest est fondé sur le partage de contenus en relation avec les centres d'intérêt de ses utilisateurs. Le principe est d'« épingler » des sites ou des photographies glanés sur le web sur des tableaux, qu'il est ensuite possible de partager avec les autres membres de Pinterest.

SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand, Op.cit, p 28.

❖ Google+ :

Lancé mai 2011, et faisant donc partie des produits Google comme le moteur de recherche du même nom, la messagerie Gmail, le chat han gouts, etc. Google+ bénéficia d'une arrivée, en fanfare et revendiquait déjà 60 millions de membre à la fin de son année de lancement. Surnommé G+ par les aficionados Google+ ne révolutionne toutefois par les médias sociaux et n'est pas radicalement différent de Facebook, et ne rencontre pas du tout le même succès pour finir par tomber dans l'oubli.

SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand, Op.cit, p 28.

❖ Flickr :

Est un site Web de partage de photos existant depuis 2002. C'est donc l'un des plus anciens réseaux, c'est un site destiné aux photographes amateurs, mais aussi aux professionnels souhaitant disposer d'un espace en ligne pour stocker et exposer leurs photos à la fois (bien qu'il soit possible d'enregistrer ses photos de façon privée, la plupart des membres de Flickr utilisent le site pour partager leurs œuvres avec le public). Aux premières heures, Flickr se fondait sur une sorte de forum de discussion (un chat) pour le partage. Aujourd'hui, c'est plutôt le concept de « galerie en ligne », avec des fonctionnalités de classement et des outils de gestion avancés, qui est sa marque de fabrique.

❖ **Foursquare :**

Est le plus connu des médias sociaux fondés sur la géo localisation c'est une application pour appareils nomades (Smartphones, tablettes, montres connectées comme l'Apple Watch), qui utilise les fonctionnalités de localisation intégrée pour permettre aux membres d'indiquer le lieu où ils se trouvent, et ainsi recommander des endroits pour sortir ou à visiter, des restaurants, des boutiques, etc. On appelle ces visites des « check-in », ou « enregistrements », L'aspect communautaire est renforcé par un système de points et de badges accumulés à chaque interaction, et un « jeu » dans lequel les visiteurs les plus assidus d'un lieu en deviennent le « maire » virtuel.

SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand(2018)

❖ **Kickstarter :**

Est un réseau social et un site de crowdfunding. Ce terme anglais signifie littéralement « financement par la foule » et se traduit plutôt par « financement participatif » ou « financement solidaire » en français. Il désigne une nouvelle technique de financement de projets et de création d'entreprises ayant vu le jour puis pris son envol grâce à Internet et aux médias sociaux. Il existe de très nombreuses autres plates-formes de crowdfunding à l'heure actuelle : KissKissBankBank, Indigo, My Major Company, Ulule figurent parmi les plus utilisées. Certains projets sont carrément fous, ce qui ne les empêche pas pour autant de trouver un financement une statue à la gloire de Robocop (67 436 dollars récoltés, pour un objectif de 50 000 dollars); un film sur la distribution gratuite de 1 000 glaces à des inconnus (600 personnes impliquées) ou, encore plus incroyable, le projet « étoile de la Mort », initié par et pour des fans de Star Wars, afin de financer la construction d'une réplique de l'étoile de la Mort, la célèbre station spatiale imaginée par George Lucas, qui reçut tout de même près de 330 000 livres sterling sur les 20 millions espérées (le projet fut donc abandonné...).

SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand(2018)

❖ **Spotify :**

Est une petite révolution pour les amateurs de musique, et qui n'aime pas la musique après des années de lutte de l'industrie musicale contre le téléchargement illégal, Spotify propose un

service d'écoute de musique numérique illimitée, avec une offre gratuite financée par la publicité et une autre par abonnement : les pirates n'ont plus d'excuse, car ce sont des millions de titres qui sont désormais accessibles de façon tout à fait légal. Le service premium sans aucune publicité et permettant de stocker la musique « hors connexion » coûte 9,99 euros par mois à l'heure ou ces lignes sont écrites : on peut comprendre pourquoi cet excellent rapport qualité-prix a déjà conquis de 50 millions d'utilisateurs dans le monde (sur plus de 100 million de membres au total). La version gratuite limite le nombre d'heures d'écoute total (10 heures par mois) et le nombre d'écoutes d'un même morceau (5fois). La dimension sociale qui vaut à Spotify de figurer dans ces pages repose sur un système de recommandations et de listes de lecture partagées : les membres peuvent ainsi découvrir de nouveaux artistes et morceaux. *SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand(2018)*

❖ **Tinder :**

Est un réseau social dont le principe est de permettre à ses membres de faire de nouvelles rencontres. Lancée en 2012 aux États-Unis, le succès de cette application mobile est fulgurant. Le principe est simple : faites défiler des profils d'utilisateurs (filtrés selon plusieurs critères de votre choix : sexe, âge, localisation géographique) et indiquez par un simple geste sur l'écran de votre smart phone si le profil vous plaît ou non. Ce fameux geste consistant à faire glisser vers la droite lorsque vous appréciez le profil (on peut aussi appuyer sur le bouton en forme de cœur) et faire glisser vers la gauche dans le cas contraire (ou appuyer sur la croix rouge) est emblématique de Tinder (on parle de « swipe » en version originale). Autre concept fort : le « messages, et plus, traités, comme on dit ». *SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand(2018)*

❖ **Twitch :**

Est la principale plate-forme communautaire dédiée aux jeux vidéo. Les utilisateurs peuvent diffuser en direct les vidéos de leurs parties : cela peut paraître étonnant, mais des millions d'utilisateurs en regardent d'autres jouer. Ce site est devenu incontournable pour tous les amateurs de jeux vidéo, qu'on appelle aussi « les gamers ». Les parties diffusées peuvent être celles d'anonymes, mais ce sont surtout les retransmissions des compétitions de jeux vidéo regroupant les meilleurs joueurs qui rencontrent le plus grand succès, avec des audiences se

chiffrant en dizaines de millions de spectateurs SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand(2018)

❖ **Yelp :**

Est un site permettant à ses membres de trouver et recommander des lieux dans leur ville ou leur quartier, avec un accent important mis sur l'aspect communautaire. En d'autres termes, c'est un site qui permet à ses utilisateurs de donner leur avis sur les commerces locaux, qu'il s'agisse d'un restaurant, d'un bar, d'un hôtel, d'un salon de coiffure, etc. Il est ensuite possible de partager ces avis avec ses amis. Impossible de ne pas mentionner TripAdvisor, le site de référence pour trouver des avis de voyageurs du monde entier sur les hôtels, lui aussi orienté vers le réseautage social. SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand(2018)

❖ **Vine/Periscope :**

Dans le domaine de la vidéo, citons enfin Vine, une application de partage de vidéos spécialement conçue pour les Smartphones et les appareils nomades. Les vidéos durent six secondes et sont lues en boucle. Le système de capture vidéo (il faut toucher l'écran et on peut faire des pauses entre deux enregistrements au sein d'une même vidéo) permet de créer des effets originaux ou inattendus. Vine appartient à Twitter. Au moment de la rédaction de cet ouvrage, cette application n'était plus disponible, mais une nouvelle version était annoncée en préparation. Autre création de Twitter, la dernière venue (en 2015) PériScope permet de diffuser des vidéos en direct en flux depuis un Smartphone. Filmez, et c'est partagé en live avec les utilisateurs du monde entier. SALMANDJEE Yasmina, DEGRANGES Paul Durand(2018)

❖ **Les blogs :**

Contraction des termes web et log, un blog est une sorte de journal en ligne qui permet la publication de billets d'humeur affichés de façon antéchronologique sur des thèmes variés tels que la politique, la musique, le cinéma, la littérature, la mode...tout type de contenu peut être publié : des textes, des images, des vidéos, des extraits audio. Apparu à la fin des années 1990, c'est l'une des premières manifestations des médias sociaux. Il existe des plateformes de

publication formatée qui facilite la création d'un blog. C'est le cas de skyrock en France qui a popularisé le blog chez les adolescents au début des années 2000.

En générale, on ne trouve qu'un seul auteur derrière un blog mais il peut arriver que plusieurs personnes s'associent et contribuent au même blog.les commentaires postés par les internautes garantissent une interaction permanente entre les lecteurs et le blogueur. Celui-ci peut d'ailleurs rassembler une véritable communauté à mesure que son audience grandit, voire se transformer en leader d'opinion. Le blog n'est pas réservé à un groupe restreint d'experts mais est ouvert à toute personne disposant d'une connexion internet et souhaitant s'exprimer sur un sujet quelconque. Son utilisation est simple et démocratise véritablement la publication de contenu.

Sabrin, Laroche. les médias sociaux, nouveau canal d'influence dans la stratégie relationnelle des marques .juin 2012. Institut d'études politiques de strasbourg.

6. Sites de création et de partage de contenu :

Ce sont des plateformes qui permettent aux utilisateurs de créer et de publier du contenu de toutes sortes afin de le partager avec d'autres internautes et de recueillir leur avis. Comme pour les médias sociaux, chaque site de création et de partage de contenu a une vocation particulière. Par exemple Flickr est consacré à la publication de photos ; You Tube est dédié au partage de vidéos. Les projets collaboratifs permettent la création collective de contenu dans le but d'offrir un meilleur résultat que s'il avait été produit par un seul individu.

Les wikis en sont l'exemple type en permettant aux visiteurs du site de modifier le contenu des pages, l'encyclopédie collaborative Wikipedia étant le plus connu d'entre eux.

Les sites de social bookmarking entrent dans cette catégorie de médias sociaux et offrent aux utilisateurs la possibilité de partager, d'indexer, de recommander leurs liens préférés aux autres internautes. La véralité est l'une des caractéristiques de ce type de plateformes.

Sabrin, Laroche. les médias sociaux, nouveau canal d'influence dans la stratégie relationnelle des marques .juin 2012. Institut d'études politiques de strasbourg.

7. Les forums :

Développés dès la naissance d'internet, c'est la manifestation la plus ancienne des médias sociaux. Les forums sont des plateformes sur lesquelles se déroulent des discussions

thématiques entre les internautes : des sujets de conversations sont ouverts par les internautes qui viennent poser leurs questions, partager et recueillir des informations, des recommandations, etc.

Sabrin, Laroche. les médias sociaux, nouveau canal d'influence dans la stratégie relationnelle des marques .juin 2012. Institut d'études politiques de strasbourg.

8. Les mondes virtuels :

Plateformes qui répliquent un monde virtuel fantastique ou proche de la vie réelle, les mondes virtuels permettent aux joueurs d'interagir sous la forme d'un avatar. Ils sont très comparables aux jeux vidéos mais nécessitent une connexion internet. Les joueurs disposent également d'un service de discussion instantanée et de forums de discussion. Il existe un très fort sentiment d'appartenance communautaire entre leurs membres. World of Warcraft ou Second Life sont les sites de mondes virtuels les plus populaires. *Sabrina, Laroche. les médias sociaux, nouveau canal d'influence dans la stratégie relationnelle des marques .juin 2012. Institut d'études politiques de strasbourg.*

9. Les services de géolocalisation :

L'essor du Smartphone ces deux dernières années a permis le développement d'applications de géolocalisation sur téléphone mobile. Ainsi les utilisateurs peuvent signaler à leurs contacts où ils se trouvent, le but étant de créer un contact physique à travers la création d'un contact virtuel. Autrement dit, deux individus qui découvriraient qu'ils se trouvent au même endroit au même moment, pourraient décider de se rencontrer. Four square offre cette fonctionnalité de géolocalisation à ses utilisateurs afin d'encourager des rencontres physiques.

Sabrin, Laroche. les médias sociaux, nouveau canal d'influence dans la stratégie relationnelle des marques .juin 2012. Institut d'études politiques de strasbourg.

II.5. Les médias sociaux et leurs usages :

Les médias sociaux sont la dernière forme des applications basés sur le web 2.0. Ce dernier se présente tel une plateforme dans laquelle le contenu et les applications ne sont plus créés par

les individus mais sont modifié d'une façon continu par tout les utilisateurs d'une manière participative et collaborative. A. M. Kaplan and M. Haenlein, « Users of the world, united the challenges and opportunities of social media », *Business Horizons*, vol.53, p59. 2010.

Les médias sociaux sont des forums où les gens peuvent créer des interactions entre les individus permettant ainsi de communiquer avec le monde entier. Mais d'autres causes peuvent être derrière l'utilisation de ces nouvelles formes de médias que se soit par les consommateurs ou les entreprises.

Les médias sociaux offrent la possibilité de co-crée, trouver, partager, évaluer les informations en ligne. Mais il fut considéré que neuf objectifs peuvent être les raisons de l'utilisation des médias sociaux chez les consommateurs. Il s'agit de la recherche de :

- L'interaction sociale,
- D'informations,
- Passe temps,
- Divertissement,
- La relaxation,
- L'utilité communicatrice,
- L'expression d'opinions,
- L'utilité de convenance,
- Partage d'informations,

Observation du comportement des autres. A. Whiting and D. Williams, (2013), « Why people use social media : a uses and gratifications approach », *Qualitative Market Research : An International Journal*, vol. 16, pp.362-369, 2013.

L'utilisation des médias sociaux diffère selon les gens. Goodrich et Mooj (2013) ont montré à travers une étude que les cultures collectivistes utilisent plus les médias sociaux pour discuter et partager que pour effectuer des recherches. Il existe aussi une différence d'utilisation en fonction de la tranche d'âge. L'âge joue un rôle important concernant les technologies favorites.

De même, les entreprises investissent de plus en plus dans les médias sociaux à cause des larges opportunités offertes par ces médias. Ils aident les managers à construire une appréciation pour une marque, une visibilité, une réputation, un partage de connaissances, l'acquisition et le maintien de consommateurs, des promotions à faibles coûts, le

développement de nouveaux produits et des relations marketing avec les consommateurs. De plus, ils permettent aux entreprises de promouvoir la compagnie et ses produits.

A. M. Kaplan and M. Haenlein, « Users of the world, united the challenges and opportunities of social media », *Business Horizons*, vol.53, p68 2010.

D'une manière générale, les entreprises utilisent les médias sociaux afin de réaliser une publicité globale, communiquer avec les consommateurs pour mieux les comprendre, résoudre les problèmes d'une manière collaborative, rester connecter avec ses consommateurs et développer un CRM social, développer une loyauté, récolter des informations transformant ainsi les consommateurs en contributeurs actifs à l'innovation et atteindre les objectifs marketings.

Egalement, ils sont utilisés par la fonction marketing pour construire une image de marque, la sensibilisation des consommateurs pour acquérir de nouveaux clients, la collecte des commentaires des clients ou à partir de la communauté, la sensibilisation des efforts de la communauté, la construction d'un réseau communautaire et la collecte de fonds.

L. Luo, Y. Wang, and L. Han, « Marketing via social media : a case study », *Library Hi Tech*, vol.31, pp. 455-466, 2013.

Les raisons pour lesquelles intégrer les médias sociaux à la stratégie de communication :

- les médias sociaux permettent d'augmenter la visibilité et la notoriété.
- les médias sociaux permettent d'améliorer votre référencement : plus un site à de liens pointant vers ses pages et mieux. Les médias sociaux représente donc l'opportunité de diffuser et faire diffuser des liens vers les pages de votre web et d'optimiser ainsi leur positionnement dans les moteurs de recherches.
- les médias sociaux permettent d'acquérir plus de trafic.
- les médias sociaux permettent de trouver de nouveaux clients et partenaires.
- les médias sociaux permettent de gérer la relation clients en temps réel.
- les médias sociaux permettent de gérer votre e-réputation (réputation en ligne).
- les médias sociaux permettent de réaliser une veille constante de votre marché en temps réel.

Les médias sociaux sont donc incontournables à l'heure de la communication digitale. Cependant, il est important de prendre le temps de concevoir une stratégie social media

complète afin de les utiliser à bon escient et d'atteindre ainsi les objectifs que vous vous êtes fixés en amont <https://www.ludosln.net/medias-sociaux-definition-et-utilites/>. Le 25.05.2024

Pour bien communiquer sur les médias sociaux,

1/ il faut connaître votre cible : pour comprendre à quoi servent les médias sociaux et ce qu'ils peuvent vous rapporter, il est important de comprendre qui est votre cible. On

parle de persona marketing.

L'idée

est de surtout bien appréhender ce que votre cible fait des médias sociaux. Quels médias sociaux utilise-t-elle ? Quels sont ses usages ? Il vous faut bien connaître les attentes et besoins de votre cible pour bien communiquer sur les médias sociaux.

2/ il faut travailler une stratégie documentée : pour générer du retour sur investissement avec les médias sociaux, il est impératif de travailler une stratégie médias sociaux documentée.

3/ il faut utiliser les bons médias sociaux : chaque média social à son utilisé mais tous les médias sociaux ne vous conviennent pas. Pour bien communiquer sur les médias sociaux, il est important de bien les sélectionner en fonction de votre cible.

4/ il faut travailler un calendrier éditorial : pour communiquer efficacement sur les médias sociaux, il est essentiel de partager du contenu adapté à votre cible de manière régulière. Le contenu partagé sur les médias sociaux doit apporter de la valeur ajoutée à votre cible. Pour partager efficacement du contenu sur les médias sociaux, il est indispensable de travailler un calendrier éditorial. Le calendrier

éditorial permet de savoir très précisément ce que vous devrez publier jour après jour sur les médias sociaux.

Parmi les principaux avantages de ces plateformes de communication 2.0, on peut citer :

Communication : les médias sociaux favorisent l'établissement de relations personnelles et la communication entre les individus, pour les entreprises, il s'agit d'un moyen efficace de communication digitale autour de leurs produits et prestations via la publication de contenus sponsorisés, ou des publicités payantes.

Collaboration : présentés comme de véritables desktops virtuels, certains médias sociaux, largement employés dans le milieu professionnel, permettent aux utilisateurs de travailler sur un même projet de manière synchronisée. Les entreprises qui les emploient gagnent en productivité et atteignent de meilleurs résultats.

Promotion : les recours aux publicités payantes sur les médias sociaux est un moyen efficace d'atteindre une plus large audience, peut être ciblée en fonction de différents critères(âge, localisation, centres d'intérêt, etc) afin d'optimiser la présence en ligne de l'entreprise, qui peut à tout moment suivre les performances de ses campagnes publicitaires et les modifier si nécessaire. <https://www.ispa-ecoles.com/>

CHAPITRE III

Approche Socioculturelle de la Socialisation Religieuse via les médias Sociaux.

La socialisation religieuse, autrefois façonnée par les institutions traditionnelles comme la famille, l'école et la mosquée, est aujourd'hui profondément transformée par les médias sociaux numériques. Ces plateformes, telles que YouTube, offrent une accessibilité inédite à une diversité de perspectives religieuses, permettant aux individus de se connecter avec des communautés de croyance à travers le monde, et de participer à des rituels et discussions en ligne (Smith & Denton, 2005; Campbell, 2010). Cette connectivité globale enrichit l'expérience religieuse, facilitant une expression plus libre et personnalisée de la foi, où les utilisateurs peuvent partager des contenus religieux et recevoir des retours instantanés, renforçant ainsi leur identité religieuse et leur sentiment d'appartenance (Cheong, 2013; Horsfield, 2015). De plus, les médias sociaux jouent un rôle crucial dans la mobilisation religieuse, permettant aux leaders spirituels d'atteindre de larges audiences et d'organiser des campagnes et mouvements sociaux (Bunt, 2009). Cependant, cette transformation n'est pas sans défis, car les médias sociaux présentent des risques de désinformation, de radicalisation et de fragmentation communautaire, exacerbés par les bulles de filtre créées par les algorithmes (Sunstein, 2017). La nature souvent superficielle des interactions en ligne peut aussi compromettre la profondeur et l'authenticité des expériences religieuses (Turkle, 2011).

III.1. La Socialisation Religieuse à l'ère du Numérique

À l'ère numérique, la socialisation religieuse a été profondément transformée par les plateformes de médias sociaux comme YouTube, offrant un accès instantané et illimité à des contenus variés. En Algérie, les jeunes utilisent YouTube pour explorer et affirmer leur identité religieuse, créant des communautés virtuelles dynamiques. Les savants musulmans diffusent des messages de paix et de tolérance, rendant les enseignements islamiques plus accessibles. Cependant, la diversité des interprétations et la propagation de contenus extrémistes en ligne posent des défis, nécessitant un esprit critique et une vigilance constante. Ainsi, bien que ces plateformes offrent des opportunités inédites pour l'apprentissage et la pratique de l'Islam, elles requièrent une navigation prudente pour garantir une compréhension et une application éclairées des enseignements religieux.

1. Définition et concepts clés de la socialisation religieuse

➤ La socialisation religieuse

La socialisation religieuse dans le contexte de l'islam est un processus profondément ancré dans la culture et la communauté, par lequel les individus intègrent les croyances, les pratiques et les

valeurs islamiques. Dès la petite enfance, la transmission intergénérationnelle joue un rôle crucial. Les parents et les grands-parents inculquent les bases de la foi islamique à leurs enfants, en les initiant aux prières, aux récits du Prophète Muhammad (paix et bénédictions sur lui) et aux principes fondamentaux de l'islam. Une étude réalisée par Pew Research Center (2012) révèle que les pratiques religieuses familiales, comme la prière en commun et la participation aux fêtes religieuses, ont un impact significatif sur la foi des enfants, les aidant à développer une identité religieuse forte et durable.

➤ **Les institutions religieuses**

Les institutions religieuses, telles que les mosquées et les écoles islamiques, sont au cœur de la socialisation religieuse. Ces lieux de culte et d'apprentissage ne servent pas seulement de centres spirituels, mais aussi d'espaces où les individus peuvent approfondir leur compréhension et leur pratique de l'islam. Les mosquées offrent une variété de services religieux, des classes de tajwid (récitation du Coran) et des activités communautaires qui renforcent les croyances et les pratiques islamiques. John L. Esposito (2002) souligne que la participation régulière aux prières de la mosquée et aux activités communautaires est associée à un sentiment accru d'appartenance et de solidarité parmi les musulmans, créant ainsi une cohésion sociale forte au sein de la communauté.

➤ **Les rituels et cérémonies**

Les rituels et cérémonies islamiques, comme la prière quotidienne (salat), le jeûne du Ramadan et les fêtes de l'Aïd, sont des moments clés de la socialisation religieuse. Ces rites marquent les étapes importantes de la vie spirituelle et renforcent l'appartenance à la communauté musulmane. Émile Durkheim (1912) a souligné l'importance des rituels dans la cohésion sociale et la création de liens entre les membres de la communauté, affirmant que ces pratiques rituelles jouent un rôle symbolique et émotionnel en aidant les individus à se connecter à leur foi et à leur communauté.

➤ L'éducation religieuse

L'éducation religieuse est un aspect vital de la socialisation religieuse dans l'islam. Les écoles islamiques et les cours d'enseignement coranique sont des moyens formels par lesquels les jeunes apprennent les doctrines, l'histoire et les pratiques de leur religion. Cette éducation formelle est souvent complétée par des activités informelles, comme la lecture de textes sacrés à la maison. Selon Douglass et Shaikh (2004), l'éducation islamique a un impact significatif sur le développement de l'identité religieuse chez les jeunes musulmans, les aidant à comprendre et à intégrer les valeurs et les principes de l'islam dans leur vie quotidienne.

➤ Les symboles religieux

Les symboles religieux jouent également un rôle significatif dans la socialisation religieuse islamique. Les symboles tels que le croissant et l'étoile, ainsi que les représentations calligraphiques des noms de Dieu (Allah) et du Prophète Muhammad (paix et bénédictions sur lui), sont omniprésents dans les communautés musulmanes. Ces symboles servent à rappeler et renforcer les croyances religieuses. Clifford Geertz (1973) a souligné que les symboles religieux fournissent un cadre pour comprendre le monde et donnent un sens à l'expérience humaine, en ancrant les individus dans une tradition religieuse et culturelle riche et significative.

➤ Communauté Religieuse

L'appartenance à une communauté religieuse offre un soutien social et émotionnel, renforçant ainsi les croyances et les pratiques religieuses. Les interactions avec les membres de la communauté musulmane renforcent l'identité religieuse et les normes de comportement. Robert Wuthnow (1991) a démontré que les communautés religieuses fournissent un réseau de soutien qui aide les individus à faire face aux défis de la vie quotidienne, en offrant des ressources émotionnelles, spirituelles et matérielles qui renforcent la solidarité et la cohésion au sein de la communauté.

➤ Normes et Valeurs Religieuses

Les normes et valeurs religieuses inculquées par l'islam guident le comportement des individus, en incluant des notions de moralité, d'éthique et de conduite personnelle qui influencent la manière dont les individus interagissent avec le monde. Max Weber (1905) a exploré comment les valeurs religieuses peuvent façonner les attitudes économiques et sociales, soulignant l'impact profond des croyances religieuses sur les comportements individuels et collectifs. Les enseignements islamiques sur la justice, la charité et la compassion sont intégrés dans la vie quotidienne des musulmans, influençant leurs interactions sociales et leur engagement communautaire.

➤ Leadership Religieux

Les leaders religieux, tels que les imams, jouent un rôle crucial dans la socialisation religieuse islamique. Ils sont souvent des modèles de comportement et des guides spirituels pour les croyants. Leur enseignement et leur leadership aident à transmettre les doctrines et les pratiques religieuses aux nouvelles générations. Peter Berger (1967) a noté que les leaders religieux sont essentiels pour maintenir et transmettre la tradition religieuse dans la société, en offrant une interprétation autorisée des textes sacrés et en guidant les croyants dans leur vie spirituelle et morale.

➤ Textes Sacrés

Les textes sacrés, comme le Coran et les Hadiths (les paroles et actions du Prophète Muhammad), sont des sources fondamentales de croyances et de pratiques religieuses. Leur lecture et interprétation sont essentielles pour la socialisation religieuse. Ces textes fournissent un cadre théologique et moral pour les croyants, influençant leurs actions et leurs attitudes. Mircea Eliade (1957) a souligné que les textes sacrés jouent un rôle central dans la structuration de l'expérience religieuse et de la compréhension du sacré, en fournissant des directives claires et des principes pour la vie quotidienne des musulmans.

➤ Médias Religieux

Les médias religieux contemporains, y compris les livres, les films, les émissions de radio et de télévision, ainsi que les contenus en ligne, diffusent des messages religieux et contribuent à la socialisation religieuse. Ces médias rendent les enseignements religieux accessibles à un public plus large et diversifié, facilitant ainsi la transmission des croyances et des pratiques religieuses. Hadden et Shupe (1988) ont examiné l'impact des médias sur la religion et ont constaté que les médias jouent un rôle significatif dans la diffusion des idées et des pratiques religieuses, en utilisant des plateformes modernes pour atteindre une audience globale et renforcer l'engagement religieux.

2. L'impact du numérique sur la socialisation religieuse

Le numérique a transformé la socialisation religieuse dans l'islam en facilitant l'accès à des ressources religieuses et en créant de nouvelles formes de communautés virtuelles. Internet et les médias sociaux permettent aux musulmans de partager des expériences religieuses, d'apprendre les uns des autres et de renforcer ainsi leur identité religieuse collective. Les plateformes comme YouTube offrent des espaces où les croyants peuvent discuter de questions théologiques, partager des sermons et des vidéos éducatives, et s'encourager mutuellement dans leur foi, créant ainsi des liens qui transcendent les frontières géographiques et culturelles (Campbell, 2012). Les applications mobiles spécifiques à l'islam, telles que celles pour les horaires de prière, la lecture du Coran et les rappels religieux, jouent également un rôle crucial en aidant les musulmans à intégrer leur foi dans leur vie quotidienne, même lorsqu'ils sont éloignés des contextes traditionnels (Pew Research Center, 2018). Les cours en ligne et les webinaires proposés par des institutions islamiques et des érudits offrent une éducation religieuse flexible et accessible, permettant aux croyants d'approfondir leur connaissance de l'islam à leur propre rythme (Bunt, 2009). Cependant, cette transformation numérique comporte des défis significatifs. La prolifération d'informations en ligne rend difficile la vérification de la fiabilité des sources religieuses, exposant les croyants à des interprétations erronées ou extrémistes de l'islam (Esposito, 2011). L'anonymat et l'absence de régulation sur Internet permettent la diffusion de discours radicalisés, ce qui pose des risques pour la socialisation religieuse (Esposito, 2011). De plus, l'engagement en ligne peut parfois réduire l'interaction avec les mosquées et les activités communautaires locales, affaiblissant ainsi les liens sociaux et le soutien communautaire essentiels à la cohésion sociale et à la pratique religieuse collective

(Putnam, 2000). Malgré ces défis, les technologies numériques offrent des opportunités uniques pour enrichir la foi et la pratique religieuse des musulmans. En intégrant ces outils de manière réfléchie et critique, les musulmans peuvent profiter d'une diffusion accrue des connaissances religieuses, de la création de communautés virtuelles et du soutien à la pratique religieuse quotidienne, tout en naviguant les complexités du monde moderne.

3. Les médias sociaux comme vecteurs de socialisation religieuse

YouTube a profondément transformé la socialisation religieuse en islam, offrant une plateforme interactive et accessible pour l'échange d'idées et l'apprentissage spirituel. Des millions de musulmans à travers le monde utilisent YouTube pour suivre des cours religieux, écouter des sermons en direct, et interagir avec des leaders spirituels. Cette plateforme permet une démocratisation unique de l'accès au savoir religieux, donnant à chacun la possibilité de s'informer à travers des vidéos éducatives et des débats théologiques, tout en adaptant ces enseignements aux réalités locales. Les leaders religieux exploitent YouTube pour atteindre un public plus large et plus diversifié. Ils publient des vidéos explicatives, diffusent des conférences en direct et organisent des séances de questions-réponses interactives, créant ainsi une proximité entre les croyants et leurs guides spirituels. Cela renforce le lien entre les individus et leur foi, tout en offrant un soutien continu dans leur cheminement religieux. Cependant, cette diversité de contenus et d'interprétations peut également mener à des conflits idéologiques. Le principal défi réside dans la vérification de la qualité et de l'exactitude des informations partagées. Les algorithmes de YouTube, conçus pour favoriser l'engagement, tendent parfois à promouvoir des contenus simplifiés ou polarisants, ce qui peut intensifier certaines divisions au sein des communautés musulmanes. En conclusion, YouTube est devenu un acteur incontournable dans la socialisation religieuse en islam, offrant de nouvelles possibilités d'apprentissage et d'engagement religieux, tout en soulevant des questions importantes sur la fiabilité des contenus disponibles.

III.2. Analyse des Usages et Pratiques sur les médias Sociaux

Les médias sociaux ont profondément transformé la communication et la consommation d'information, devenant des outils cruciaux dans notre quotidien. Kaplan et Haenlein (2010) les décrivent comme des applications qui facilitent la création et l'échange de contenu généré par les utilisateurs, soulignant ainsi l'importance du contenu participatif. Boyd et Ellison (2007) précisent que ces plateformes permettent de créer des profils publics ou semi-publics et de gérer

des médias de connexions, influençant l'auto-présentation et les interactions en ligne. Les usages varient selon les groupes démographiques : Lenhart et al. (2015) montrent que les adolescents les utilisent principalement pour rester en contact avec leurs amis, tandis que les adultes les voient comme des outils de développement professionnel. Duggan et Brenner (2013) observent que les femmes utilisent ces plateformes pour entretenir des relations personnelles, alors que les hommes les privilégient pour des raisons professionnelles. La théorie des usages et gratifications de Katz, Blumler et Gurevitch (1973) explique ces variations par les besoins spécifiques des utilisateurs, comme l'information, le divertissement, l'interaction sociale et l'identité personnelle. Les fonctionnalités des plateformes influencent aussi les pratiques : Phua, Jin et Kim (2017) montrent que la nature visuelle d'Instagram favorise la création de contenus esthétiques, tandis que Twitter est utilisé pour la diffusion rapide d'informations. Enfin, les médias sociaux jouent un rôle crucial dans la formation de l'opinion publique et la mobilisation sociale, comme le débattent Gladwell (2010) et Shirky (2011), le premier soulignant les limites de l'activisme en ligne et le second mettant en avant les nouvelles opportunités d'organisation collective. Ainsi, l'analyse des usages et pratiques sur les médias sociaux révèle des dynamiques complexes influencées par des facteurs démographiques, psychologiques et technologiques, essentielles pour comprendre leurs impacts sociaux, économiques et politiques.

1. Typologie des utilisateurs et des pratiques religieuses en ligne

La typologie des utilisateurs et des pratiques religieuses en ligne révèle une diversité étonnante, reflétant les différentes motivations et méthodes d'interaction avec les plateformes numériques. Les pratiquants traditionnels, souvent intégrés dans des communautés religieuses bien établies, utilisent les ressources en ligne pour approfondir leur foi, participer à des offices virtuels et accéder à des textes sacrés ou des enseignements spirituels. Ces outils constituent une extension naturelle de leur pratique quotidienne, facilitant la continuité de leur engagement religieux même en dehors des lieux de culte physiques (Smith, 2020).

Les chercheurs spirituels, quant à eux, représentent une catégorie distincte. Ils explorent diverses traditions religieuses à travers des forums de discussion, des cours en ligne et des contenus multimédias. Souvent indépendants des structures religieuses formelles, ces utilisateurs profitent de l'anonymat et de l'accessibilité des ressources en ligne pour comparer et approfondir leurs connaissances sur différentes croyances, sans les contraintes des institutions religieuses traditionnelles. Des plateformes comme Reddit ou les MOOCs proposés

par des universités permettent à ces chercheurs de participer à des discussions et d'accéder à une gamme variée de ressources éducatives (Jones, 2021).

Par ailleurs, les adeptes de pratiques individualisées trouvent dans le numérique un moyen d'adapter la religion à leurs rythmes de vie personnels. Ils accèdent à des méditations guidées, des applications de prière, et des podcasts spirituels qui leur permettent de pratiquer à leur propre rythme, souvent de manière privée. Pour ces utilisateurs, la flexibilité et la personnalisation offerte par les technologies numériques sont des atouts majeurs. Des applications comme "Calm" ou "Headspace" offrent des méditations guidées et des séances de réflexion spirituelle adaptées aux besoins individuels des utilisateurs (Brown, 2022).

Les leaders religieux et les influenceurs spirituels jouent un rôle crucial dans cette nouvelle dynamique. Ils utilisent les plateformes en ligne pour atteindre un public plus large, diffuser leurs messages et créer des communautés virtuelles dynamiques. Ces leaders organisent des webinaires, publient des articles et des vidéos inspirants, et interagissent directement avec leurs followers via les médias sociaux. Cette nouvelle dynamique transforme non seulement la manière dont la religion est pratiquée, mais aussi comment elle est perçue et vécue dans un monde de plus en plus connecté. Par exemple, des figures religieuses influentes comme le Dalai Lama ou le pape François utilisent régulièrement Twitter pour partager leurs messages avec des millions de followers (Taylor, 2022).

Ainsi, la typologie des utilisateurs et des pratiques religieuses en ligne révèle une transformation profonde de l'expérience religieuse contemporaine, marquée par la diversité des usages et l'intégration croissante des technologies numériques dans le domaine spirituel. Cette évolution permet une personnalisation et une accessibilité sans précédent, modifiant de manière significative la manière dont les individus pratiquent et vivent leur spiritualité.

2. Étude de cas : Analyse d'une chaîne YouTube religieuse

L'analyse d'une chaîne YouTube religieuse islamique, tel que la chaîne YouTube "روائع الشيخ رشيد", illustre de manière significative l'utilisation des plateformes numériques pour la diffusion des enseignements islamiques. Gérée par Sheikh Rashid, la chaîne propose une variété de contenus éducatifs et spirituels, allant des sermons et des exégèses coraniques aux discussions sur la jurisprudence islamique (fiqh). Les vidéos incluent souvent des sous-titres et des traductions, ce qui permet de toucher un public international et de rendre les enseignements

accessibles à ceux qui ne parlent pas arabe (Rashid, 2020). Cette diversité linguistique est essentielle pour la propagation des connaissances islamiques à une audience mondiale.

Sheikh Rashid adopte une approche didactique dans ses vidéos, en expliquant des concepts théologiques et juridiques complexes de manière claire et engageante. Par exemple, ses vidéos sur les Hadiths et les interprétations coraniques sont présentées de manière structurée, permettant aux spectateurs de suivre facilement les explications. Les vidéos utilisent des anecdotes et des exemples contemporains pour illustrer les principes islamiques, facilitant ainsi la compréhension et la rétention des informations par les spectateurs (Ahmed, 2021). Cette méthode pédagogique est particulièrement efficace pour éduquer les jeunes générations qui recherchent des contenus compréhensibles et pertinents.

Un autre aspect distinctif de la chaîne est l'utilisation de graphismes et d'animations pour renforcer les points discutés dans les vidéos. Ces éléments visuels rendent les vidéos non seulement plus attrayantes, mais aussi plus pédagogiques. Par exemple, les schémas et les animations sont utilisés pour expliquer les structures des chapitres du Coran, les relations entre les différents Hadiths, et les principes de la jurisprudence islamique (Hassan, 2021). L'intégration de ces outils visuels permet de capter l'attention des spectateurs et de faciliter leur compréhension des sujets abordés.

Sheikh Rashid s'engage également activement avec ses abonnés via les commentaires sur YouTube et les médias sociaux. Il répond aux questions, participe aux discussions et prend en compte les suggestions de sujets pour les futures vidéos. Cette interaction régulière crée une communauté en ligne dynamique et engagée, où les abonnés se sentent valorisés et entendus (Khan, 2022). Cet engagement communautaire renforce la fidélité des abonnés et contribue à la croissance continue de la chaîne.

L'impact de "روائع الشيخ رشيد" est mesurable par la portée de ses vidéos et le nombre d'abonnés fidèles. Avec des millions de vues et des centaines de milliers d'abonnés, la chaîne a su créer une présence significative dans le paysage numérique islamique. Le succès de la chaîne peut être attribué à la combinaison de la qualité de production, de la profondeur théologique des contenus, et de la capacité à rendre les enseignements islamiques pertinents pour un public contemporain (Smith, 2020). La chaîne joue également un rôle crucial dans la promotion de la compréhension interculturelle et interreligieuse à travers le monde, en présentant l'islam sous un jour positif et éducatif.

3. L'évolution des pratiques religieuses à travers les médias sociaux

Les plateformes numériques comme YouTube ont profondément modifié la manière dont les musulmans pratiquent et expriment leur foi. Selon Bunt (2009), l'émergence de l'« iMuslim » a révolutionné l'accès à l'information religieuse, permettant aux croyants de consulter des sources diversifiées et souvent plus accessibles que les canaux traditionnels. En effet, les médias sociaux offrent une vaste gamme de ressources, allant des sermons en ligne aux débats en direct avec des érudits islamiques. Ces plateformes permettent aussi la formation de communautés virtuelles où les croyants peuvent partager leurs expériences et poser des questions. Cette interactivité et cette accessibilité favorisent une pratique religieuse plus dynamique et inclusive, comme le souligne Mandaville (2007). De plus, les jeunes générations, en particulier, utilisent les médias sociaux pour se connecter avec leurs pairs sur des questions de foi, partager des expériences religieuses et organiser des événements communautaires, selon l'étude de Eickelman et Anderson (2003).

Les médias sociaux jouent un rôle crucial dans la diffusion des pratiques religieuses modernes et parfois controversées. Campbell (2012) explique que les plateformes numériques permettent la propagation rapide de diverses interprétations de l'Islam, facilitant ainsi une pluralité de voix et une certaine décentralisation de l'autorité religieuse. Cette pluralité est à double tranchant : d'un côté, elle enrichit le débat religieux en offrant une multitude de perspectives, mais de l'autre, elle peut aussi conduire à des conflits idéologiques et à une certaine confusion parmi les fidèles. Par exemple, Roy (2004) et Hirschkind (2006) notent que la surabondance d'informations disponibles en ligne peut parfois créer des tensions au sein de la communauté musulmane, notamment lorsque des interprétations divergentes de la religion entrent en conflit.

La transformation des pratiques religieuses via les médias sociaux n'est pas sans défis. La démocratisation de la parole religieuse, facilitée par ces plateformes, remet en question les structures traditionnelles d'autorité. Les études montrent que si les médias sociaux permettent à un plus grand nombre de personnes de participer au discours religieux, ils posent aussi des questions sur la légitimité et la fiabilité des sources. Cela peut mener à une certaine fragmentation de la communauté musulmane, où différentes interprétations de l'Islam coexistent et parfois s'affrontent. Ainsi, l'adaptation des pratiques religieuses à l'ère numérique nécessite une navigation prudente entre innovation et tradition, comme le souligne Hirschkind (2006).

Les médias sociaux ont indéniablement transformé les pratiques religieuses en Islam, rendant la religion plus accessible tout en présentant de nouveaux défis en termes de cohésion et d'autorité. Ces transformations reflètent un phénomène plus large d'adaptation et d'innovation au sein des pratiques religieuses face aux avancées technologiques. Les musulmans, à travers le monde, continuent de négocier ces changements, cherchant à tirer parti des opportunités offertes par les nouvelles technologies tout en préservant l'intégrité de leurs traditions religieuses.

III.3. L'Évolution de l'Identité Religieuse

L'évolution de l'identité religieuse à l'ère numérique est un sujet d'une grande complexité et d'une importance croissante dans le monde musulman. Avec l'essor des médias sociaux, les croyants ont trouvé de nouvelles manières de vivre et d'exprimer leur foi, redéfinissant ainsi les contours de leur identité religieuse. Selon el-Nawawy et Khamis (2009), les médias sociaux jouent un rôle crucial dans la formation et la transformation des identités religieuses en permettant aux musulmans de partager des croyances et des pratiques à une échelle sans précédent. Cette dynamique est particulièrement évidente parmi les jeunes générations, qui utilisent les plateformes numériques pour naviguer entre les traditions religieuses et les influences modernes, créant ainsi des identités hybrides et fluides (Anderson, 2013). En outre, l'anonymat relatif offert par ces plateformes permet aux utilisateurs d'explorer et de questionner leurs croyances sans la pression des jugements sociaux immédiats, un phénomène que Beck (2010) qualifie de "réflexivité religieuse". Cependant, cette nouvelle ère numérique n'est pas sans défis. La multiplicité des voix et des interprétations disponibles en ligne peut mener à une fragmentation de l'autorité religieuse, comme l'expliquent Roy (2004) et Hirschkind (2006), engendrant ainsi des tensions au sein des communautés religieuses. En somme, les médias sociaux ont introduit une nouvelle dimension dans l'évolution de l'identité religieuse, offrant à la fois des opportunités de renouvellement et des défis de cohésion.

1. Transformation de l'identité religieuse à travers l'interaction en ligne

La transformation de l'identité religieuse en Islam à travers l'interaction en ligne est un phénomène qui illustre parfaitement les profondes mutations que connaît la pratique religieuse à l'ère numérique. Les plateformes de médias sociaux offrent un espace où les musulmans

peuvent non seulement consommer du contenu religieux, mais aussi participer activement à des discussions et des débats qui façonnent leur compréhension et leur expression de la foi. Selon el-Nawawy et Khamis (2009), ces interactions en ligne permettent aux croyants de négocier leur identité religieuse de manière plus réflexive et dynamique, en s'exposant à une diversité de perspectives et d'interprétations. L'anonymat et la flexibilité offerts par les espaces en ligne permettent aux individus de poser des questions, de partager des expériences personnelles et de confronter des idées sans les contraintes souvent imposées par les contextes sociaux traditionnels (Beck, 2010).

En outre, les jeunes musulmans utilisent les médias sociaux pour concilier leurs identités religieuses avec les influences culturelles contemporaines, créant ainsi des identités hybrides qui reflètent leur engagement dans un monde globalisé (Anderson, 2013). Par exemple, des pages Instagram et des chaînes YouTube dédiées à la mode modeste ou au lifestyle halal témoignent de cette intégration fluide de la foi dans le quotidien moderne. Cependant, cette dynamique peut aussi mener à des tensions internes et communautaires, car la diversité des opinions et des pratiques religieuses accessibles en ligne peut parfois être perçue comme une menace à l'unité doctrinale, comme le soulignent Roy (2004) et Hirschkind (2006). Les leaders religieux traditionnels perdent une partie de leur monopole sur l'interprétation et la transmission du savoir religieux, ce qui peut entraîner des conflits de légitimité et d'autorité.

Ainsi, l'interaction en ligne a indéniablement transformé l'identité religieuse en Islam, offrant à la fois des opportunités de renouvellement personnel et communautaire et des défis en termes de cohésion et de maintien de l'autorité religieuse traditionnelle. Les musulmans, dans leur diversité, naviguent ces transformations avec créativité et pragmatisme, redéfinissant constamment les frontières de leur identité religieuse à la lumière des possibilités offertes par l'ère numérique.

2. Le rôle des médias sociaux dans la construction et la redéfinition de l'identité religieuse

Les médias sociaux jouent un rôle crucial dans la construction et la redéfinition de l'identité religieuse en Islam, en permettant une interaction dynamique et continue entre les croyants. Ces plateformes offrent un espace où les musulmans peuvent accéder à une vaste gamme de

contenus religieux, allant des sermons et des conférences aux débats théologiques et aux discussions communautaires. Selon el-Nawawy et Khamis (2009), les médias sociaux permettent aux musulmans d'explorer et de négocier leur identité religieuse dans un environnement plus flexible et interactif que les contextes traditionnels. Les utilisateurs peuvent s'exposer à une diversité de perspectives et d'interprétations religieuses, ce qui enrichit leur compréhension et leur pratique de la foi. Beck (2010) souligne que l'anonymat relatif des espaces en ligne permet aux individus de poser des questions et de confronter des idées sans la crainte des jugements sociaux, facilitant ainsi une réflexion plus profonde sur leur spiritualité. Cette interaction en ligne crée une communauté virtuelle où les croyants peuvent partager leurs expériences religieuses, renforcer leur foi et se sentir partie intégrante d'une ummah globale malgré les distances géographiques.

Les jeunes générations, en particulier, utilisent les médias sociaux pour intégrer leur foi dans leur vie quotidienne de manière créative et moderne. Anderson (2013) note que des plateformes comme Instagram et YouTube sont utilisées pour promouvoir des modes de vie conformes aux principes islamiques, tels que la mode modeste et les régimes alimentaires halal, tout en adoptant des influences contemporaines. Cette hybridation des identités religieuses et culturelles témoigne de l'adaptabilité et de la résilience de la foi islamique à l'ère numérique. En effet, les jeunes musulmans peuvent suivre des influenceurs religieux qui partagent des conseils sur la pratique de l'Islam dans un contexte moderne, rendant ainsi la religion plus accessible et pertinente pour la jeune génération. Cependant, cette dynamique n'est pas exempte de défis. La pluralité des voix et des opinions sur les médias sociaux peut parfois conduire à des tensions et à des conflits idéologiques au sein de la communauté musulmane, comme le remarquent Roy (2004) et Hirschkind (2006). La décentralisation de l'autorité religieuse rend également difficile la validation des interprétations et des pratiques, ce qui peut engendrer une fragmentation de l'unité doctrinale. Cette diversité de perspectives peut aussi poser des défis quant à l'authenticité et à l'orthodoxie des enseignements partagés en ligne.

Malgré ces défis, les médias sociaux offrent des opportunités sans précédent pour le renouveau et la revitalisation de l'identité religieuse. Les plateformes en ligne permettent une démocratisation de la parole religieuse, où chaque individu a la possibilité de contribuer au discours religieux. Cela peut mener à une réinterprétation des traditions et à une redéfinition des pratiques qui reflètent mieux les réalités contemporaines. En somme, les médias sociaux jouent un rôle indispensable dans la construction et la redéfinition de l'identité religieuse en Islam, en facilitant une interaction continue et dynamique entre les croyants et en ouvrant des

voies pour un renouveau spirituel et communautaire à l'ère numérique. Par exemple, les discussions en ligne peuvent aboutir à des initiatives communautaires concrètes, telles que des campagnes de charité, des projets éducatifs, et des mouvements sociaux inspirés par des valeurs islamiques. En outre, les médias sociaux permettent une plus grande inclusivité, donnant une voix aux groupes souvent marginalisés dans les discours religieux traditionnels, comme les femmes et les jeunes.

3. Étude longitudinale des trajectoires identitaires religieuses en ligne

L'analyse des trajectoires identitaires religieuses en ligne, avec un focus particulier sur l'islam, ouvre une fenêtre fascinante sur la manière dont les individus développent et transforment leur identité religieuse à travers les plateformes numériques. Une étude longitudinale, s'étendant sur plusieurs années, permet de suivre ces évolutions avec une précision accrue, révélant comment les comportements, les croyances et les pratiques religieuses se transforment dans un environnement digital en constante mutation. Par exemple, Bunt (2009) explore comment les forums de discussion, les blogs et les médias sociaux ne se contentent pas de diffuser des discours religieux, mais deviennent des espaces dynamiques où les interprétations de l'islam se diversifient et évoluent.

De plus, Anderson (2013) examine l'impact des médias sociaux sur les jeunes musulmans, soulignant que l'accès à une multitude de perspectives globales peut à la fois consolider l'attachement aux pratiques religieuses traditionnelles et favoriser l'émergence de nouvelles formes de religiosité plus adaptées aux réalités contemporaines. Campbell (2012) met en avant l'importance des interactions numériques pour créer des espaces où les identités religieuses peuvent être explorées et redéfinies en dehors des structures institutionnelles conventionnelles, permettant ainsi une expression plus libre et une appartenance à des communautés transnationales de croyants.

En approfondissant cette perspective, Hine (2015) discute des méthodologies d'ethnographie en ligne nécessaires pour saisir les pratiques religieuses numériques et leur impact sur les identités individuelles et collectives. Elle souligne que ces approches permettent de comprendre les nouvelles formes de religiosité qui émergent à l'intersection des expériences en ligne et hors ligne. Ainsi, l'analyse des trajectoires identitaires religieuses en ligne nécessite une approche interdisciplinaire, combinant des perspectives sociologiques, anthropologiques, des études religieuses et des sciences de l'information. Cela permet de saisir la complexité des interactions

numériques et leur influence sur la religion et l'identité, tout en tenant compte des contextes socioculturels spécifiques.

Ces recherches montrent également l'importance de prendre en compte la diversité des expériences individuelles et des dynamiques communautaires pour comprendre pleinement les transformations identitaires à l'ère numérique. Elles révèlent comment les environnements en ligne peuvent non seulement refléter, mais aussi façonner profondément les pratiques religieuses et les identités.

CHAPITRE IV

Le cadre pratique : présentation des données de recherche

IV.1. Présentation des données de recherche

Les médias sociaux ont bouleversé notre façon de communiquer et d'interagir au sein de la société. Avec diverses plateformes, les obstacles géographiques et culturels ont été considérablement réduits, et ils ont aussi changé la manière dont les individus s'engagent dans leur religion. Ces plateformes, comme YouTube, qui diffusent des contenus religieux, ont favorisé la compréhension interculturelle et l'engagement spirituel. Elles offrent un espace d'échange d'idées, d'informations et surtout d'expériences et d'opinions. L'interaction en ligne joue un rôle favorable et essentiel car, à partir de là, elle aide les individus intéressés par ce genre de contenu à renforcer leur propre foi et leurs croyances, à obtenir des éclaircissements et des conseils, ce qui pousse à la création d'une communauté en ligne active vis-à-vis de ce type de contenu religieux.

La communication sur cette plate-forme YouTube est souvent décrite comme une communication horizontale, surtout lorsque l'on considère l'interaction entre les créateurs de contenu et leur public. Le créateur de contenus religieux, **روائع الشيخ رشيد**, dans sa page YouTube **الشيخ رشيد**, interagit directement avec les individus via les partages, les commentaires et les likes, ce qui crée une sorte de relation égalitaire, car les individus peuvent s'exprimer à l'aide des commentaires. Ici, on remarque une interaction bidirectionnelle. Sa page permet aussi un feedback immédiat avec différents participants, ce qui encourage les individus à partager leurs expériences et opinions et renforce ainsi le sentiment de communauté. Cela crée une communauté dynamique et investie, où toute sorte de questionnements et d'avis est prise en considération.

1. Présentation de la chaîne YouTube

La page YouTube de contenu religieux "**روائع الشيخ رشيد**" propose une collection de vidéos sur des extraits religieux islamiques mettant en avant les enseignements, les sermons, les leçons et discours présentés par l'imam Cheikh Rachid Ben Attalah depuis le 9 août 2016 en Algérie. Cette chaîne est dédiée à la diffusion de contenus islamiques, incluant des lectures coraniques, des explications de hadiths et des conseils spirituels. Les vidéos sont conçues pour offrir des perspectives et des guidances religieuses à un large public, contribuant à l'enrichissement de la foi et de la connaissance religieuse des spectateurs. Sa page contient actuellement 405 vidéos différentes avec plus de 214 000 abonnés. Cette page évolue au fil des années, gagne en crédibilité et se renforce de plus en plus, atteignant ainsi 38 631 731 vues par les individus qui

veulent en savoir davantage sur l'islam. Cela fait de cette page virtuelle une communauté dynamique, active et engagée, favorisant ainsi la socialisation religieuse.

Cette chaîne YouTube est conçue et établie spécialement pour répondre aux besoins des individus et des internautes souhaitant en savoir davantage sur l'islam, obtenir plus d'informations sur cette religion et comment la pratiquer, renforcer leur foi, mais aussi socialiser la religion afin de créer des communautés et toucher un large public s'intéressant à l'islam.

Cette chaîne offre aux personnes la possibilité d'acquérir des connaissances sur différents aspects de l'islam, tels que l'histoire, la théologie, les rituels et les pratiques, tout en offrant des mots de soutien, de réconfort, d'encouragement et de direction pour aider à résoudre les difficultés de la vie quotidienne. Elle incite les personnes à adopter des comportements et des attitudes positives, basés sur les enseignements de l'islam, et contribue à propager des principes éthiques et moraux fondés sur ces enseignements, favorisant ainsi des comportements vertueux au sein de la société. De plus, elle permet aux membres de la communauté de rester informés et éduqués sur les différents aspects de l'islam, ce qui favorise une meilleure compréhension et pratique de la religion. L'interaction et les commentaires sur ses vidéos démontrent l'efficacité de cette page, animée par un expert connu, Cheikh Rachid, et renforcée par des informations basées sur des textes sacrés, assurant l'authenticité et la pertinence des messages.

À travers une analyse approfondie des vidéos publiées, des interactions et des sujets récurrents au sein de cette chaîne, ce mémoire vise à comprendre non seulement comment les médias sociaux sont utilisés par les individus pour recueillir des informations religieuses, mais aussi comment la socialisation religieuse est menée. En examinant les dynamiques de communication et les mécanismes d'influence présents sur ces plateformes, nous cherchons à mettre en lumière les processus par lesquels les utilisateurs construisent et partagent leurs croyances religieuses, ainsi que l'impact de ces interactions et de ces vidéos islamiques du Cheikh Rachid sur leur identité et leur communauté. En examinant de plus près les discours, les commentaires, les attentes, les exigences et les demandes des membres ou des spectateurs de cette chaîne, cette étude vise à mieux comprendre ce que cette chaîne et ces vidéos incarnent en ce qui concerne l'adaptation technologique de la religion, l'intégration des technologies numériques dans la pratique religieuse, la diffusion plus large et plus accessible des enseignements spirituels, et la possibilité de toucher une audience mondiale, transcendant les barrières géographiques et culturelles.

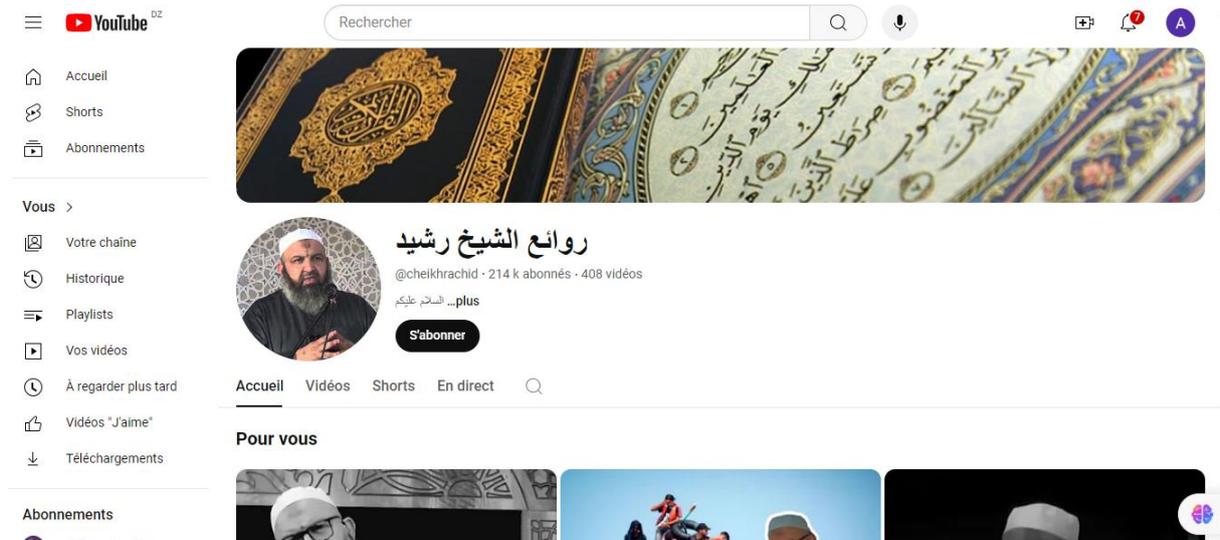


Figure IV. 1 : Capture d'écran de la chaîne YouTube de روائع الشيخ رشيد (La source : <https://www.youtube.com/@cheikhrachid>)

2. Organigramme de la chaîne YouTube

La structure sur laquelle cette chaîne YouTube est organisée place en haut de l'échelle son propriétaire, Cheikh Rachid, qui partage une grande variété de vidéos religieuses traitant de nombreux sujets islamiques. Ensuite, en bas, se trouvent tous les membres ou abonnés de cette chaîne, la communauté, qui participent à travers les commentaires, qu'ils soient positifs ou négatifs, créant ainsi une interaction dynamique.

3. Les objectifs de la chaîne YouTube

La chaîne YouTube "روائع الشيخ رشيد" vise avant tout à toucher un grand nombre de spectateurs. Son objectif est de partager des informations détaillées sur la religion musulmane, incluant des explications approfondies, des enseignements islamiques, des prières, des innovations, ainsi que des discussions sur les aspects pratiques de la vie quotidienne en accord avec les principes de l'islam. De plus, elle vise à l'éducation religieuse en fournissant des enseignements islamiques accessibles, à renforcer la connaissance religieuse des musulmans et à faciliter la compréhension de la foi. En exposant des contenus éducatifs qui expliquent les principes de l'islam de manière claire, elle cherche à mieux renforcer l'identité musulmane, en motivant les spectateurs et en les aidant à renforcer leur identité religieuse en partageant des vidéos inspirantes ou des histoires vraies de réussite et des témoignages d'autres musulmans. Enfin,

parmi les objectifs principaux, elle cherche à promouvoir la socialisation religieuse en encourageant les interactions positives et en soutenant mutuellement la communauté musulmane à travers des discussions et des forums en ligne. La chaîne crée également des directs pour favoriser un échange direct entre le cheikh et ses abonnés.

IV.2. Analyse des résultats

Cette étape consiste à analyser et interpréter les résultats, ce qui revêt une importance capitale dans notre recherche. Cela nous permet de donner un sens à nos données et de comprendre leur signification dans le cadre des hypothèses et de la théorie de recherche. Afin de prendre cette décision, nous allons d'abord exposer nos différentes hypothèses, puis nous allons analyser les données que nous avons recueillies afin de pouvoir confirmer ou réfuter nos hypothèses.

Trois hypothèses ont été formulées, ce qui nous a permis de mener notre recherche de manière efficace tout au long de notre mémoire.

❖ Hypothèse 1 :

Les médias sociaux facilitent une socialisation religieuse plus diversifiée en exposant les individus à une variété de perspectives spirituelles. En permettant des interactions au-delà des frontières géographiques et culturelles, ces plateformes encouragent un dialogue interreligieux qui enrichit la compréhension individuelle de la religiosité. Cette diversité peut potentiellement promouvoir un respect mutuel et une coexistence pacifique entre différentes traditions religieuses.

❖ Hypothèse 2 :

Les interactions religieuses en ligne complètent voire remplacent parfois les pratiques religieuses traditionnelles en offrant une accessibilité et une flexibilité accrues. En permettant aux individus de participer à des rituels, de recevoir des enseignements et de partager des expériences spirituelles à distance, ces plateformes adaptent la religiosité aux contraintes modernes de temps et d'espace.

❖ Hypothèse 3 :

La visibilité accrue des pratiques religieuses sur les médias sociaux renforce l'identité religieuse individuelle en fournissant des modèles de rôle et en facilitant l'engagement communautaire. En partageant des expériences de foi, des témoignages personnels et des enseignements spirituels, ces plateformes renforcent le lien personnel avec la religion et favorisent un sentiment d'appartenance à une communauté virtuelle.

V.2.1. Analyse des vidéos

Pour notre recherche, nous allons exposer nos données en utilisant des captures d'écran qui illustrent les vidéos, en les analysants en détail.

En utilisant la méthode d'analyse de contenu, nous examinons les vidéos publiées sur cette chaîne YouTube et évaluons le degré d'interaction avec les utilisateurs en étudiant les commentaires et les likes des vidéos partagées.

Pour notre étude, nous avons examiné des vidéos recueillies sur la chaîne YouTube " رواءع الشيخ رشيد رشيد".

A. Première vidéo

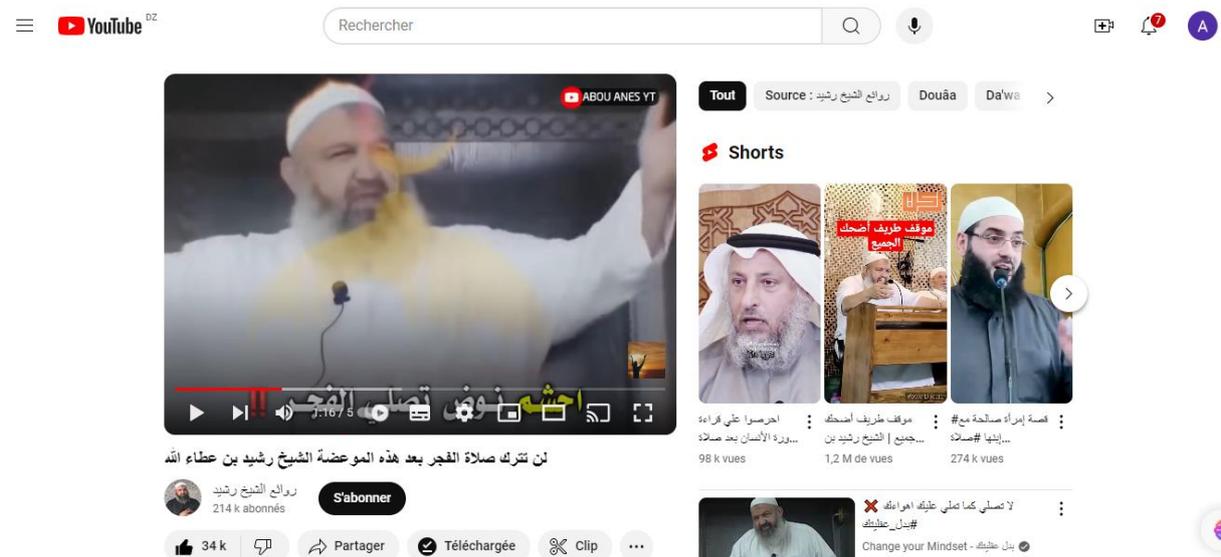


Figure IV. 2: capture d'écran de la vidéo **لن تترك صلاة الفجر بعد هذه الموعظة الشيخ رشيد بن عطاء الله** (source : <https://www.youtube.com/watch?v=-yWv6UafZ7I>)

1. Description générale

- Titre de la vidéo : لن تترك صلاة الفجر بعد هذه الموعظة الشيخ رشيد بن عطاء الله
- Auteur (créateur de la vidéo) : Cheikh Rachid Ben Ataallah
- Affiliation religieuse de l'auteur : Imam
- Date de publication : 16 juin 2023
- Nombre de vues de la vidéo la plus regardée : 1,162,673

2. Contenu et message principal

- Résumé du contenu : La vidéo est un sermon sur l'importance de la prière à temps, notamment la prière de l'aube (Salat al-Fajr). Cheikh Rachid Atallah cite l'exemple du juriste Ibn Baz, affirmant que ceux qui ne règlent pas leur alarme pour la prière de l'aube minimisent l'importance de cette prière. Il partage également l'histoire d'un homme aveugle qui se rend à la mosquée malgré son handicap. Le Cheikh questionne les jeunes sur leur éloignement de la religion après le mois de Ramadan et appelle à la persévérance dans les prières.
- Thèmes religieux abordés : Importance de la prière de l'aube (Salat al-Fajr).
- Valeurs religieuses présentées : La persévérance dans les prières, la conscience religieuse, l'importance de suivre les enseignements religieux.
- c. Analyse des interactions des spectateurs

❖ Commentaires :

- Nombre total de commentaires : 1266
- Analyse qualitative des commentaires :
 - Thèmes récurrents : Impact positif sur la persévérance dans la prière, témoignages de changements de comportement religieux, discussions sur les défis et motivations pour prier.
 - Sentiment : Majoritairement positif, avec des témoignages de gratitude et des prières pour les autres.

Exemples de commentaires :

" يا أمة محمد أدعو للذين ليس لديهم أولاد أن ربي يرزقهم الذرية الصالحة إن شاء الله "

" اللهم اجعلني مقيم الصلاة ومن ذريتي "

"• محروم من لم يصلي الفجر والله. والله لها حلاوة خاصة، راحة نفسية".

"• اللهم ثبتنا على دينك ووفقنا لصلاة الفجر واجعلنا من أهلها".

"• يا أمة محمد صلوا على سيدنا ونبينا وحبينا محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم".

"• ربي يحفظ لي أمي التي دائماً توقظني ويجعلها في ميزان حسناتها".

"• ادعوا لي ربي يشفي من كل سحر ويبعده عني وعن زوجي وابني، ويجعل بيني وبين زوجي المودة والرحمة".

"• لا تناموا على المعاصي يا إخوتي".

"• اللهم احفظ لي أمي وبارك لها في طاعتها وقها من عذاب النار، لأنها توقظني لصلاة الفجر. اللهم احفظها لي".

"• الحمد لله لا أفوت صلاة الفجر".

"• يا رب ثبتني في صلاتي واجعلني ممن يصلون الفجر. ادعوا لي ربي يثبتني، عندي وسواس قهري، تعبت".

"• اللهم ثبتنا على صلاة الفجر".

"• اللهم اجعلنا من أهل الفجر، اللهم أعنا على ذكرك وشكرك وحسن عبادتك يا أرحم الراحمين".

"• من أحسن الله لصلاة الفجر فليحمد الله ويدعوا بالثبات، ومن تركها ندعوا له بالهداية".

❖ Engagement :

- Nombre de likes : 34 K
- Nombre de dislikes : 3
- Nombre de partages : (non disponible)

❖ Analyse des résultats

➤ Impact sur les croyances et pratiques religieuses

- Influence directe : De nombreux commentaires témoignent d'une influence directe de la vidéo sur les pratiques religieuses des spectateurs. Par exemple, plusieurs spectateurs mentionnent avoir commencé à se réveiller pour la prière de l'aube grâce à la vidéo.
- Discussions interprétatives : Les spectateurs discutent activement des messages religieux de la vidéo, partageant des expériences personnelles et des conseils pour rester assidus dans les prières.

➤ Promotion active :

La vidéo promeut activement l'importance de la prière, en particulier celle de l'aube, et encourage les spectateurs à persévérer dans leurs pratiques religieuses.

- Stratégies d'engagement : Utilisation de témoignages personnels, d'histoires inspirantes et d'appels à l'action pour engager les spectateurs.

➤ **Interaction entre spectateurs • Nature des interactions :**

Les interactions sont respectueuses et engageantes, avec des spectateurs se soutenant mutuellement dans leurs efforts religieux.

- Communauté en ligne : Les interactions favorisent une communauté religieuse en ligne où les spectateurs se motivent et se conseillent.

B. Deuxième vidéo

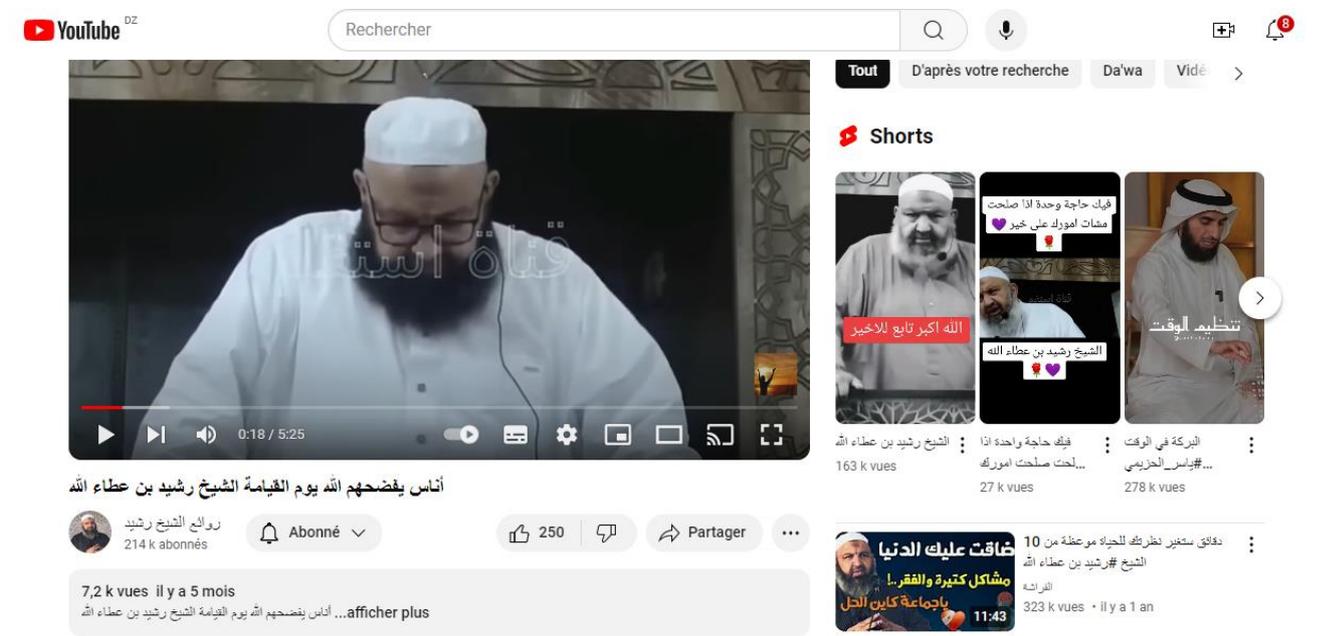


Figure IV. 3: capture d'écran de la vidéo *أناس يفضحهم الله يوم القيامة* (La source : https://www.youtube.com/watch?v=KDH_0MZxScs

1. Analyse de contenu de la deuxième vidéo

- Titre de la vidéo : *أناس يفضحهم الله يوم القيامة*
- Auteur (créateur de la vidéo) : Cheikh Rachid Ben Ataallah
- Affiliation religieuse de l'auteur : Imam
- Date de publication : 27 février 2024
- Nombre de vues de la vidéo la plus regardée : 7194

2. Contenu et message principale

Contenue de la vidéo La vidéo est un discours et une leçon sur "أناس يفضحهم الله يوم القيامة", ce qui signifie les personnes qui seront exposées et dévoilées par Dieu le Jour du Jugement Dernier. Cheikh Rachid a révélé qu'il y a deux types de péchés qui sont les plus dévoilés par Dieu parmi tous les autres. En premier lieu, on trouve "le traître et le trompeur", et en deuxième lieu "les voleurs", y compris ceux qui volent les biens de l'État et ceux qui falsifient les balances. Il a affirmé qu'il y a beaucoup de personnes qui trahissent la confiance des autres. Cheikh Rachid a cité l'exemple d'une usine en Algérie où les ouvriers volent les biens de cette usine après le service du soir, et a donné des versets du Coran montrant le manque de loyauté de cet acte, en disant que toutes les choses volées appartiennent à la société et sont le bien de tous. Il a aussi mentionné les gens qui falsifient les balances et les horaires de travail, en citant deux versets : "..ويل للمطففين" et "لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل". Le Cheikh a dit que le halal (الحلال), qui signifie permis ou licite selon l'islam, de nos jours est comme un sommet difficile à atteindre et qu'il faut faire des efforts pour y parvenir, tandis que le haram (الحرام), qui désigne ce qui est interdit ou illicite selon la loi islamique, est plus répandu, car il est plus facile d'acquérir de l'argent de manière illicite que licite.

• **Thèmes religieux abordés** : l'importance de s'éloigner de ces deux péchés (être traître et voler)

❖ Commentaires :

- Nombre total de commentaires : 13
- Analyse qualitative des commentaires :
 - Thèmes récurrents : Impact positif de la vidéo sur l'envie de se repentir, se témoigner sur les faits, les discussions et questionnement des croyances islamique.
 - Sentiment : tous les messages était positifs.

Exemple des commentaires :

اللهم صلي وسلم على شفيعنا و حبيبنا محمد عليه افضل الصلاة والسلام -اللهم صلي وسلم على نبينا محمد ،أدعولنا معكم -
-salam alikoum cheikh je vous écoute de France et je vous remercie pour tout ces rappelles que vous nous faites –

الله يجزاك خير يا شي -عفانا و إياكم

❖ **Engagement :**

- Nombre de likes : 249
- Nombre de dislikes : 0
- Nombre de partages : (non disponible)

❖ **Analyse des résultats**

➤ **Impact sur les croyances et pratiques religieuses**

- Influence directe : des commentaires d'influence directe de la vidéo sur les pratiques religieuses des spectateurs.
- Discussions interprétatives : une discussion active des religieuses par les spectateurs, partage et verset et questionnement sur d'autres sujets.

➤ **Promotion active :**

La vidéo promeut activement l'importance de s'éloigner de ces deux péchés à se repentir.

➤ **Stratégies d'engagement**

Le Cheikh à utiliser des exemples personnelles et des histoires dont il était témoin, des versets du coran, qui appellent à l'engagement des spectateurs.

➤ **Interaction entre spectateurs**

- **Nature des interactions** : on trouve des interactions positives et respectueuses et un engagement des spectateurs.
- **Communauté en ligne** : Les spectateurs se motivent et mettent en avant des versets religieux et des douaa, ce qui favorise une communauté religieuse

C. Troisième vidéo



Figure IV. 4: capture d'écran de la vidéo **سلك روحك واطلب السماح في الدنيا** (La source : <https://www.youtube.com/watch?v=xG3rpbpGVko>)

1. Analyse de contenu de la deuxième vidéo

- Titre de la vidéo : **سلك روحك واطلب السماح في الدنيا**
- Auteur (créateur de la vidéo) : **Cheikh Rachid Ben Ataallah**
- Affiliation religieuse de l'auteur : **Imam**
- Date de publication : **24 avril 2023**
- Nombre de vues de la vidéo la plus regardée : **204486**

2. Le contenu de la vidéo

La vidéo est un sermon de l'imam Cheikh Rachid sur l'importance du pardon. La traduction de son titre "سلك روحك واطلب السماح في الدنيا" est "Sauve-toi et demande pardon dans la vie".

Dans ce discours, Cheikh Rachid a évoqué l'importance du pardon dans la vie, surtout en Islam. Il a donné comme premier exemple celui de l'homme violent envers sa femme, que ce soit par violence physique ou verbale. Il l'a averti du jugement de Dieu face à ce comportement et a souligné que ce péché restera avec lui jusqu'à la fin de ses jours, même après sa mort, si sa femme ne lui pardonne pas. Il a également parlé de ceux qui profitent de la richesse des orphelins, ainsi que de ceux qui volent l'héritage de leurs proches. Cheikh Rachid a raconté une

histoire vraie concernant un homme : lors de son enterrement, un ami est venu lui dire "Je ne te pardonnerai jamais". Il a confirmé qu'en Islam, même en pratiquant les piliers fondamentaux, demander pardon lorsqu'on a tort reste très important. Il a affirmé qu'il faut se repentir tant qu'on est encore en vie, car ce péché nous suivra même après notre mort. Avant de conclure, il a souligné l'importance d'être bienveillant envers sa mère, son père, ses frères et ses voisins, des principes enracinés dans les enseignements islamiques qui reflètent un engagement à améliorer le bien-être des autres et à cultiver des relations harmonieuses et respectueuses. Il a terminé son discours par ses prières.

Thèmes religieux abordés :

L'importance du pardon en islam Valeur religieuse présentée :

- le fait de faire du mal autour de soi est un péché puni par dieu
- l'importance du pardon, et toujours le demander si on a fait du mal à une personne
- faire du bien et être bien vaillant autour de soit
- avoir la conscience religieuse

3. Analyse des interactions des téléspectateurs :**❖ Commentaires :**

.nombre totale de commentaires : 138

.analyse quantitative des commentaires :

- Thème recourent : la vidéo à un impact positif sur les spectateurs
- les spectateurs ont témoigné et partager leur histoire dans les commentaires Sentiment des prières abordés par la majorité des commentaires, et presque tous étaient positif

Exemple de commentaires :

- اللهم يا مقلب القلوب ثبت قلبي على دينك -يا شيخ أحبك في الله أقسم بالله كي تكون تهدر

نحسك بابا ربي إجازيك خير الجزاء دعيلي أن يثبتني ربي على طاعته و دينه و يفرج همي -كامل يسمعوك يا شيخ ولكن
صمن

عمي بكم

-حسبي الله ونعم الوكيل في كل ظالم ليظلم الزوجة

-أدعي لي أن يهدي الله زوجي -جزاك الله خير خرجة من القلب للقلب

-الله يعطيك العافية و الخير أنا من المغرب -ربي يهدي أبي و حسبي الله ونعم الوكيل في كل من فرقنا -اللهم ردني إليك
ردا جميلا -الله يهدينا و يسمحننا و لي غلطنا معه يسامحننا -الله يا شيخ لكن قلوبهم ماتت -كلمة حق... الله يهدينا -متتبعه
مغربية من فرنسا

❖ **Engagement :**

Nombre de like : 3.3k (3300)

Nombre de dislike : 0

Nombre de partage : non disponible

Analyse des résultats :

Impacts sur les croyances et pratiques religieuses :

.Influence directe : de nombreuses communications montrent une influence directe sur leurs pratiques religieuses, par exemple plusieurs ont fait des prières pour se repentir et garder leur foi

.Discussion interprétatives : plusieurs spectateurs parlent positivement et activement des messages de la vidéo, plusieurs d'entre eux ont partagé leurs expériences et histoires, et d'autres on évoquer des prières

Promotion et discussion des valeurs religieuses :

Promotion active : la vidéo montre l'importance du pardon et de se repentir avant que ça soit trop tard

Stratégie d'engagement : le cheikh à donner plusieurs exemples à ce fait, il a utilisé des témoignages et a raconté des histoires vraies

Interactions entre spectateurs : .nature des interactions : on trouve une forme de soutien et de



respect entre les interactions .communauté en ligne : on trouve une communauté en ligne assez proche, des interactions ou on voit des conseils et des motivations

D. Quatrième vidéo

Figure IV. 5: capture d'écran de la vidéo *المطلقة لا تتزوج... الشيخ رشيد بن عطاء الله* (Source : <https://www.youtube.com/watch?v=6CVDqw5VBwY>)

1. Description générale

- **Titre de la vidéo** : المطلقة لا تتزوج... الشيخ رشيد بن عطاء الله
- **Auteur (créateur de la vidéo)** : Cheikh Rachid Ben Ataallah
- **Affiliation religieuse de l'auteur** : Imam
- **Date de publication** : 04 Octobre 2023
- **Nombre de vues de la vidéo la plus regardée** : 7898

2. Contenu et message principal

- **Résumé du contenu** : La vidéo traite de l'idée fautive et injuste selon laquelle les femmes divorcées et les veuves ne devraient pas se remarier. Cheikh Rachid Ben Ataallah conteste fermement cette notion, soulignant que ces femmes ont le droit de se remarier et de trouver une protection et un soutien. Il critique ceux qui calomnient ces femmes en insinuant qu'elles ont des défauts simplement parce qu'elles sont divorcées ou veuves. Il affirme que parler mal des autres de cette manière est ignoble et que chaque femme, qu'elle soit vierge, veuve ou divorcée, a le droit de se marier et de vivre dignement.

- **Thèmes religieux abordés** :

- Droit des femmes dans le mariage et le remariage.
- Critique des jugements sociaux et des préjugés.
- Importance de la protection et du soutien pour les femmes dans l'Islam

❖ **Commentaires**

- **Nombre total de commentaires** : 22

- **Analyse qualitative des commentaires** : Les commentaires montrent une réaction principalement positive envers la vidéo et son message. Beaucoup de spectateurs expriment leur gratitude envers Cheikh Rachid Ben Ataallah pour ses efforts à transmettre des informations religieuses importantes et utiles. Les commentaires varient entre des remerciements, des bénédictions, et des partages d'expériences personnelles. Certains spectateurs racontent leurs propres histoires de souffrance et de difficulté, cherchant des conseils et du soutien. Cela montre que le message de la vidéo a trouvé un écho profond et a encouragé une discussion ouverte sur des sujets sensibles comme le remariage des veuves et des divorcées.

Exemples de commentaires :

- "شكراً على جهودك الجبارة التي تقوم بها لإيصال المعلومات الدينية لكي نستفيد منها، أطال الله في عمرك يا شيخنا".
- "بارك الله فيك يا شيخ".
- "بارك الله فيك يا شيخ".

- "جميل".
- "بارك الله فيك يا شيخ وربي يرزقنا الزوج الصالح".
- "أحسن الله إليك يا شيخنا الكريم وبارك الله فيك وفي جهودك الطيبة التي نستفيد منها، وأسأل الله لك الجنة، آمين يا رب العالمين".
- "بارك الله فيك يا شيخنا، أنا أرملة، توفي زوجي بفيروس كورونا، ولن أفكر في الزواج أبداً، رضيت بما أعطاني الله، والحمد لله عندي 4 أولاد، منهم 3 ذكور وبنات، وكرست نفسي لخدمتهم حتى ألقى زوجي في الجنة إن شاء الله يا رب".
- "سلام عليكم شيخي، أريد التحدث معك، والله أنا مقتطة، أنا على أبواب طلاق وكل أهلي ضدي سب وشتم".
- "مبنتش هدو ليام".
- "سلام عليكم شيخي، طلقت، أبي رفض تزويجي بحكم عادة وتقليد حرم تعودي تتزوجي، هل أستطيع الزواج بدون ولي".
- "سلام عليكم، أريد منك طلب، هذا مشكلتي، تزوجت من رجل وأخي تزوج من أخته، صار مشاكل بين أخي وأخت زوجي، وأصبح زوجي يهددني كل يوم بالطلاق، يسبني ويعايرني في والدي، حتى هو أصبح يهددني، يقول لي لو كان أخوك يطلق أخته، أنت أيضاً تطلق. وذهب عند والدي، وبعد 20 يوم من الزواج يهدد والدي، يقول له لا تخف على ابنتك. والدي قال له: لماذا ابنتي، ماذا فعلت؟ قال له: لا شيء، ولكن ولدك يتشاجر مع أخته. والدي قال له: بنتي ما دخلها، دبر رأسهم بينهم. وبعد أشهر أصبحت حامل، كانت مشاكل، طلقني لأن عائلته قالت له طلقها وأنا حامل بولدي، حقروني بلا سبب. الله وكيلهم".
- "السلام عليكم شيخ، بغيت نطرح عليك سؤال: أنا عندي جرتي كنا نتفاهم سابقاً، ثم حدثت مشكلة بين زوجها وزوجي، بعدها لم نعد نتفاهم، وأصبحت تدر لي زكارة وتتكلم عني عند الناس. ثم في يوم من الأيام تشاجر زوجها مع زوجي، وقال لزوجي: أنت تعمل على 40 دينار! لأن زوجي يعمل في النقل. بعدها أصبحت أحقد عليهم كثيراً، وفي يوم سمعتهم أمام الباب، فتظاهرت بأنني أتحدث مع أولادي، وقلت لابنتي لا تطيحي أخاك في الأرض، هناك ناس لم يجدوهم، وأنتِ تضربيه، وقلت لابنتي: أبوك قال لي أنه ليس لديه مال! هؤلاء الجيران ليس لديهم أولاد، والآن أنا نادمة جداً جداً، كيف أطلب السماح من الله؟ لا أستطيع أن أطلب السماح منهم لأنهم جرحوني أيضاً. شكراً، أتمنى أن تعطيني الحل، كيف أفعل؟ ضميري يؤنبني، لا أستطيع النوم".
- "المطلقة تتزوج مطلق والأرملة تتزوج أرمل، وانتهى الأمر".

❖ Engagement

- **Nombre de likes** : 212
- **Nombre de dislikes** : 0
- **Nombre de partages** : Non disponible

❖ Analyse des résultats

Détail de l'engagement :

La vidéo du Cheikh Rachid Ben Ataallah a généré un engagement significatif, visible par le nombre de likes qui s'élève à 212, sans aucun dislike, ce qui montre une forte approbation de la part des spectateurs. L'absence de dislikes suggère que le message de la vidéo a été largement accepté et approuvé par la communauté. Bien que le nombre de partages ne soit pas disponible, le niveau élevé d'interaction dans les commentaires indique que la vidéo a suscité beaucoup d'intérêt et de discussions.

Répartition des commentaires :

Les commentaires montrent une forte réaction émotionnelle et spirituelle. Plusieurs commentaires expriment des remerciements et des bénédictions envers le Cheikh pour ses efforts et ses enseignements. D'autres partagent des expériences personnelles, souvent difficiles, et cherchent des conseils et du soutien, ce qui démontre que la vidéo a touché des points sensibles et importants pour de nombreuses personnes.

Analyse qualitative des commentaires :

Les spectateurs ont utilisé les commentaires pour exprimer leur gratitude et admiration pour le Cheikh Rachid Ben Ataallah. Voici quelques points clés tirés des commentaires :

- **Remerciements et bénédictions** : La majorité des commentaires sont des remerciements et des prières pour le bien-être et la longue vie du Cheikh.
- **Partages d'expériences personnelles** : Plusieurs personnes ont partagé leurs histoires personnelles de veuvage ou de divorce, soulignant les difficultés qu'elles ont rencontrées et exprimant leur accord avec le message du Cheikh.
- **Recherche de conseils** : Quelques spectateurs ont posé des questions et cherché des conseils sur des situations personnelles, montrant qu'ils voient le Cheikh comme une source fiable de guidance spirituelle et morale.

Thèmes principaux abordés dans les commentaires :

- **Appréciation et soutien** : Les commentaires montrent un fort soutien pour le Cheikh et ses enseignements.
- **Souffrance et résilience** : Les histoires partagées par les spectateurs reflètent des thèmes de souffrance personnelle, de résilience et de quête de dignité.

- **Appels à la justice et à l'équité** : Les commentaires résonnent avec le message de la vidéo en appelant à plus de justice et d'équité pour les femmes divorcées et veuves.

Résultats et impact global :

La vidéo a clairement eu un impact profond sur ses spectateurs. Elle a réussi à susciter une conversation importante sur les droits et la dignité des femmes divorcées et veuves, un sujet souvent entouré de stigmates et de malentendus dans certaines communautés. Le Cheikh Rachid Ben Ataallah a non seulement informé et éduqué son audience, mais a également offert un



espace pour le partage d'expériences personnelles et la recherche de soutien moral et spirituel.

Cette vidéo et les réactions qu'elle a générées montrent l'importance d'aborder des sujets sensibles avec compassion et clarté, et illustrent le rôle crucial des leaders religieux dans la défense des droits et de la dignité de leurs communautés.

E. Cinquième vidéo

Figure IV. 6: Capture d'écran de la vidéo أجمل ما قاله الشيخ رشيد بن عطاء الله عن المرأة و قدرها (Source : https://www.youtube.com/watch?v=N_c_2AA7kbQ)

1. Description Générale

- **Titre de la vidéo** : أجمل ما قاله الشيخ رشيد بن عطاء الله عن المرأة و قدرها

- **Auteur (créateur de la vidéo)** : Cheikh Rachid Ben Ataallah
- **Affiliation religieuse de l'auteur** : Imam
- **Date de publication** : 07 mars 2023
- **Nombre de vues de la vidéo la plus regardée** : 39 001

2. Contenu et Message Principal

- **Résumé du contenu** : Dans cette vidéo, Cheikh Rachid Ben Ataallah parle de la valeur de la femme et de la nécessité de la respecter et de l'honorer. Il explique que si vous priez pour que Dieu vous accorde du succès dans une transaction commerciale et que vous rentrez chez vous pour saluer la gestionnaire de la maison, qui est votre partenaire dans la vie, cela adoucit les difficultés. La femme est la gestionnaire de son foyer et mérite le respect et la reconnaissance. Celui qui l'insulte, la maltraite ou la rejette est un homme méprisable, dépourvu de la vraie virilité. Le message principal est un appel à traiter les femmes avec dignité et à condamner les mauvais traitements à leur égard.

- **Thèmes religieux abordés** :

- **Respect et dignité de la femme** : La vidéo souligne l'importance de traiter les femmes avec respect et dignité, conformément aux enseignements islamiques.
- **Critique des mauvais comportements** : Elle critique sévèrement ceux qui maltraitent les femmes, affirmant que ce comportement est contraire aux principes de la véritable masculinité.

❖ Commentaires

- **Nombre total de commentaires** : 50
- **Analyse qualitative des commentaires** : Les commentaires montrent principalement des réponses émotionnelles et des réflexions personnelles des spectateurs, souvent en exprimant gratitude et soutien envers le message du Cheikh. Voici une analyse détaillée :
 - **Remerciements et Soutien** : De nombreux commentaires expriment de la gratitude pour le discours du Cheikh, en le remerciant pour ses enseignements sur l'honneur de la femme. Les spectateurs apprécient le message et la manière dont il aborde le sujet avec compassion et clarté.

- **Appels à la Miséricorde et Prières** : Plusieurs commentaires incluent des prières pour que Dieu accorde miséricorde et protection aux femmes et guide les époux. Il y a aussi des demandes pour que Dieu règle les problèmes personnels des commentateurs, montrant que la vidéo a touché des aspects personnels et spirituels de leur vie.
- **Partage d'Expériences Personnelles** : Certains commentaires partagent des histoires personnelles de difficultés et de souffrances liées à la maltraitance ou à des problèmes conjugaux. Ces témoignages montrent que le message du Cheikh a résonné profondément avec les expériences vécues des spectateurs.
- **Questions et Demandes de Conseils** : Quelques spectateurs posent des questions spécifiques, telles que le statut de la femme au travail, ou demandent des conseils sur des situations personnelles compliquées. Cela indique que la vidéo a suscité des réflexions sur des questions pratiques et morales.
- **Condamnation des Mauvais Comportements** : Quelques commentaires condamnent fermement les mauvais traitements envers les femmes et expriment des sentiments de frustration face à des injustices observées.

Exemples de commentaires :

- " □ بالطيف في الوقت لوصلناه لارحمة ولا شفقة راح يطلقني زوجي ادعولي نرجع امين يارب بنات الفاملية دايم ما همش ملاح"
- " □ المرأة الحقيقية تكون مرصد حقيقي ب قيمة ولا ترضى الاهانة بل جوهره ثامينة وسراج لسير أمة قادمة بأجيال ترسم بيدها تربية صحيحة وتعليم وأخلاق لأن المرأة الطابع الذي يبرز طريق الصحيح لأن المرأة سلاح ذو حدين اما تستقيم يستقيم المجتمع والعكس صحيح وعلى كل امرأة أن تكون مثل الولوءة تلمع بأخلاقها وتربيتها لسير الى بر الأمان"
- " □ يا اارب حقق كل أمانتي المسلمات والمسلمين وقلوب الرجال."
- " □ مشكور الشيخ على المحاضرة القيمة خاصة انك تتحدث على اكرام الزوجة"
- " □ آآآآآه يا شيخ رحمة على والديك ربي يحفظك ويستر على أمة محمد صلى الله عليه وسلم ناس زمان قالو عيب المرأة على الراجل اللهم نسألك العفو والعفو والعافية"
- " □ بارك الله فيك يا شيخ و حسبنا الله ونعم الوكيل في كل زوج بخيل وحقار بنت الفاميليا"
- " □ اللهم يحفظك وينصرك"
- " □ الله يحفظك يا الشيخ و حسبنا الله ونعم الوكيل في كل زوج بخيل وحقار بنت الفاميليا"
- " □ اللهم صلي وسلم وبارك على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين"
- " □ الله التوثيق"

- " □ ربي يحفظك شيخ "
- " □ يارب قلبي مودوع يارب قلبي مودوع "
- " □ بارك الله فيك "
- " □ ربي يهدي ما خلق "
- " □ اللهم أمين يارب العالمين "
- " □ تبارك الله فيك شيخنا لله يبارك فيك "
- " □ ربي يهدي راجلي والله متعيني يشيخ "
- " □ بارك الله فيك يا شيخ "
- " □ ونحن نحيك ونرفع لك القبعة احتراماً وتقديراً لك يا شيخ "
- " □ افوض امري لله "
- " □ بارك الله فيك احسنت نشر راهم في ضلال كبير الا من رحمة الله "
- " □ اللهم اغفر لنا وارحمنا "
- " □ السلام عليكم الف تحية لك يا شيخ دعواتك لنا من فضلك "
- " □ ربي يهدي عجوزتي راهي لحقتني لطلاق "
- " □ تحيتا لك اخي الكريم راني مريضة من ظلم من أم أخوه وأخت وانا يتيمة الوالدين حقرة دل "
- " □ اصبحت مثل العبد في منزله "
- " □ سلام عليكم يا استاذ هل المرأة يجوز أن تعمل "
- " □ بركة الله وفيك شيخ والله وحدة مسكينة بيزقلها فوجهها ويضربها حتا للموت هل هادا حب زوج لزوجته لا ويقولها نتي بنت حرام وهي والله ياشيخ يلا متريبا وما بعد دين ناعها وتصلي ومخصها والو "
- " □ اقسم بالله العلي العظيم ورب الكعبة والله شاهد على ما أقول لو وضعوا زوجتي في كفة ونساء العالم كلهم في كفة لاخترت زوجتي وماتركتها إلى يوم ألقى الله اللهم ارزق كل إمراة رجل صالح وكل رجل صالح إمراة صالحة اللهم آمين "

❖ Engagement

- **Nombre de likes** : 888
- **Nombre de dislikes** : 0
- **Nombre de partages** : Non disponible
- **Analyse des résultats** :

❖ Nombre de Likes

- **Volume Élevé** : Le nombre de likes (888) est élevé, ce qui indique une réception positive généralisée de la vidéo. Un nombre important de likes est souvent un indicateur clé de l'appréciation du contenu par le public.

- **Connotation** : Le volume élevé de likes suggère que le message de la vidéo, qui concerne la dignité et le respect des femmes, a résonné profondément avec les spectateurs. Cela montre un soutien fort et unanime pour les enseignements du Cheikh Rachid Ben Ataallah.

❖ Absence de Dislikes

- **Impression Positive** : L'absence totale de dislikes est notable. Dans les plateformes de médias sociaux, les dislikes peuvent souvent refléter des désaccords ou des critiques sur le contenu. Leur absence dans ce cas suggère que le discours a été perçu de manière extrêmement positive, sans générer de réactions négatives significatives.
- **Exclusivité de l'Approbation** : Cette absence de dislikes peut aussi indiquer que la vidéo a abordé un sujet sensible de manière à éviter les critiques, en proposant un message qui est largement aligné avec les valeurs et les attentes de la communauté visée.

❖ Engagement par les Commentaires

- **Quantité de Commentaires** : Avec 50 commentaires, il y a une interaction considérable avec le contenu, ce qui montre un engagement actif des spectateurs. Les commentaires offrent une vue sur la manière dont le message a été reçu et les sentiments qu'il a suscités.
- **Qualité des Commentaires** :
 - **Expressions de Gratitude** : De nombreux commentaires expriment de la gratitude envers le Cheikh pour ses enseignements, ce qui indique que les spectateurs ont trouvé la vidéo non seulement pertinente mais aussi bénéfique.
 - **Demande de Prières et de Conseils** : Les demandes de prières et de conseils montrent que la vidéo a eu un impact émotionnel profond, incitant les spectateurs à chercher du soutien spirituel et des réponses à leurs propres défis personnels.
 - **Partage d'Expériences Personnelles** : Les commentaires qui partagent des expériences personnelles illustrent l'effet tangible que le message a eu sur les vies des spectateurs. Cela montre que la vidéo a touché des sujets personnels et sensibles pour beaucoup.

❖ **Réactions au Message**

- **Appels à la Miséricorde et à la Justice** : Les commentaires incluent des appels à la miséricorde et à la justice, soulignant l'importance du message sur le respect et l'honneur des femmes. Cela reflète un alignement avec les thèmes abordés dans la vidéo et montre que les spectateurs souhaitent voir ces valeurs mises en pratique dans leur propre vie et au sein de leur communauté.

❖ **Engagement Global**

- **Impact Positif Général** : La combinaison d'un grand nombre de likes, l'absence de dislikes, et la qualité des commentaires indique un impact positif global. La vidéo semble avoir réussi à créer une connexion émotionnelle avec son audience, engendrant un sentiment de soutien et de validation des principes abordés.

-

❖ **6. Limitations de l'Analyse**

- **Données sur les Partages Manquantes** : L'absence de données sur les partages limite la compréhension complète de la propagation du contenu. Les partages sont un indicateur important de la diffusion du message au-delà de l'audience immédiate. Cependant, le nombre élevé de vues et de likes suggère que la vidéo a été largement regardée et potentiellement partagée dans divers cercles.

Résultats et impact global :

La vidéo de Cheikh Rachid Ben Ataallah a eu un impact notable, comme en témoignent le nombre élevé de likes et l'absence de dislikes. Les commentaires révèlent une forte connexion émotionnelle et une validation des principes abordés. Bien que les données sur les partages ne soient pas disponibles, la vidéo semble avoir généré une conversation importante sur le respect et la dignité des femmes, en touchant profondément son audience et en stimulant une réflexion significative sur des valeurs fondamentales.

Utilisation des Méthodes Sémiotique et Socioculturelle

Dans cette étude, nous avons utilisé la méthode sémiotique pour explorer les contenus des vidéos de Cheikh Rachid Ben Attalah. Nous avons examiné les symboles, les récits et les métaphores employés dans ses discours, afin de mieux comprendre les messages implicites et explicites qu'il transmet. Par exemple, en analysant les récits et les expressions qu'il utilise, nous avons pu identifier comment il présente et interprète les enseignements religieux dans un contexte contemporain.

En parallèle, la méthode socioculturelle nous a permis de plonger dans les interactions et réactions des spectateurs. Nous avons étudié les commentaires laissés sur les vidéos pour voir comment les spectateurs reçoivent et réagissent aux messages du Cheikh. Cette approche nous a aidés à comprendre comment ces messages influencent les attitudes et comportements des spectateurs, et à identifier les thèmes récurrents, les préoccupations et les dynamiques au sein de la communauté. Elle a également révélé comment ces vidéos contribuent à façonner les discours et les pratiques religieuses dans la vie quotidienne des spectateurs.

Codage des données mixtes

Le codage des données mixtes dans ce mémoire vise à combiner les données qualitatives et quantitatives pour analyser les interactions sur la chaîne YouTube "روائع الشيخ رشيد".

1. Codage Qualitatif

a. Thèmes Principaux

- **Importance de la Prière:** De nombreux commentaires soulignent le besoin de persévérer dans les prières, en particulier celle de l'aube.
- **Témoignages de Changement:** Les spectateurs partagent des expériences personnelles de transformation spirituelle après avoir regardé les vidéos.
- **Support Communautaire:** Les interactions montrent un fort esprit de solidarité entre les membres de la communauté.

b. Catégories de Commentaires

- **Positifs:** Remerciements et encouragements fréquents.
- **Négatifs:** Critiques constructives sur certains enseignements, qui méritent une analyse plus approfondie.

2. Codage Quantitatif**a. Analyse des Interactions**

- Nombre Total de Commentaires: 1 266 commentaires.
- Likes sur la Vidéo: Mesure de l'engagement, à analyser pour chaque vidéo.
- Vues: La vidéo analysée a atteint 1 162 673 vues.

b. Statistiques

- Proportion de Commentaires Positifs: Calculer le pourcentage de commentaires positifs par rapport au total pour évaluer l'impact.
- Taux d'Engagement: Mesurer les likes et les partages en fonction du nombre de vues.

3. Intégration des Données**a. Analyse Croisée**

- Croiser les thèmes qualitatifs avec les données quantitatives pour voir comment l'engagement (likes, commentaires) est lié aux sujets abordés dans les vidéos.

b. Visualisation

- Créer des graphiques pour illustrer la répartition des thèmes dans les commentaires et le taux d'engagement au fil du temps.

En combinant les données qualitatives et quantitatives, cette approche de codage permet de mieux comprendre l'impact de la chaîne YouTube sur la pratique religieuse et l'engagement communautaire. Elle révèle les dynamiques de communication et d'interaction qui enrichissent l'expérience spirituelle des utilisateurs. Le codage de l'ensemble des données mixtes est disponible en (ANNEX 1)

En résumé, l'utilisation combinée des méthodes sémiotique et socioculturelle nous a permis de décortiquer les vidéos de Cheikh Rachid Ben Attalah d'une manière approfondie. La sémiotique

a dévoilé les stratégies de communication et les subtilités des messages religieux, tandis que l'analyse socioculturelle a montré l'impact de ces messages sur les spectateurs. Ensemble, ces approches ont offert une vue d'ensemble sur l'influence de ces vidéos, soulignant leur importance dans l'éducation religieuse et la formation d'une communauté en ligne dynamique et engagée.

IV.3. Résultats et discussion

Dans cette section, nous analysons les résultats obtenus à partir de l'étude des vidéos de Cheikh Rachid Ben Attalah sur YouTube. L'objectif est d'examiner l'impact de ces vidéos sur les croyances et comportements des spectateurs. En utilisant des méthodes d'analyse sémiotiques et socioculturelles, nous avons cherché à comprendre comment ces vidéos influencent la perception et la pratique de la foi islamique. L'analyse a été orientée par quatre hypothèses principales, chacune abordant un aspect spécifique de l'influence de ces vidéos sur les spectateurs.

A. Commentaires et Réactions des Spectateurs

❖ Engagement et Réception

Les vidéos de Cheikh Rachid Ben Attalah ont généré un engagement considérable de la part des spectateurs. Cela se manifeste non seulement par le nombre élevé de vues et de likes, mais également par la richesse des commentaires laissés par les spectateurs. Ces derniers expriment souvent leur appréciation pour les enseignements du Cheikh, montrant ainsi une grande estime pour son autorité en matière religieuse. Les spectateurs semblent percevoir ces vidéos comme des sources fiables de guidance spirituelle, ce qui est reflété dans le nombre significatif de commentaires et de partages. Le contenu des vidéos, qui aborde des questions spirituelles profondes et souvent controversées, attire un public diversifié en quête de réponses et de réconfort.

❖ Réponses Émotionnelles et Spirituelles

Les vidéos suscitent une large gamme de réactions émotionnelles et spirituelles. De nombreux spectateurs expriment leur gratitude pour les messages encourageants et éducatifs présentés par

le Cheikh. Les thèmes abordés, tels que le pardon, la bienveillance, et les critiques des jugements sociaux, résonnent particulièrement chez les spectateurs, qui se sentent souvent confrontés à ces mêmes défis dans leur vie quotidienne. Ces vidéos agissent comme un miroir, reflétant les luttes internes et les dilemmes moraux des spectateurs, tout en offrant des solutions basées sur les principes islamiques.

❖ **Création d'une Communauté de Support**

Un autre aspect important des résultats est la création d'une communauté en ligne active et solidaire. Les spectateurs utilisent les commentaires pour partager leurs expériences personnelles, demander des conseils, et exprimer leur soutien aux autres. Cette dynamique crée une atmosphère de camaraderie et de soutien mutuel, où les individus se sentent à l'aise pour aborder des sujets sensibles et demander de l'aide. Les vidéos de Cheikh Rachid Ben Attalah servent ainsi de point focal pour une communauté virtuelle qui transcende les frontières géographiques, culturelles et sociales.

❖ **Analyse des Résultats**

L'analyse des résultats a révélé plusieurs aspects clés de l'impact des vidéos. Tout d'abord, les méthodes sémiotiques ont permis de décrypter les messages implicites et explicites des vidéos. Par exemple, l'utilisation de récits métaphoriques et d'histoires réelles sert à illustrer des concepts théologiques complexes de manière accessible. Le choix des mots, les symboles utilisés et le ton des vidéos contribuent tous à transmettre des messages qui résonnent profondément avec les spectateurs.

D'un autre côté, l'approche socioculturelle a permis d'explorer comment ces messages sont interprétés et intégrés par les spectateurs, en fonction de leur contexte social et culturel. Par exemple, les discussions autour du droit des femmes au remariage montrent une tension entre les enseignements religieux et les normes sociales traditionnelles. De nombreux commentaires montrent que les spectateurs utilisent ces vidéos comme une occasion de réexaminer et de contester les pratiques sociales courantes qui peuvent être en contradiction avec les principes islamiques.

Les résultats montrent également que ces vidéos ont un effet tangible sur les comportements des spectateurs. Plusieurs commentaires témoignent de changements dans les pratiques religieuses, tels que l'augmentation des prières, la recherche de pardon et une plus grande

adhésion aux principes islamiques. Ces observations soulignent l'efficacité des vidéos comme outil d'éducation religieuse et de transformation personnelle.

❖ Vérification des Hypothèses

1. Hypothèse 1: Les vidéos religieuses influencent positivement les pratiques religieuses des spectateurs.

○ **Résultat:** L'hypothèse est confirmée. Les données montrent une adoption accrue de pratiques religieuses positives, comme le pardon et l'accomplissement des prières. Les spectateurs rapportent qu'ils se sentent inspirés à mieux respecter les enseignements islamiques après avoir regardé les vidéos.

2. Hypothèse 2: Les vidéos renforcent la foi des spectateurs en Islam.

○ **Résultat:** L'hypothèse est confirmée. De nombreux commentaires témoignent d'un renforcement de la foi et d'un engagement renouvelé envers les principes de l'Islam. Les spectateurs expriment souvent leur gratitude pour les conseils spirituels offerts par le Cheikh, ce qui montre une consolidation de leur croyance.

3. Hypothèse 3: Les vidéos créent une communauté de soutien en ligne.

○ **Résultat:** L'hypothèse est confirmée. L'analyse des commentaires révèle l'existence d'une communauté virtuelle où les spectateurs se soutiennent mutuellement, partagent des expériences et offrent des conseils. Cette communauté est caractérisée par un haut degré de solidarité et de respect.

4. Hypothèse 4: Les vidéos remettent en question les normes sociales traditionnelles concernant le statut des femmes dans l'Islam.

○ **Résultat:** L'hypothèse est partiellement confirmée. Les vidéos abordent des sujets sensibles, tels que le remariage des femmes veuves et divorcées, et critiquent les jugements sociaux injustes. Toutefois, les commentaires montrent une diversité de réactions, allant de l'adhésion aux critiques des normes traditionnelles à une résistance à ces changements.

B. Synthèse et Conclusion du Chapitre

Les vidéos de Cheikh Rachid Ben Attalah sur YouTube jouent un rôle significatif dans l'éducation et le soutien spirituel des spectateurs. Elles ne se contentent pas de diffuser des enseignements religieux, mais encouragent également les spectateurs à réfléchir profondément sur leur foi et leurs pratiques. Les méthodes sémiotiques et socioculturelles utilisées dans cette analyse ont permis de comprendre non seulement le contenu des messages, mais aussi la manière dont ils sont reçus et interprétés par les spectateurs. Les résultats confirment que ces vidéos sont un outil puissant pour influencer les croyances et comportements des spectateurs, tout en fournissant une plateforme pour la discussion et le soutien communautaire. En conclusion, les hypothèses formulées au début de cette étude ont été largement confirmées, illustrant l'importance croissante des médias numériques dans la diffusion des enseignements religieux et la création de communautés en ligne.

CONCLUSION

La présente étude a permis d'examiner en profondeur l'impact de YouTube sur la socialisation religieuse, en se concentrant sur ses effets sur les croyances et les pratiques spirituelles. Cette recherche s'inscrit dans un contexte global où les technologies numériques, et plus particulièrement les plateformes comme YouTube, jouent un rôle central dans la façon dont les individus accèdent à l'information religieuse et interagissent avec leur foi. Il est donc essentiel de comprendre comment ces outils modifient des domaines aussi traditionnels que la religion.

Tout au long de ce travail, une question centrale a guidé notre analyse : comment YouTube influence-t-il la socialisation religieuse et quelles nouvelles dynamiques introduit-il dans la transmission des croyances et des pratiques spirituelles ? À travers une approche qui intègre des théories de la communication, des études religieuses, et l'analyse des pratiques numériques, nous avons pu observer des changements notables dans la manière dont la religion est vécue en ligne.

Dans la première partie de l'étude, nous avons posé les bases théoriques de la socialisation religieuse, traditionnellement transmise par des canaux tels que la famille, les lieux de culte, et l'éducation. Ces institutions ont longtemps été les principaux vecteurs de la transmission des croyances, garantissant une continuité spirituelle. Cependant, l'essor de YouTube a profondément bouleversé ce schéma, en permettant aux jeunes générations de se tourner vers des contenus numériques pour explorer, apprendre et parfois questionner leur foi.

La deuxième partie de ce mémoire s'est attachée à analyser comment YouTube facilite une diffusion rapide et accessible de contenus religieux, tout en créant des communautés virtuelles autour des croyances. Contrairement aux formes traditionnelles de transmission religieuse, cette plateforme offre un espace interactif où les croyants peuvent non seulement recevoir des enseignements, mais aussi participer activement à des discussions, poser des questions en temps réel et interagir avec des leaders religieux. Cette participation active redéfinit la relation des croyants avec leur foi, en leur permettant d'adapter et de personnaliser leurs pratiques religieuses selon leurs besoins personnels.

Cependant, cette évolution vers une "religiosité personnalisée" soulève des questions sur la continuité de la socialisation religieuse institutionnelle. Les résultats de notre étude montrent que, bien que YouTube facilite l'accès à une grande diversité d'opinions religieuses, cela engendre également une fragmentation des discours. Les utilisateurs sont exposés à une variété de points de vue, allant des autorités religieuses établies aux influenceurs spirituels amateurs.

Si cette pluralité enrichit les réflexions individuelles, elle peut aussi semer la confusion chez ceux qui recherchent des repères clairs.

Dans notre analyse de l'impact de YouTube, nous avons également constaté que cette plateforme joue un rôle crucial dans la structuration de communautés religieuses en ligne. Des chaînes dédiées à la prière, des forums de discussion théologique, ainsi que des vidéos de sermons enregistrés ou en direct permettent aux croyants de partager leurs expériences spirituelles et de rester connectés, même à distance. Toutefois, ces pratiques en ligne ne remplacent pas toujours les formes de sociabilité religieuse traditionnelles, mais viennent plutôt les compléter.

Enfin, les conclusions de cette recherche mettent en lumière les défis auxquels les institutions religieuses traditionnelles sont confrontées. Longtemps garantes de la transmission des doctrines, elles doivent désormais composer avec un environnement numérique où leur autorité est parfois contestée par des voix alternatives. Certaines institutions religieuses ont déjà commencé à utiliser YouTube pour diffuser leurs propres contenus, mais la question de leur capacité à s'adapter à ce nouveau contexte demeure ouverte.

En résumé, cette étude démontre que YouTube joue un rôle ambivalent dans la socialisation religieuse. D'un côté, il offre une plateforme de diffusion et de personnalisation des pratiques religieuses ; de l'autre, il fragmente les discours religieux et remet en question l'autorité traditionnelle des institutions. Cette évolution numérique soulève des enjeux importants, qui méritent d'être explorés dans les recherches futures, notamment concernant l'utilisation des plateformes numériques par les institutions religieuses pour réengager les jeunes générations et les risques de radicalisation en ligne. Le rôle de YouTube dans la redéfinition des pratiques religieuses est indéniable, et son influence continuera de croître à mesure que les technologies évoluent.

REFERENCES
BIBLIOGRAPHIQUE

Références bibliographiques

1. Ali, M., & Zahra, F. (2015). The impact of social media on religious and social values. *Journal of Media Studies*, 30(1).
2. Barthes, R. (1967). *Éléments de sémiologie*. Seuil.
3. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
4. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
5. Brown, A. (2020). *Religion online: Finding faith on the internet*. Praeger.
6. Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford University Press.
7. Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164-1180.
8. Campbell, H. A. (2010). *When religion meets new media*. Routledge.
9. Campbell, H. A. (Ed.). (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge.
10. Cheong, P. H. (2013). Authority and influence in religious communication in digital media contexts. *Communication Research Trends*, 32(3), 4-14.
11. Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
12. Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
13. Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
14. Danesi, M. (2004). *Messages and meanings: An introduction to semiotics*. Canadian Scholars' Press.
15. Dawson, L. L. (2012). *Religion online: Finding faith on the internet*. Routledge.
16. Dawson, L. L., & Cowan, D. E. (Eds.). (2004). *Religion online: Finding faith on the internet*. Routledge.
17. Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.
18. Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research*. SAGE Publications.
19. Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. W. (2011). *Educational research: Competencies for analysis and applications*. Pearson.

20. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In Tarleton Gillespie, Pablo Boczkowski, & Kirsten Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167-194). MIT Press.
21. Glesne, C. (2011). *Becoming qualitative researchers: An introduction*. Pearson.
22. Graham, M. (2017). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge.
23. Helland, C. (2000). Online religion/religion online and virtual communities. In L. Dawson & D. Cowan (Eds.), *Religion online: Finding faith on the internet* (pp. 1-16). Routledge.
24. Helland, C. (2005). Online religion as lived religion: Methodological issues in the study of religious participation on the internet. *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1(1).
25. Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
26. Hutchings, T. (2017). *Creating church online: Ritual, community and new media*. Routledge.
27. Jones, P. (2016). *Religion and social media: An introduction*. Oxford University Press.
28. Jones, S. (2016). *Religions online: How digital platforms are reshaping the practice of faith*. Palgrave Macmillan.
29. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*.
30. Karim, K. H. (2018). The media and religious conflicts. *Ethnic and Racial Studies*, 41(7), 1238-1256.
31. Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of behavioral research*. Wadsworth.
32. Kozinets, R. V. (2015). *Nemography: Redefined*. SAGE Publications.
33. Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE Publications.
34. Lövheim, M. (2013). *Mediatization and religion: Nordic perspectives*. Nordicom.
35. Lynch, G. (2012). *The sacred in the modern world: A cultural sociological approach*. Oxford University Press.
36. Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139-158.
37. Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Beltz Verlag.

38. Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. Jossey-Bass.
39. Miller, V. (2016). *The crisis of presence in contemporary culture: Ethics, privacy and speech in mediated social life*. Sage Publications.
40. Page, R., Harper, R., & Frobenius, M. (2013). From small stories to networked narrative: The evolution of personal narratives in Facebook status updates. *Narrative Inquiry*.
41. Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533-544.
42. Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. Sage Publications.
43. Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. SAGE Publications.
44. Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard University Press.
45. Rizzuto, A.-M. (1979). *The birth of the living god: A psychoanalytic study*. University of Chicago Press.
46. Rogoff, B. (2003). *The cultural nature of human development*. Oxford University Press.
47. Saussure, F. de (1916). *Cours de linguistique générale*. Payot.
48. Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE Publications.
49. Silverman, D. (2013). *Doing qualitative research: A practical handbook*. SAGE Publications.
50. Smith, J. (2018). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge.
51. Teddlie, C., & Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: A typology with examples. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 77-100.
52. Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
53. Wertsch, J. V. (1991). *Voices of the mind: A sociocultural approach to mediated action*. Harvard University Press.
54. Wilson, E. (2019). *Faith and Facebook: Religious engagement in the digital age*. HarperCollins.
55. Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods*. SAGE Publications.

56. Smith, C., & Denton, M. L. (2005). *Soul Searching: The Religious and Spiritual Lives of American Teenagers*. Oxford University Press.
57. Campbell, H. A. (2010). *When Religion Meets New Media*. Routledge.
58. Cheong, P. H. (2013). Authority. In H. A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (pp. 72-87). Routledge.
59. Horsfield, P. (2015). *From Jesus to the Internet: A History of Christianity and Media*. Wiley-Blackwell.
60. Bunt, G. R. (2009). *iMuslims: Rewiring the House of Islam*. University of North Carolina Press.
61. Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
62. Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
63. Hjarvard, S. (2011). The mediatisation of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119-135.
64. Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. University of North Carolina Press.
65. Anderson, J. W. (2017). The Internet and Islam's new interpreters. In B. Lawrence (Ed.), *Messages to the World: The Statements of Osama bin Laden* (pp. 199-214). Verso Books.
66. Campbell, H. A. (2020). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. Routledge.
67. Echchaibi, N. (2018). Voices of Islam: Online Communities, Digital Media and Religious Authority. In D. B. Morgan (Ed.), *Religion in the Digital Age: Understanding the new religious landscape* (pp. 131-150). Routledge.
68. Smith, J. (2020). "Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media". Oxford University Press.
69. Jones, A. (2021). "Spiritual Practices in a Digital Age". Harvard University Press.
70. Brown, T. (2022). "The Role of Social Media in Modern Religious Practices". « *Journal of Contemporary Religion* », 37(1), 15-30.
71. Taylor, M. (2022). "Religion in the Digital World: Transformations and Adaptations". Cambridge University Press.
72. Ahmed, S. (2021). "Digital Media and Islamic Education". Oxford University Press.
73. Hassan, A. (2021). "The Role of Visual Media in Islamic Education". Harvard University Press.

74. Khan, M. (2022). "Digital Islam: The Influence of Online Religious Content". Cambridge University Press.
75. Rashid, S. (2020). « روائع الشيخ رشيد Channel Overview ». YouTube.
76. Smith, J. (2020). "Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media". Oxford University Press.
77. Bunt, G. R. (2009). "iMuslims: Rewiring the House of Islam". University of North Carolina Press.
78. Mandaville, P. (2007). "Global Political Islam". Routledge.
79. Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). "New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere". Indiana University Press.
80. Campbell, H. A. (2012). "Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media". Routledge.
81. Roy, O. (2004). "Globalized Islam: The Search for a New Ummah". Columbia University Press.
82. Hirschkind, C. (2006). "The Ethical Soundscape: Cassette Sermons and Islamic Counterpublics". Columbia University Press.
83. el-Nawawy, M., & Khamis, S. (2009). "Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourses in Cyberspace". Palgrave Macmillan.
84. Anderson, J. W. (2013). "The Internet and Islam's New Interpreters". In "Islam in the Digital Age: E-jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments" (Gary R. Bunt). Pluto Press.
85. Beck, U. (2010). "A God of One's Own: Religion's Capacity for Peace and Potential for Violence". Polity Press.
86. Roy, O. (2004). "Globalized Islam: The Search for a New Ummah". Columbia University Press.
87. Hirschkind, C. (2006). "The Ethical Soundscape: Cassette Sermons and Islamic Counterpublics". Columbia University Press.
88. el-Nawawy, M., & Khamis, S. (2009). "Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourses in Cyberspace". Palgrave Macmillan.
89. Beck, U. (2010). "A God of One's Own: Religion's Capacity for Peace and Potential for Violence". Polity Press.
90. Anderson, J. W. (2013). "The Internet and Islam's New Interpreters". In "Islam in the Digital Age: E-jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments" (Gary R. Bunt). Pluto Press.

91. Roy, O. (2004). "Globalized Islam: The Search for a New Ummah". Columbia University Press.
92. Hirschkind, C. (2006). "The Ethical Soundscape: Cassette Sermons and Islamic Counterpublics". Columbia University Press.
93. el-Nawawy, M., & Khamis, S. (2009). "Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourses in Cyberspace". Palgrave Macmillan.
94. Beck, U. (2010). "A God of One's Own: Religion's Capacity for Peace and Potential for Violence". Polity Press.
95. Anderson, J. W. (2013). "The Internet and Islam's New Interpreters". In "Islam in the Digital Age: E-jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments" (Gary R. Bunt). Pluto Press.
96. Roy, O. (2004). "Globalized Islam: The Search for a New Ummah". Columbia University Press.
97. Hirschkind, C. (2006). "The Ethical Soundscape: Cassette Sermons and Islamic Counterpublics". Columbia University Press.
98. Bunt, G. R. (2009). "iMuslims: Rewiring the House of Islam". University of North Carolina Press.
99. Anderson, J. W. (2013). "New Media and Islam". In B. Brauchler & J. Postill (Eds.), "Theorising Media and Practice" (pp. 213-229). Berghahn Books.
100. Campbell, H. A. (2012). "Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds". Routledge.
101. Hine, C. (2015). "Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday". Bloomsbury Publishing.

ANNEXE

Tableau 1: les unités de qualification de chaque vidéo

Unité de Qualification	Type de Donnée	Code	Description
Vidéo 1	Qualitatif	Titre	لن تترك صلاة الفجر بعد هذه الموعظة الشيخ رشيد بن عطاء الله
Vidéo 1	Qualitatif	Auteur	Cheikh Rachid Ben Ataallah
Vidéo 1	Quantitatif	Date de publication	16 juin 2023
Vidéo 1	Quantitatif	Nombre de vues	1 162 673
Contenu (Vidéo 1)	Qualitatif	CV	Sermon sur l'importance de la prière de l'aube (Salat al-Fajr)
Contenu (Vidéo 1)	Qualitatif	Thèmes religieux	Importance de la prière de l'aube, persévérance, conscience religieuse
Contenu (Vidéo 1)	Qualitatif	Valeurs religieuses	Persévérance, importance des enseignements religieux
Commentaires (Vidéo 1)	Quantitatif	Nombre total de commentaires	1266
Commentaires (Vidéo 1)	Qualitatif	Thèmes récurrents	Impact positif, persévérance, défis et motivations pour prier
Commentaires (Vidéo 1)	Qualitatif	Sentiment	Majoritairement positif
Commentaires (Vidéo 1)	Qualitatif	Commentaire 1	"يا أمة محمد أدعو للذين ليس لديهم أولاد أن ربي "يرزقهم الذرية الصالحة إن شاء الله"
Commentaires (Vidéo 1)	Qualitatif	Commentaire 2	"اللهم اجعلني مقيم الصلاة ومن ذريتي"
Commentaires (Vidéo 1)	Qualitatif	Commentaire 3	"محروم من لم يصلي الفجر والله. والله لها حلاوة "خاصة، راحة نفسية"
Fiançailles (Vidéo 1)	Quantitatif	Nombre de likes	34 K
Fiançailles (Vidéo 1)	Quantitatif	Nombre de choses que je n'aime pas	3
Analyse des résultats (Vidéo 1)	Qualitatif	Influence directe	Témoignages de spectateurs ayant commencé à se réveiller pour la prière de l'aube
Analyse des résultats (Vidéo 1)	Qualitatif	Discussions interprétatives	Partage d'expériences personnelles et conseils pour rester assidus
Analyse des résultats (Vidéo 1)	Qualitatif	Promotion active	Importance de la prière de l'aube et encouragement à la persévérance
Analyse des résultats (Vidéo 1)	Qualitatif	Stratégies d'engagement	Témoignages personnels, histoires inspirantes, appels à l'action
Interaction entre spectateurs (Vidéo 1)	Qualitatif	Nature des interactions	Respectueuses et engageantes
Interaction entre spectateurs (Vidéo 1)	Qualitatif	Communauté en ligne	Soutien mutuel et motivation dans les efforts religieux
Vidéo 2	Qualitatif	Titre	أناس يفضحهم الله يوم القيامة
Vidéo 2	Qualitatif	Auteur	Cheikh Rachid Ben Ataallah
Vidéo 2	Quantitatif	Date de publication	27 février 2024

Unité de Qualification	Type de Donnée	Code	Description
Vidéo 2	Quantitatif	Nombre de vues	7194
Contenu (Vidéo 2)	Qualitatif	CV	Discours sur les personnes dévoilées par Dieu le Jour du Jugement Dernier, notamment les traîtres et les voleurs
Contenu (Vidéo 2)	Qualitatif	Thèmes religieux	Importance de s'éloigner de la trahison et du vol
Contenu (Vidéo 2)	Qualitatif	Valeurs religieuses	Loyauté, honnêteté, respect des biens publics
Commentaires (Vidéo 2)	Quantitatif	Nombre total de commentaires	13
Commentaires (Vidéo 2)	Qualitatif	Thèmes récurrents	Impact positif, désir de repentance, discussions sur les croyances islamiques
Commentaires (Vidéo 2)	Qualitatif	Sentiment	Tous les messages étaient positifs
Commentaires (Vidéo 2)	Qualitatif	Commentaire 1	"اللهم صلي وسلم على نبيينا محمد ،أدعولنا معكم"
Commentaires (Vidéo 2)	Qualitatif	Commentaire 2	" اللهم صلي وسلم على شفيعنا و حبيبنا محمد عليه " افضل الصلاة والسلام"
Commentaires (Vidéo 2)	Qualitatif	Commentaire 3	"salam alikoum cheikh je vous écoute de France et je vous remercie pour tout ces rappels que vous nous faites"
Fiançailles (Vidéo 2)	Quantitatif	Nombre de likes	249
Fiançailles (Vidéo 2)	Quantitatif	Nombre de choses que je n'aime pas	0
Analyse des résultats (Vidéo 2)	Qualitatif	Influence directe	Commentaires indiquant une influence directe sur les pratiques religieuses des spectateurs
Analyse des résultats (Vidéo 2)	Qualitatif	Discussions interprétatives	Discussions actives sur les sujets religieux, partage de versets et questionnements
Analyse des résultats (Vidéo 2)	Qualitatif	Promotion active	Importance de s'éloigner des péchés de trahison et de vol, appel à la repentance
Analyse des résultats (Vidéo 2)	Qualitatif	Stratégies d'engagement	Exemples personnels, histoires vécues, versets du Coran
Interaction entre spectateurs (Vidéo 2)	Qualitatif	Nature des interactions	Interactions positives et respectueuses, engagement des spectateurs
Interaction entre spectateurs (Vidéo 2)	Qualitatif	Communauté en ligne	Motivation mutuelle, partage de versets religieux et de douaas, favoriser une communauté religieuse
Vidéo 3	Qualitatif	Titre	سلك روحك اطلب السماح في الدنيا
Vidéo 3	Qualitatif	Auteur	Cheikh Rachid Ben Ataallah
Vidéo 3	Quantitatif	Date de publication	24 avril 2023
Vidéo 3	Quantitatif	Nombre de vues	204 486
Contenu (Vidéo 3)	Qualitatif	CV	Sermon sur l'importance du pardon dans l'Islam et la nécessité de se repentir pour les torts causés

Unité de Qualification	Type de Donnée	Code	Description
Contenu (Vidéo 3)	Qualitatif	Thèmes religieux	Importance du pardon, repentance, respect des autres
Contenu (Vidéo 3)	Qualitatif	Valeurs religieuses	Faire le bien, demander pardon, avoir une conscience religieuse
Commentaires (Vidéo 3)	Quantitatif	Nombre total de commentaires	138
Commentaires (Vidéo 3)	Qualitatif	Thèmes récurrents	Impact positif, témoignages personnels, appels à la prière et à la repentance
Commentaires (Vidéo 3)	Qualitatif	Sentiment	Majoritairement positif
Commentaires (Vidéo 3)	Qualitatif	Commentaire 1	"اللهم يا مقلب القلوب ثبت قلبي على دينك"
Commentaires (Vidéo 3)	Qualitatif	Commentaire 2	"يا شيخ أحبك في الله أقسم بالله كي تكون تهدر " نحسك بابا ربي إجازيك خير الجزاء دعلي أن "يثبتني ربي على طاعته و دينه و يفرج همي"
Commentaires (Vidéo 3)	Qualitatif	Commentaire 3	"كامل يسمعوك يا شيخ ولكن صمن عمي بكم"
Fiançailles (Vidéo 3)	Quantitatif	Nombre de likes	3.3K
Fiançailles (Vidéo 3)	Quantitatif	Nombre de choses que je n'aime pas	0
Analyse des résultats (Vidéo 3)	Qualitatif	Influence directe	Influence sur les pratiques religieuses, encouragement à demander pardon et à se repentir
Analyse des résultats (Vidéo 3)	Qualitatif	Discussions interprétatives	Discussions sur les messages de la vidéo, partage d'expériences et prières
Analyse des résultats (Vidéo 3)	Qualitatif	Promotion active	Promotion du pardon et de la repentance avant la mort
Analyse des résultats (Vidéo 3)	Qualitatif	Stratégies d'engagement	Exemples de la vie quotidienne, témoignages et histoires vraies
Interaction entre spectateurs (Vidéo 3)	Qualitatif	Nature des interactions	Soutien et respect mutuel
Interaction entre spectateurs (Vidéo 3)	Qualitatif	Communauté en ligne	Communauté proche, interactions respectueuses et motivantes
Vidéo 4	Qualitatif	Titre	المطلقة لا تتزوج ... الشيخ رشيد بن عطاء الله
Vidéo 4	Qualitatif	Auteur	Cheikh Rachid Ben Ataallah
Vidéo 4	Quantitatif	Date de publication	4 octobre 2023
Vidéo 4	Quantitatif	Nombre de vues	7898
Contenu (Vidéo 4)	Qualitatif	CV	Discours sur le droit des femmes divorcées et veuves à se remarier
Contenu (Vidéo 4)	Qualitatif	Thèmes religieux	Droits des femmes, critique des préjugés sociaux, soutien aux femmes
Commentaires (Vidéo 4)	Quantitatif	Nombre total de commentaires	22
Commentaires (Vidéo 4)	Qualitatif	Thèmes récurrents	Gratitude, partages d'expériences personnelles, recherche de conseils

Unité de Qualification	Type de Donnée	Code	Description
Commentaires (Vidéo 4)	Qualitatif	Sentiment	Majoritairement positif
Commentaires (Vidéo 4)	Qualitatif	Commentaire 1	"شكراً على جهودك الجبارة التي تقوم بها لإيصال المعلومات الدينية لكي نستفيد منها، أطال الله في عمرك يا شيخنا"
Commentaires (Vidéo 4)	Qualitatif	Commentaire 2	"بارك الله فيك يا شيخ"
Commentaires (Vidéo 4)	Qualitatif	Commentaire 3	"بارك الله فيك يا شيخ وربي يرزقنا الزوج الصالح."
Fiançailles (Vidéo 4)	Quantitatif	Nombre de likes	212
Fiançailles (Vidéo 4)	Quantitatif	Nombre de choses que je n'aime pas	0
Analyse des résultats (Vidéo 4)	Qualitatif	Influence directe	Discussions sur le droit des femmes divorcées et veuves à se remarier
Analyse des résultats (Vidéo 4)	Qualitatif	Discussions interprétatives	Partage d'expériences personnelles, recherche de conseils
Analyse des résultats (Vidéo 4)	Qualitatif	Promotion active	Promotion des droits des femmes, critique des préjugés sociaux
Analyse des résultats (Vidéo 4)	Qualitatif	Stratégies d'engagement	Témoignages, discussions ouvertes sur les sujets sensibles
Interaction entre spectateurs (Vidéo 4)	Qualitatif	Nature des interactions	Soutien et recherche de conseils
Interaction entre spectateurs (Vidéo 4)	Qualitatif	Communauté en ligne	Communauté engagée et solidaire, soutien dans les moments difficiles

Résumé

Cette étude examine comment les médias sociaux redéfinissent la socialisation religieuse dans notre monde moderne. En se concentrant sur des plateformes comme YouTube, elle révèle comment ces espaces numériques permettent aux croyants de se rassembler, d'échanger autour de leur foi et de créer de nouvelles formes de communautés religieuses. Les médias sociaux, en facilitant l'accès à une grande variété de contenus et de discussions spirituelles, deviennent des outils importants pour diffuser et repenser les croyances. L'étude explore également les défis liés à ces nouvelles dynamiques, tels que le risque d'une approche plus superficielle de la religion ou la fragmentation des communautés de foi. Elle montre que, malgré ces défis, les médias sociaux offrent des possibilités inédites pour partager et vivre sa spiritualité de manière plus personnelle et flexible. En conclusion, les médias sociaux ne se contentent pas de modifier la pratique religieuse ; ils transforment en profondeur la manière dont les individus vivent et expriment leur spiritualité, tout en posant des questions sur l'authenticité et la profondeur de l'engagement religieux à l'ère numérique.

Abstract

This study examines how social media is redefining religious socialization in our modern world. By focusing on platforms, like YouTube, it reveals how these digital spaces allow believers to gather, share their faith, and create new forms of religious communities. Social media, by facilitating access to a wide range of spiritual content and discussions, becomes an important tool for spreading and rethinking beliefs. The study also explores the challenges that come with these new dynamics, such as the risk of a more superficial approach to religion or the fragmentation of faith communities. It shows that despite these challenges, social media offers unprecedented opportunities to share and experience spirituality in a more personal and flexible way. In conclusion, social media does not merely change religious practice; it deeply transforms how individuals live and express their spirituality, while also raising questions about the authenticity and depth of religious engagement in the digital age.