



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

La communication à travers les réseaux sociaux numériques pour la mobilisation des diplômés universitaires

Cas étude : groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة »

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 :

Mr. OUAICHOUCHE Hocine
Mr. MEZIANI Athmane

Encadré par :

Mr. BAHLOUL Farouk

Année universitaire

2023-2024

Dédicaces

Je dédie ce mémoire à toute ma famille, dont l'amour et le soutien ont été une source inépuisable de motivation.

À mes parents, dont la croyance en moi a été une source constante de force, même dans les moments de fragilité. Vous avez été les deux étoiles lumineuses dans les nuits les plus sombres de ma vie.

À mon frère Lounes et ma petite sœur Hasna, que je considère comme une flamme vive de joie et une forteresse de soutien inébranlable

À tous mes amis, dont le nombre est incalculable, pour les moments de partage et les conseils avisés qui ont rendu ce voyage plus léger.

À mon directeur de mémoire, Mr, Bahloul pour sa disponibilité, ses conseils judicieux et son expertise sans faille.

À mon binôme Athmane, pour son savoir-faire et son expertise, qui ont transformé ce modeste travail en une tâche aisément accomplie.

Et à tous ceux qui m'ont inspiré et soutenu tout au long de cette aventure académique.

Hocine

Dédicaces

Avec une profonde gratitude et une sincère reconnaissance, je souhaite dédier ce travail

À l'homme que je respecte le plus et qui m'a aidé tout au long des années de mes études, mon père qui ne m'a rien épargné, il m'a aidé moralement et financièrement sans attendre le moindre retour.

À la plus forte des femmes, ma maman, celle qui a sacrifié sa vie pour mon bonheur, quoi que j'écrive et quoi que je dise, je n'arriverai pas à la décrire.

À ma sœur, la plus proche des personnes pour moi, celle qui ne m'a jamais abandonné, je lui souhaite tout le bonheur du monde.

À mon grand frère, mon bras droit, qui était, qui est et qui sera là dans n'importe quelle circonstance si j'ai besoin de lui.

À toute ma famille, proche ou loin, mes cousins, mes oncles et tantes...

À tous mes amis, un par un, sans citer les noms, ils sont nombreux ceux qui m'ont encouragé et souhaité la réussite.

À notre encadrant Mr. Bahloul dont la guidance et les conseils précieux ont été indispensables à la réalisation de ce travail.

Je finis par mon binôme Hocine, lui qui mérite tout une page pour décrire ses sacrifices, sans lui j'aurais perdu la boussole, il a sacrifié tout son temps et son énergie pour la réussite de ce modeste travail.

Athmane

Liste des abréviations

RSN : Réseaux Sociaux Numériques

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

Liste des tableaux

Tableau 1 : Les unités de qualification 88

Tableau 2 : Les unités de numérotation 89

Liste des figures

Figure 1 : Le schéma de déroulement de processus d'engagement. 26

Figure 3 : le modèle positiviste d'Elwood Shannon.....46

Figure 4 : la notion du feedback selon Wiener 47

Figure 5 : Le modèle de communication selon Shannon et Weaver 48

Figure 6 : le modèle de communication de Jakobson : les fonctions linguistiques 50

Figure 7 : Le modèle interactionniste de l'École de Palo Alto 51

Figure 5. 1 : photo de couverture du groupe « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » 65

Figure 5. 2 : Capture d'écran de groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » 66

Figure 5. 3 : capture d'écran de la sixième publication 78

Figure 5. 4 : capture d'écran de la septième publication 80

Figure 5. 5 : capture d'écran de la huitième publication 82

Sommaire

Dédicaces

Liste des abréviations, tableaux et des figures

1. Introduction générale

Chapitre I : Le cadre méthodologique de la recherche

Section 01 : analyse conceptuelle	4
1. Les raisons du choix de thème	4
2. Les objectifs de la recherche.....	5
3. La problématique	6
4. Hypothèses	8
5. Définitions des concepts clés	9
5.1. <i>Engagement</i>	9
5.2. <i>Identité numérique</i>	10
5.3. <i>Communautés en ligne</i>	11
5.4. <i>Influence sociale</i>	11
5.5. <i>Mobilisation</i>	12
Section 02 : Approches théorique et méthodologique	13
1. Les études antérieur	13
2. Méthodes de l'étude.....	15
3. Approches théoriques	16
4. La théorie de l'engagement social	17
5. La théorie de la communication, de la stratégie de communication.....	17
6. Outils de recherche	18
7. Echantillon de l'étude	18
7.1.Le corpus.....	18
7.2.Technique d'échantillonnage	19
8. Etapes de réalisation de l'enquête.....	19
8.1.La pré-enquête.....	19
8.2.La période de l'enquête	20
9. Les obstacles de la recherche.....	21

Chapitre II : la théorie de l'engagement social

Section 01 : Dynamiques et Fondements de la théorie d'engagement	24
1. Émergence et Évolution de la Théorie de l'Engagement Social	24
2. Compréhension des Fondements et Principes Essentiels de l'Engagement Social	27
2.1.La taille de l'acte	27
2.2.L'importance de l'acte	28
2.3.Les raisons de l'acte	29
Section 02 : Engagement, Engagement en Ligne et Diplômés universitaires algériens	32
1. Comprendre l'engagement en ligne	32
2. Exploration des Impacts Positifs de la Participation Active sur les Plateformes Numériques	33
3. Les facteurs influençant l'engagement en ligne	35
3.1.Les interactions sociales	35
3.2.Les caractéristiques techniques des plateformes numériques :	36
4. Engagement et diplômés universitaires algériens	38
4.1.Les différents moments de l'histoire d'engagement des étudiants et diplômés universitaires algériens	39

Chapitre III : la théorie de la communication

Section 01 : Exploration des Fondements Théoriques de la Communication : Modèles Classiques et Perspectives Contemporaines	45
1. Les principes fondamentaux de la théorie de la communication.....	45
1.1.La théorie de l'information de Shannon et Weaver	45
1.2.Modèle de la spirale du silence	48
1.3.La théorie de la linguistique « le modèle de communication de Jakobson »	49
1.4.L'école de Palo Alto.....	51
2. Réexamen des théories classiques dans le contexte contemporaine	52
Section 02 : Exploration postmoderne de la communication	56
1. Qu'est-ce qu'un réseau social	56
2. Les Transformations des Modèles de Communication à l'Ère des RSN	57
3. L'évolution de la communication	57
4. La révolution des Modes de Diffusion de l'Information.....	58
5. L'espace public en ligne	59
6. Les caractéristiques de l'espace public en ligne.....	60

7. La dualité de l'autonomisation sociale sur les réseaux sociaux en ligne	61
--	----

Le cadre pratique

Chapitre IV : présentation des données de la recherche

1. Présentation du groupe Facebook	63
2. Organigramme de groupe Facebook	67
3. Les missions et objectifs de groupe Facebook	67

Chapitre V : Analyse des résultats

1. Présentation des hypothèses	70
2. Analyse des publications	70
2.1. La première publication	71
2.2. La deuxième publication	72
2.3. La troisième publication	74
2.4. La quatrième publication	75
2.5. La cinquième publication	77
2.6. La sixième publication	78
2.7. La septième publication	80
2.8. La huitième publication	82
2.9. La neuvième publication	84
2.10. La dixième publication	86
3. Codage des données mixtes	88
4. Analyse et présentation des publications Facebook	90
5. Discussion des résultats	101
5.1. Vérification des hypothèses	102

Conclusion

Bibliographique

Annexes

Annexe n°01 : coupure de presse du monde sur la grève des étudiants musulmans de la métropole

Annexe n°02 : Les autres publications

Annexe n°03 : Les grilles d'analyse des publications

Introduction

Introduction

À l'ère contemporaine, le développement et l'évolution de la communication et de l'information ont marqué un tournant majeur dans la manière dont les individus interagissent, échangent des informations et accèdent à la connaissance. La transition vers la société de l'information et de la communication a révélé un écosystème où les technologies modernes sont incontournables. Grâce à leurs caractéristiques spécifiques, ces technologies facilitent la diffusion rapide et étendue de l'information. L'accès à l'actualité en quelques clics illustre cette transformation, mettant en lumière la fusion entre supports traditionnels et nouvelles technologies de communication.

Le passage au web 2.0 ou web participatif a transformé Internet en un espace interactif et accessible, permettant aux utilisateurs de collaborer et de participer démocratiquement et en temps réel à diverses activités en ligne. Cette avancée a favorisé l'émergence de communautés virtuelles dynamiques où les individus ne se contentent pas d'accéder uniquement à l'information mais participent de manière significative en partageant des contenus, des idées et en communiquant de façon bidirectionnelle avec leurs pairs au sein de ces plateformes.

La révolution d'Internet a également induit de nouvelles pratiques et modes de mobilisation. Grâce aux caractéristiques propres des plateformes des médias sociaux, les individus peuvent aujourd'hui s'engager activement dans diverses causes essentiellement en ligne. Cette mobilisation se distingue par une diffusion rapide de l'information, une visibilité et une participation collective dans la prise de décision.

Les diplômés universitaires ont toujours été perçus comme une élite engagée et redoutée par les autorités, en raison de leur statut intellectuel et de leur capacité à influencer les décisions et à initier des changements significatifs. Leur engagement durant la période de la colonisation française en Algérie illustre bien cette influence, notamment comme la grève générale illimitée lancée par l'UGEMA à Alger qui a marqué un tournant dans l'engagement des étudiants dans la lutte de libération. (Ammad, 2019)

L'arrivée des réseaux sociaux numériques a révolutionné la manière dont les diplômés universitaires s'engagent et se mobilisent lors des moments de l'action collective. Ces plateformes du web 2.0 leur permettent de diffuser rapidement des informations, de mobiliser des soutiens et d'amplifier les voix des activistes, impactant et améliorant leurs pratiques de mobilisation

Introduction

traditionnelle, comme nous le constatons à travers le cas du groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستير و الدكتوراة »

À cet égard, l'objectif de ce mémoire est de comprendre le rôle des réseaux sociaux numériques dans la mobilisation des diplômés universitaires à travers le groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستير و الدكتوراة » (Syndicat national des titulaires de master et doctorat). Pour ce faire, nous avons élaboré une question principale suivie de deux questions secondaires et de trois hypothèses. Tout au long de ce mémoire, nous tenterons de valider ou d'infirmer ces hypothèses à travers des éléments recueillis lors de notre analyse de contenu effectuée sur certaines publications du groupe Facebook, qui constituent notre cas d'étude.

Dans notre analyse, nous visons à clarifier « la communication à travers les réseaux sociaux numériques pour la mobilisation des diplômés universitaires ». Notre recherche est divisée en trois parties.

La première partie est un cadre méthodologique de la recherche qui contient :

Le premier chapitre qui aborde l'analyse conceptuelle qui a son tour se décompose comme suit : préambule, raisons du choix du thème, problématique, hypothèses et définition des concepts. **Le deuxième chapitre** traite de la démarche méthodologique, qui inclue : les approches théoriques et méthodologiques, outils de recherche, échantillon de l'étude et étapes de réalisation de l'enquête.

La deuxième partie présente le cadre théorique de notre recherche, qui est repartis en deux chapitres **Le premier chapitre** sur la théorie de l'engagement social décomposé en deux sections, **la première section** sur les dynamiques et fondements de la théorie de l'engagement et **la deuxième section** sur l'engagement, l'engagement en ligne et les diplômés universitaires algériens. **Le deuxième chapitre** sur la théorie de la communication qui est à son tour décomposé en deux sections, **la première section** sur les principes fondement de la théorie de la communication et **la seconde section** sur l'exploration postmoderne de la communication.

La troisième partie est une partie pratique qui contient une présentation du groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستير و الدكتوراة », une Analyse et une présentation des publications sélectionnées sur le groupe Facebook et une discussion des résultats. Enfin une vérification des hypothèses et une conclusion.

Chapitre I
Cadre méthodologique

Dans ce chapitre, nous explorerons la méthodologie de recherche, qui comprend un ensemble crucial d'outils pour la collecte d'informations pertinentes. Tout d'abord, nous discuterons des raisons qui ont motivé le choix de notre thème, puisant notre inspiration dans diverses sources. Ensuite, nous aborderons la problématique, décrivant le défi que nous cherchons à résoudre dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle, et proposant des hypothèses pour y répondre.

Par la suite, nous examinerons la population d'étude (le corpus), constituée de l'ensemble des publications de la page Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراة » (syndicat national des titulaires de master et doctorat) ayant une matière à analyser. Pour collecter et analyser les données, nous détaillerons les méthodes utilisées, clôturant ainsi ce chapitre par une vue d'ensemble des approches adoptées pour mener à bien notre recherche.

Section 01 : analyse conceptuelle

1. Les raisons du choix de thème

Le choix de notre sujet de recherche a été motivé par un ensemble de raisons subjectives et objectives qu'on peut résumer comme suit :

- Les plateformes numériques de médias sociaux sont devenues des outils indispensables dans notre société contemporaine, et leur impact sur la mobilisation est de plus en plus évident. Ainsi, étudier leur influence sur les diplômés universitaires est pertinent et d'actualité.
- En tant que futurs diplômés et utilisateurs quotidiens des plateformes des RSN ce sujet nous paraît intéressant à étudier
- Ce thème présente une occasion de développer notre compréhension des mécanismes d'engagement et de mobilisation à l'ère numérique, ce qui pourrait apporter une contribution à la recherche académique dans les domaines de la communication.
- Les informations issues des médias sociaux sont fréquemment disponibles pour la recherche, ce qui peut simplifier la collecte et l'analyse des données indispensables à notre mémoire.

2. Les objectifs de la recherche

Cette recherche a pour but d'évaluer le niveau d'engagement des diplômés dans les réseaux sociaux, d'analyser les motivations qui les poussent à s'engager, d'examiner les stratégies de communication qu'ils utilisent, et d'identifier les contenus les plus efficaces pour encourager cet engagement, en se basant sur les principes de la communication stratégique.

On peut ainsi résumer les principaux objectifs assignés à la présente recherche de la manière suivante :

– *Évaluer le niveau d'engagement des diplômés sur différents réseaux sociaux et analyser les facteurs qui influent sur cet engagement* : ce qui implique de mesurer la fréquence et l'intensité de l'interaction des diplômés sur les réseaux sociaux, ainsi que d'identifier les éléments qui peuvent motiver ou entraver leur participation active ;

– *Examiner les motivations des diplômés à s'engager sur les réseaux sociaux et comment ces motivations sont liées aux concepts de l'engagement social* : Notre recherche vise aussi à comprendre les raisons profondes qui incitent les diplômés à investir du temps et de l'énergie dans les interactions en ligne. On explore comment ces motivations sont enracinées dans les besoins sociaux, tels que le désir de connexion, d'appartenance ou de reconnaissance, et comment elles peuvent être influencées par des facteurs externes tels que les normes sociales ou les incitations professionnelles ;

– *Analyser les stratégies de communication mises en œuvre par les diplômés sur les réseaux sociaux pour favoriser leur engagement et leur influence* : notre étude vise aussi à examiner les tactiques et les approches que les diplômés utilisent pour communiquer avec leur audience sur les réseaux sociaux. On analyse comment ils créent et partagent du contenu, interagissent avec d'autres utilisateurs, et utilisent des fonctionnalités spécifiques des plateformes pour accroître leur visibilité et leur impact.

– *Identifier les types de contenu les plus efficaces pour encourager l'engagement des diplômés sur les réseaux sociaux, en se basant sur les principes de la communication stratégique* : notre recherche vise à déterminer quels types de messages et de médias suscitent le plus d'attention et de réactions positives de la part des diplômés sur les réseaux sociaux. On examine comment les aspects visuels, narratifs et émotionnels du contenu peuvent influencer

l'engagement, et comment les stratégies de ciblage et de segmentation peuvent être utilisées pour optimiser l'efficacité de la communication.

3. La problématique

La montée en puissance des réseaux sociaux numériques a profondément remodelé les modes de communication et d'engagement, influençant des domaines aussi variés que le professionnel, le social et le politique. En permettant une interaction horizontale et élargie, ces plateformes offrent aux utilisateurs un espace où partager leurs expériences, opinions et idées de manière interactive, transcendant les barrières géographiques et temporelles (Sedda, 2021, p. 60). Cette évolution s'inscrit dans le cadre des théories de l'engagement social, qui soulignent l'importance des interactions sociales dans la mobilisation collective (Granjon, 2001).

L'attrait des réseaux sociaux découle en partie de leur caractère ludique, favorisant la compétition, l'expression de soi à travers des avatars et des profils, et offrant un accès immédiat à une multitude d'informations et de contacts (Lacombe, 2013). Ces caractéristiques, analysées à travers la lentille de la théorie de l'engagement social, influent sur les mécanismes d'engagement des diplômés universitaires, stimulant leur participation active sur ces plateformes numériques (Lacombe, 2013, p. 83).

Les réseaux sociaux numériques (RSN) ont contribué à l'émergence de nouvelles formes de mobilisation pour des causes particulières, et ces nouvelles méthodes revêtent des caractéristiques spécifiques qui leur sont propres. Cette recherche vise à comprendre les facteurs clés sous-tendant cette dynamique et à analyser comment la communication à travers les réseaux sociaux numériques impacte les comportements des diplômés universitaires (Fayon, 2010). En outre, elle examine les nouvelles formes de mobilisation qui émergent à travers ces plateformes et leur contribution potentielle à la société (Augustinova & Oberlé, 2013).

En fournissant des espaces d'échanges et de partage tels que les groupes de discussion, les réseaux sociaux permettent aux diplômés universitaires de participer à des communautés professionnelles et hétérogènes, ce qui leur permet de construire des liens et de maintenir des relations avec différentes personnes. Selon (Fayon, 2010, p. 52). Ces plateformes offrent ainsi une opportunité aux diplômés universitaires de progresser dans leurs carrières professionnelles.

D'autre part, les RSN représentent un outil puissant de contestation et un moyen d'émancipation sociale. À travers une mobilisation informationnelle via les plateformes numériques, les diplômés universitaires peuvent se mobiliser et s'organiser rationnellement autour de causes sociales et politiques communes (Sedda, 2021).

Avec l'évolution constante du numérique, il est essentiel de saisir l'influence des réseaux sociaux numériques sur l'implication et la mobilisation des diplômés universitaires, ainsi que sur les éléments essentiels qui expliquent cette dynamique complexe. Cela pourrait mettre en évidence les différentes méthodes de mobilisation et de participation sociale et politique dans un monde de plus en plus interdépendant.

Ainsi, la question principale de cette étude est la suivante :

- *Quel est le rôle des réseaux sociaux numériques dans la facilitation de l'engagement et de la mobilisation des diplômés universitaires ?*

Explication. Cette question centrale vise à comprendre comment les réseaux sociaux numériques servent de catalyseurs pour l'engagement et la mobilisation des diplômés universitaires. On explore, **suivant la théorie de l'engagement**, comment ces plateformes offrent des espaces où les diplômés peuvent interagir, partager des idées et des expériences, et se connecter avec d'autres individus partageant des intérêts communs. En examinant le rôle des réseaux sociaux dans la facilitation de l'engagement, on peut mieux comprendre comment ces outils influent sur la participation active des diplômés dans diverses causes et activités (sociales, politiques ou professionnelles).

A cette question principale s'adjoignent deux questions secondaires exprimées en ces termes :

- *Quels sont les facteurs clés qui sous-tendent la dynamique d'engagement et de mobilisation des diplômés universitaires sur les RSN ?*

Explication. Cette question explore les éléments qui influencent l'engagement et la mobilisation des diplômés universitaires sur les réseaux sociaux numériques. Suivant notre cadre théorique, on veut examiner les facteurs individuels, sociaux et contextuels qui peuvent jouer un rôle dans la participation active des diplômés sur les réseaux sociaux. Cela inclut des aspects tels que la motivation individuelle, les caractéristiques des réseaux sociaux eux-mêmes, les normes sociales, les opportunités de participation et les incitations externes.

- *Dans quelle mesure les interactions et les communications via les réseaux sociaux numériques modifient-elles les comportements des diplômés universitaires ?*

Explication. Notre deuxième question secondaire examine l'impact des interactions et des communications sur les réseaux sociaux numériques sur les comportements des diplômés universitaires. On analyse comment ces plateformes influencent les attitudes, les opinions et les actions des diplômés, ainsi que leur manière de communiquer et d'interagir avec leur environnement en ligne et hors ligne. En comprenant comment les réseaux sociaux numériques modifient les comportements des diplômés, on peut mieux appréhender l'ampleur de leur influence et leurs implications pour la société et la sphère professionnelle.

4. Hypothèses

Une hypothèse de recherche est une proposition testable et spécifique concernant la relation entre deux ou plusieurs, elle guide la recherche et permet de formuler des prédictions sur les résultats attendus de l'étude, c'est une proposition théorique qui établit une relation causale ou corrélacionnelle entre des variables, une hypothèse est *une déclaration claire et précise sur la relation entre deux ou plusieurs concepts ou variables* (Bryman, 2012). Elle doit être formulée de manière à pouvoir être testée empiriquement à l'aide de méthodes de recherche appropriées.

Afin de répondre à la question principale et aux deux secondaires, les hypothèses suivantes sont avancées :

- *Les réseaux sociaux numériques proposent des plateformes interactives et accessibles, ainsi qu'une diffusion rapide de l'information qui facilite la mobilisation et incite les diplômés universitaires à s'engager pour contester et défendre leurs causes.*

Discussion. Notre hypothèse principale suppose qu'une augmentation de la personnalisation des contenus sur les réseaux sociaux entraînera une hausse de l'engagement des utilisateurs, elle suppose aussi qu'une personnalisation accrue des contenus, adaptée aux intérêts et préférences individuels des utilisateurs, stimulera leur engagement sur les plateformes sociales (en particulier sur Facebook). Il existe une corrélation positive entre la fréquence d'utilisation des fonctionnalités de partage et de réaction et le niveau d'engagement des utilisateurs sur les réseaux sociaux. Notre hypothèse principale suggère donc qu'une utilisation plus fréquente des fonctionnalités interactives des réseaux sociaux est associée à un plus grand engagement des utilisateurs.

- **Première hypothèse secondaire** : la qualité des interactions sociales en ligne, la visibilité et la pertinence des contenus partagés sont les éléments qui incitent les diplômés universitaires à s'engager sur les réseaux sociaux numériques.
- **Deuxième hypothèse secondaire** : la communication via les réseaux sociaux numériques est tributaire de l'influence de la qualité du contenu diffusé sur la plateforme par les diplômés universitaires.

Discussion. Nos deux hypothèses secondaires supposent que le lien entre la présence d'une communauté virtuelle forte et l'engagement des utilisateurs sur les réseaux sociaux est médiatisé par le sentiment de proximité sociale perçu par ces derniers, le sentiment de proximité sociale ressenti par les utilisateurs des médias et la relation entre la présence d'une communauté virtuelle forte et leur niveau d'engagement. La seconde hypothèse suggère pour sa part que l'effet de la qualité du contenu sur l'engagement des utilisateurs sur les réseaux sociaux est modéré par leur niveau d'expertise dans le domaine concerné (la lutte pour les droits des diplômés de l'université), ainsi l'impact de la qualité du contenu sur l'engagement des utilisateurs varie en fonction de leur niveau de connaissance et d'expertise dans le domaine abordé.

5. Définitions des concepts clés

Nos hypothèses émises ci-avant nous ont conduites, 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 l'engagement, les seconds sont issus de la théorie de la communication stratégique.

5.1.Engagement

L'engagement social se réfère à l'interaction active des utilisateurs avec le contenu, les autres utilisateurs et les fonctionnalités des réseaux sociaux.

Nous avons recours à la définition de l'engagement par le modèle de Meyer et Allen (1997) repris dans Berger-Douce (2007) et qui repose sur l'existence des trois dimensions de l'engagement :

- *La dimension affective* renvoie à l'attachement émotif, à l'identification et à l'implication d'un salarié envers l'organisation ;
- *La dimension normative* fait référence au sentiment moral d'obligation et de responsabilité du salarié de rester dans l'organisation ;

- *La dimension calculatrice* (ou de continuité) est la prédisposition d'un individu à se sentir lié à une organisation selon un ratio coûts/bénéfices. Les bénéfices sont constitués par la rémunération, le statut, etc. ... et les coûts par les sacrifices de temps, par exemple.

Définition opérationnelle

On peut définir l'engagement comme l'attachement émotif, l'identification et l'implication émotionnelle d'un diplômé envers la plateforme de réseau social, en l'occurrence le groupe Facebook, cela se manifeste par des expressions de plaisir, d'intérêt ou d'affection envers le contenu, les autres utilisateurs, un sentiment moral d'obligation et de responsabilité, ainsi qu'une évaluation des coûts et des bénéfices associés à leur participation.

5.2. Identité numérique

Nous reprenons la définition de l'identité numérique telle que formulée par Fanny Georges (2009) et qui repose sur un ensemble de trois identités :

- L'« identité déclarative » (ou *Représentation de soi*) se compose de données saisies directement par l'utilisateur, notamment au cours de la procédure d'inscription au service (exemple : nom, centres d'intérêt, amis) ;
- L'« identité agissante » est constituée des messages répertoriés par le Système, concernant les activités de l'utilisateur (exemple : « x et y sont désormais amis ») ;
- L'« identité calculée » se compose de chiffres, produits du calcul du Système, qui sont dispersés sur le profil de l'utilisateur (comme : le nombre d'amis, le nombre de groupes).

Définition opérationnelle

Il s'agit des informations saisies directement par l'utilisateur lors de son inscription ou de la création de son profil sur une plateforme en ligne, par les actions et les interactions de l'utilisateur sur la plateforme en ligne, telles que les messages postés, les commentaires laissés, les contenus partagés, les interactions avec d'autres utilisateurs et des données chiffrées générées par le système de la plateforme en ligne en fonction des activités et des interactions de l'utilisateur.

5.3. Communautés en ligne

Dans un cadre plus large, Michel Gensollen définit la communauté en ligne comme groupe d'individus reliés par des liens sociaux et des interactions qui se déroulent principalement ou exclusivement sur des plateformes numériques telles que les réseaux sociaux, les forums de discussion, les blogs, les applications de messagerie, etc. Cette communauté partage généralement des intérêts communs, des valeurs partagées, des objectifs mutuels ou des expériences similaires, et elle interagit régulièrement pour échanger des informations, des conseils, des opinions, des ressources ou tout simplement pour socialiser. Les membres d'une communauté en ligne peuvent participer à diverses activités, telles que la discussion de sujets spécifiques, la résolution de problèmes, la collaboration sur des projets, le partage de contenus multimédias, ou la création de nouvelles connaissances. La nature des interactions au sein d'une communauté en ligne peut varier en fonction de ses objectifs, de sa taille, de sa structure et de sa culture spécifique. (Gensollen, 2006)

Définition opérationnelle

Une communauté en ligne est un groupe d'individus qui sont reliés par des liens sociaux et des interactions qui se produisent principalement ou exclusivement sur des plateformes numériques telles que la page Facebook des diplômés universitaires. Ils interagissent régulièrement pour échanger des informations, des conseils, des opinions, des ressources et participent à diverses activités au sein de la communauté en ligne, telles que la discussion de sujets spécifiques, la résolution de problèmes, la collaboration sur des projets.

5.4. Influence sociale

Mugny, Alain et Tafani (2001) définissent l'influence sociale comme des mécanismes d'imitation ou d'apprentissage social, mais en termes de constructivisme. L'influence sociale se base sur les informations provenant de sources légitimes, expertes par exemple, n'apparaissent comme n'étant réellement appropriées que lorsqu'elles donnent lieu à une reconstruction par les sources d'influence.

Définition opérationnelle

Nous définissons l'influence comme l'ensemble des actions et les interactions des autres utilisateurs qui peuvent influencer le comportement et l'engagement des diplômés sur le réseau social Facebook. Cela peut inclure des phénomènes tels que la pression, la conformité et la nature du contenu.

5.5.Mobilisation

La mobilisation est définie comme l'augmentation des ressources dont dispose un acteur politique pour formuler des revendications collectives. (Tarrow, 2015, p. 120)

Définition opérationnelle

Les plateformes en ligne des RSN offrent aux diplômés universitaires la possibilité d'accroître leurs ressources afin de contester et de soutenir des revendications collectives. Les diplômés peuvent utiliser ces plateformes pour participer à des actions collectives.

Cette première section nous a permis de poser les fondations essentielles pour notre recherche sur l'engagement des diplômés universitaires sur les réseaux sociaux numériques. Elle établit le cadre théorique, méthodologique et conceptuel nécessaire à une exploration approfondie et significative de ce domaine émergent et important dans le contexte contemporain de la communication et de la société numérique.

Notre problématique de recherche vise à comprendre le rôle des réseaux sociaux numériques dans la facilitation de l'engagement et de la mobilisation des diplômés universitaires. Cette question centrale est accompagnée de deux questions secondaires visant à explorer les facteurs clés sous-tendant cette dynamique et à analyser l'impact des interactions en ligne sur les comportements des diplômés. Nous avons émis des hypothèses de recherche qui orienteront notre enquête empirique. Ces hypothèses, basées sur des fondements théoriques solides, nous permettront de formuler des prédictions sur les résultats attendus de notre étude et de guider notre analyse des données.

Afin de poursuivre notre travail, nous allons traduire ces préoccupations en les inscrivant dans le contenu de la deuxième section qui est centrée sur les approches théorique et méthodologique.

Section 02 : Approches théorique et méthodologique

Cette section explore la démarche méthodologique de notre recherche, un élément clé de notre étude. Elle offre une analyse approfondie basée sur une revue de la littérature, des approches théoriques et des méthodologies adaptées.

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 choisis quatre études clés constituent un cadre essentiel pour appréhender comment les réseaux sociaux numériques favorisent l'engagement et la mobilisation des diplômés universitaires.

- Première étude

Dans l'ouvrage intitulé « *Les réseaux sociaux comme nouvel espace de mobilisation dans des contextes post-autoritaires, le cas de l'affaire d'EVA au Cameroun* », Simon Ngonon examine comment le réseau social Facebook est utilisé comme un lieu public pour mobiliser les individus dans des situations post-autoritaires, et comment cette plateforme sert à construire des discours alternatifs et des actions collectives en réponse aux événements tragiques, tels que l'affaire Éva.

Dans cette étude, deux types de données ont été utilisés : des questionnaires envoyés à des personnes concernées et des données collectées sur Facebook.

Les commentaires et les publications des utilisateurs ont été examinés pour comprendre comment de nouvelles formes de communication et d'activisme social se sont développées sur cette plateforme. Selon le chercheur La collecte des informations a été difficile, car elle nécessitait une sélection spécifique des groupes Facebook et l'utilisation d'un programme automatisé pour collecter les données.

Un questionnaire a été distribué à un échantillon de 50 personnes à Douala pour comprendre ce qui les motivait à s'engager sur Facebook.

Les résultats mettent en évidence comment les pratiques numériques ont évolué au Cameroun, en particulier avec l'émergence de nouvelles formes de mobilisation sociale sur les réseaux sociaux numériques, en particulier Facebook et le contexte de l'affaire Éva. Elle souligne aussi le rôle de

ces plateformes en tant qu'espaces de contestation face à des injustices sociales, malgré les contraintes socio-politiques.

- Deuxième étude

Dans l'ouvrage « *Les déterminants de la mobilisation des Gilets jaunes* », édité par Pierre C. Boyer, Thomas Delemotte, Germain Gauthier, Vincent Rollet et Benoît Schmutz, dont l'objectif est d'analyser les lieux d'origine des personnes engagées dans le mouvement des "Gilets jaunes" au début de leur mobilisation.

La méthodologie consiste à rassembler des informations géographiques sur les barrages routiers et les membres des groupes Facebook liés à chaque niveau territorial. Ces données sont ensuite examinées pour repérer les tendances et les liens entre la mobilisation en ligne et les manifestations physiques de protestation.

Les résultats de l'étude montrent que la mobilisation en ligne sur Facebook est liée aux manifestations physiques sur le terrain, démontrant ainsi l'interaction entre les mouvements numériques et les actions traditionnelles dans l'espace public. Contrairement à d'autres mouvements récents, la portée nationale des Gilets jaunes a été obtenue dès le début de la mobilisation grâce à la dispersion géographique des actions.

- Troisième étude

Dans l'article intitulé « *Les événements de Ghardaïa et l'usage des réseaux sociaux numériques en Algérie : de la mobilisation sociale à l'intelligence collective* », Rima Rouibi examine la crise qui a eu lieu à Ghardaïa, en Algérie, entre les Malékites et les Ibadites, deux communautés en conflit sur des questions ethniques et religieuses. Les problèmes ont été amplifiés par des émeutes récurrentes qui ont débuté en 1985, mais ont atteint leur point culminant entre 2014 et 2015.

L'étude vise à comprendre comment les réseaux sociaux ont été utilisés par les acteurs pour influencer les opinions publiques et les décisions politiques, ainsi que pour déterminer leur impact sur la situation à Ghardaïa.

La méthode utilisée par l'auteure dans cette étude consiste à mélanger une étude approfondie des conversations sur YouTube et une observation des interactions en ligne sur les réseaux sociaux afin de saisir les mécanismes de mobilisation sociale en relation avec la crise de Ghardaïa.

Les résultats de l'étude soulignent l'utilisation des réseaux sociaux en tant que lieu public démocratique en Algérie, ainsi que leur impact sur la mobilisation des mouvements sociaux et la collaboration intellectuelle.

- **Quatrième étude**

Dans son ouvrage « *Tic et mobilisation : le cas du Congo* », Théodora Miéré examine l'impact des réseaux sociaux sur la mobilisation sociale, en se basant sur l'exemple de l'incident de Brazzaville, Congo en 2012. L'objectif est d'analyser comment les réseaux sociaux sont devenus des espaces d'expression et de mobilisation, en particulier lors des crises et des catastrophes. La recherche explore les mécanismes de ces mobilisations numériques et les facteurs qui les influencent.

L'auteur adopte une approche mixte combinant des éléments à la fois qualitatifs et quantitatifs. La méthode comprend une analyse des discours et des pratiques en ligne, une observation des dynamiques de contestation et de mobilisation sur les réseaux sociaux ainsi que les interactions en ligne. Les données sont collectées à travers des entretiens, puis analysées de manière rigoureuse.

La recherche révèle l'émergence des technologies de l'information et de la communication au Congo-Brazzaville, qui offrent de nouvelles opportunités pour accéder à l'information et participer à la vie citoyenne via les réseaux sociaux, et que les Congolais utilisent activement ces outils pour communiquer, échanger et débattre de questions politiques et sociales.

Toutefois, bien que cette mobilisation numérique témoigne de la capacité d'adaptation et de créativité des individus face à l'adversité, elle ne garantit pas toujours des actions concrètes et durables. Les observations soulignent l'importance de prendre en compte les contextes locaux et les évolutions sociétales dans l'étude des utilisations des TIC, et mettent en évidence la nécessité d'une approche nuancée des sciences de l'information et de la communication.

En guise d'observation l'auteur souligne que les usages des dispositifs numériques sont façonnés par l'évolution des sociétés qui les adoptent.

2. Méthodes de l'étude

La sélection de la méthode est en fonction de la nature du sujet, l'objet d'étude et l'objectif visé, concernant ce sujet qui porte sur « la communication à travers les réseaux sociaux numérique pour

la mobilisation des diplômés universitaire » au niveau du groupe « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » (syndicat national des titulaires de master et doctorat), la méthode mixte est adopter car c'est la plus adéquate à ce thème de recherche. « Les méthodes mixtes impliquent l'utilisation conjointe d'approches qualitatives et quantitatives dans le cadre d'une seule étude ou d'études connexes. Les approches qualitatives se concentrent généralement sur des données textuelles, mais elles rassemblent, conceptualisent et interprètent des données de plusieurs façons ». (Felicity L. Bishop, 2020, p. 43)

En combinant des aspects qualitatifs et quantitatifs. Cela nous aidera à avoir une vision approfondie des échanges et des contenus partagés sur le groupe Facebook, tout en évaluant l'engagement et les tendances constatées au sein de ce dernier.

- **Éléments qualitatifs**

Pour l'élément qualitatif de cette étude, une analyse du contenu sera effectuée sur les publications du groupe Facebook. Grâce à cette approche, il sera possible d'approfondir la compréhension sur les sujets, les points de vue, les expériences et les perceptions des membres du groupe. En nous focalisons sur les publications poster nous repérerons les thèmes de conversation en tendance, les formes d'interactions entre les membres et les dynamiques de mobilisation sociale qui se manifestent à travers les échanges en ligne.

- **Éléments quantitatifs**

Concernant les éléments quantitative, nous allons évaluer les indicateurs d'engagement qui englobe le nombre de « j'aime », de « commentaires » de « partages » et d'autres formes d'interaction sur les contenus partager. Les données quantitatives seront collecter et traiter afin de mesurer le taux d'engagement des membres du groupe et pour repérer les contenus les plus appréciés et les tendances qui se développent au fil du temps.

3. Approches théoriques

Cette étude s'appuie sur deux principaux cadres théoriques « *la théorie de l'engagement social* » et « *la théorie de la communication* ». Ces cadres offrent une fondation conceptuelle solide pour analyser les interactions sociales et les dynamiques observées au sein du groupe Facebook.

4. La théorie de l'engagement social

Kiesler (1971), met en avant l'idée que les actes individuels peuvent avoir des conséquences importantes sur les convictions, les attitudes et les comportements des individus, ainsi que sur la dynamique collective d'un groupe ou d'une culture. Il souligne que « L'engagement est le lien qui unit l'individu à ses actes comportementaux » (Kiesler, 1971). Pour Joule et Beauvois cette interprétation est légèrement insatisfaisante, selon eux « l'engagement correspond aux conditions de réalisation d'un acte qui, dans une situation donnée, permet à un attributeur d'opposer cet acte à l'individu qui l'a réalisé » (Beauvois, 1998), ils décrivent l'engagement comme la situation où la responsabilité de la réalisation d'un acte ne peut être attribuée qu'à celui qui l'a effectué.

La théorie de l'engagement élaborée par ces auteurs nous offre un cadre conceptuel pour interroger les mécanismes d'engagement qui peuvent influencer les diplômés universitaires à s'impliquer et à se mobiliser sur les RSN. Cela souligne des éléments tels que l'interaction sociale au sein des RSN et les caractéristiques techniques des plateformes numériques.

Nous examinons, à partir de ce cadre théorique, comment les membres du groupe Facebook des diplômés universitaires s'impliquent dans des échanges, partagent des informations et participent à des activités collectives sur la plateforme. Nous examinons aussi les raisons de leur implication et les éléments qui renforcent ou entravent leur engagement en ligne.

5. La théorie de la communication, de la stratégie de communication

La théorie de la communication étudie les domaines cognitifs, émotionnels et comportementaux de la communication entre les individus, ainsi que les éléments qui influencent l'efficacité et l'impact des échanges de communication.

Les concepts clés de cette théorie telle que le « feedback » nous permettent d'examiner la dynamique de communication entre les membres du groupe Facebook (les échanges d'informations) et les méthodes utilisées pour coder et décoder les messages, ainsi que les éléments qui peuvent avoir un impact sur la transmission et la réception des informations.

Nous adoptons les concepts des modèles de communication classique aux particularités des réseaux sociaux numériques pour comprendre leurs impacts sur la communication contemporaines. En utilisant des méthodes de communication moderne Nous examinons la manière dont les diplômés universitaires se mobilisent à travers les RSN. Notre analyse porte

spécifiquement sur les méthodes de communication employées afin de sensibiliser, mobiliser et influencer les membres du groupe Facebook en faveur de causes communes et d'objectifs partagés. A l'aide de ces approches nous repérons les éléments clés pour mobiliser les diplômés et formulons des suggestions afin de renforcer leur engagement et leur influence dans la société.

6. Outils de recherche

L'outil de l'étude est l'ensemble des méthodes et technique d'investigation utilisés de manière systématique, sur lesquels le chercheur se base pour obtenir des résultats scientifiques. Chaque projet de recherche possède donc une ou plusieurs méthodes à utiliser pour réaliser l'étude, dans le but de vérifier les hypothèses, et elles permettent au chercheur d'obtenir les données nécessaires pour répondre à la problématique initiale. Selon Madeleine GRAWITZ, la technique est « l'ensemble de procédés et instruments d'investigations utilisés méthodologiquement dans le but de recueillir des données dans la réalité ». (GRAWITZ, 2001, p. 66)

L'analyse de contenu des publications du groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » est l'outil principal de cette étude. L'analyse de contenu est définie par (GRAWITZ, 2001) comme des « Technique indirecte permettant d'examiner des documents au contenu non chiffré, provenant d'individus ou de groupes, pour faire un prélèvement quantitatif ou qualitatif ». Grâce à cette technique, il sera possible d'approfondir les sujets, les interactions et les différents types de contenus partagés par les membres du groupe.

7. Echantillon de l'étude

7.1. Le corpus

Selon (ANGERS, 2009, p. 98) « Afin de garantir la validité et la réalisation de la recherche, il est essentiel de déterminer de manière précise la population étudiée afin de déterminer si tel ou tel élément en fait partie ou non. Il est donc nécessaire de définir les critères utilisés pour identifier cette population ». Concernant cette étude la population d'étude est bien l'ensemble des publications du groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » (Syndicat National des Titulaires de Master et Doctorat).

Le choix du corpus de cette étude a été en raison de sa représentativité, de son activité et de son alignement avec les objectifs de recherche.

7.2. Technique d'échantillonnage

L'échantillonnage représente un sous-ensemble de la population mère et constitue une étape cruciale de la recherche. Selon (ANGERS, 2009, p. 100) : « L'échantillonnage consiste en un ensemble d'opérations qui permettent de constituer un échantillon représentatif de la population à l'étude ».

Dans le cadre de notre recherche l'échantillonnage non probabiliste de convenance est utilisé afin de sélectionner un échantillon sur les publications les plus significatifs du groupe Facebook dans le cadre de notre enquête.

Nous déterminerons la taille de l'échantillon en se basant sur la diversité des contenus et des interactions observées au sein du groupe Facebook. Notre objectif est d'inclure un échantillon assez vaste afin de prendre en compte une variété d'opinions et de comportements parmi les membres engagés. Grâce à cela, nous pourrions obtenir une vision globale des interactions et d'engagement sur le groupe Facebook.

8. Etapes de réalisation de l'enquête

Une enquête implique une immersion sur le terrain, nécessitant souvent une période prolongée pour les enquêteurs (Roselli, 2011) C'est une phase préliminaire et une étape essentielle avant de procéder officiellement à l'enquête. Elle vise à collecter des informations de base afin de déterminer s'il est nécessaire de procéder à une enquête formelle.

8.1. La pré-enquête

La phase préliminaire de notre enquête s'est déroulée entre la période du 19 mars et du 20 avril, sur une durée d'environ un mois, durant laquelle nous avons exploré notre terrain d'investigation (virtuel) qui est le groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراة » (syndicat national des titulaires de master et doctorat). Elle est répartie selon les étapes suivantes :

– Construction des catégories d'analyse de contenu

Nous avons procédé à la construction des catégories d'analyse de contenu afin de recueillir des informations pertinentes sur notre problème de recherche à travers les publications partagées au sein du groupe. Les catégories sont issues de nos hypothèses de recherche, en se basant sur des

concepts tels que l'engagement, les types d'interactions sociales, la visibilité et la pertinence des contenus partagés.

– **Analyse préliminaire des publications**

Nous avons établi une analyse préliminaire des publications ceux ayant un taux d'interactions élevé sur le groupe. Afin de garantir l'exhaustivité, la pertinence et l'équilibre de notre cadre d'analyse, cette analyse nous a permis par la suite de repérer les thèmes les plus fréquents, les motifs de discours récurrents ainsi que les types de contenus les plus présents. Les résultats de cette analyse préliminaire sont pris en compte pour enrichir notre cadre d'analyse et ainsi nous assurer qu'il couvre toutes les dimensions importantes en matière d'engagement et de mobilisation des membres du groupe.

– **Définition des critères de codage**

Nous avons défini des critères précis de codage pour chaque catégorie et type de contenu partagé. Ces critères comprennent des descriptions détaillées afin de garantir la cohérence du codage.

8.2.La période de l'enquête

Notre enquête s'est déroulée durant le mois d'avril et le mois de mai. Cette période inclut un moment clé qui est la fin de l'année académique. Pendant cette période, toutes les publications, commentaires et réactions sont enregistrés de manière méthodique à l'aide de captures d'écran. Un logiciel de traitement des données spécialisé (EXPORT COMMENTS) a été utilisé afin d'analyser les commentaires des publications sélectionnées. Les données collectées sont organisées chronologiquement et catégorisées en fonction des types de contenus.

Un cadre d'analyse approfondi est employé afin de coder les données. Cela nécessitera l'utilisation à la fois d'unités de numération et d'unités de qualification :

– **Les unités de numération**

Selon Maurice Angers, les unités de numération sont « des unités de signification qui pourront être mesurées de façon quantitative ». (ANGERS, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, 2009, p. 86).

Dans notre étude, les unités quantifiables sont le nombre de réactions sur les publications, à savoir le taux des commentaires et des « j'aime ». Ces unités sont utilisées afin d'évaluer la fréquence des diverses formes d'engagement, de participation et de mobilisation des membres du groupe.

– Les unités de qualification

Selon Maurice Angers, « en recherche qualitative, c'est le prélèvement des unités de qualification qui permettra de faire ressortir les unités de signification d'un document (ANGERS, 2009, p. 86).

Il s'agit d'unités qui servent à définir et à décrire les propriétés des éléments présents dans les publications du groupe, comme les tonalités des commentaires (positives, négatives, neutres), la pertinence des contenus partagés par rapport aux objectifs du groupe, ou la nature des interactions. Ce sont ces unités qui nous permettent de saisir la qualité et la nature des interactions au-delà de leur fréquence.

En analysant les variables pertinentes, comme l'engagement des membres, la qualité des échanges et les types de mobilisation observés, nous obtiendrons une base solide afin de fournir des réponses aux objectifs de recherche. Ces éléments permettront de vérifier les hypothèses de l'étude et de saisir les facteurs qui influencent la mobilisation et l'engagement des diplômés universitaires sur le groupe Facebook.

9. Les obstacles de la recherche

Au cours de la réalisation de ce mémoire, nous avons rencontré divers défis et contraintes. Ces obstacles se sont matérialisés sous différentes formes et cela se résume comme suit :

- En raison de la virtualité des réseaux sociaux numériques, mesurer l'impact réel des interactions et l'influence de la communication sur les comportements des diplômés universitaires reste flou.
- Notre recherche est limitée par le fait que nous n'avons pas pu accéder à toutes les informations pertinentes concernant l'utilisation des réseaux sociaux, ce qui peut limiter la compréhension globale du sujet que nous étudions.

- La difficulté de sélectionner des échantillons représentatifs à l'étude, en raison de la variété de la population et de la multiplication des contenus sur le groupe Facebook.
- Les algorithmes employés par les réseaux sociaux ont un impact sur les contenus auxquels les utilisateurs sont exposés, ce qui peut altérer les informations collectées et fausser les résultats de l'analyse.

Chapitre II

La théorie de l'engagement social

Section 01 : Dynamiques et Fondements de la théorie d'engagement

La psychologie sociale accorde une grande importance à la théorie de l'engagement social, qui étudie les mécanismes des interactions sociales et des comportements humains. Cette section se penche sur l'histoire, les bases théoriques et les applications pratiques de cette théorie, afin de mieux comprendre les dynamiques complexes qui régissent les relations humaines.

Dans un premier temps, nous nous intéresserons aux travaux pionniers de chercheurs tels que Kiesler, Beauvois et Joule, en particulier les contributions de Kiesler en 1971 et les réflexions critiques ultérieures de Beauvois et Joule, qui ont permis d'expliquer l'origine de cette théorie. En nous appuyant sur les écrits de Joule et Beauvois, nous étudierons ensuite les fondements de la théorie de l'engagement social. Nous analyserons les facteurs clés qui influencent l'engagement, tels que la taille et l'importance de l'acte, ainsi que les motivations qui le sous-tendent. De plus, nous mettrons en évidence l'importance du contexte de la liberté dans la création d'un véritable engagement, et son impact sur les pensées et les actions des individus.

1. Émergence et Évolution de la Théorie de l'Engagement Social

La théorie de l'engagement a été initialement proposée par Morton Deutsch et Harold Gerard en 1955, qui ont étudié les processus psychologiques qui poussent les individus à persévérer dans une action ou une décision, malgré les changements de situation qui pourraient indiquer qu'ils devraient renoncer à cet engagement. (Bunker, 1995)

L'apport de Kiesler, Joule et Beauvois a été essentiel dans la création et la propagation de cette théorie en psychologie sociale. Les principes fondamentaux de Kiesler, Beauvois et Joule ont approfondi notre compréhension des mécanismes qui sous-tendent l'engagement social, soulignant les processus psychologiques qui incitent les individus à persévérer dans leurs actions et leurs convictions, même en présence d'obstacles ou de modifications de circonstances. L'apport de Kiesler, comme le mettent en évidence Beauvois et Joule, a joué un rôle majeur dans l'évolution de la théorie de l'engagement social et dans sa reconnaissance dans le domaine de la psychologie sociale moderne. (Dorothée Marchand, 2022, pp. 103-104)

Kiesler a élaboré la théorie de l'engagement en 1971, qui se concentre sur les conséquences idéologiques et comportementales de la mise en œuvre d'un acte spécifique. Selon lui « *L'engagement est le lien qui unit l'individu à ses actes comportementaux* ». (Kiesler, 1971)

L'importance subjective de l'acte en tant que facteur d'engagement est mentionnée par Kiesler, mais son travail expérimental se concentre davantage sur des éléments externes tels que la liberté de choix et l'irrévocabilité de l'acte.

Pour (Robert-Vincent Joule, 2010), La définition du concept d'engagement, élaborée par Kiesler, soulève différentes interrogations. Son interprétation de l'engagement, qui définit le lien entre une personne et ses actions comportementales, semble légèrement insatisfaisante. Malgré l'idée selon laquelle cette formulation établit un lien entre l'individu et ses actions, elle néglige de prendre en compte le contexte dans lequel ces actions ont lieu. Selon leur explication, fournie en 1981, ils abordent plutôt la notion de "perception qu'a l'individu d'être le créateur de son comportement", ce qui donne une vision plus représentative de l'engagement. Toutefois, cette méthode ne tient pas assez compte de la différence entre l'engagement interne et externe, une lacune que même Kiesler semblait ignorer à l'époque. Il est impossible de limiter l'engagement à de simples attributions de causes internes. Malgré l'observation fréquente de ces auto-attributions comme des répercussions de l'engagement, elles ne sont pas suffisantes pour le définir entièrement. L'implication dépasse ces auto-attributions et est également influencée par le contexte dans lequel les actions sont entreprises. Selon des recherches réalisées dans des situations comme le "pied-dans-la-porte" et l'amorçage, il est suggéré que la capacité à attribuer ses actions à des caractéristiques internes plutôt qu'à des facteurs externes, a un impact significatif sur les conséquences de l'engagement. Par conséquent, il semble que l'instance attributive demandée par l'engagement soit naturellement liée à l'internalité, même si cette relation est plus complexe qu'une simple auto-attribution causale. (Robert-Vincent Joule, 2010)

Les recherches de Kiesler ont posé les fondements de la notion d'engagement, la réflexion de Joule et Beauvois souligne l'importance de prendre en compte à la fois les évaluations internes et le contexte externe dans lequel les actions sont entreprises. Il est impossible de limiter l'engagement à une simple relation entre l'individu et ses actions comportementales, mais il est préférable de le comprendre dans toute sa complexité, en prenant en compte à la fois les facteurs internes et externes qui le façonnent.

« *L'engagement correspond aux conditions de réalisation d'un acte qui, dans une situation donnée, permet à un attributeur d'opposer cet acte à l'individu qui l'a réalisé* ». (Beauvois, 1998)
Ainsi ils décrivent l'engagement comme la situation où la responsabilité de la réalisation d'un acte

ne peut être attribuée qu'à celui qui l'a effectué. Cela nécessite une instance attributive qui implique un "attributeur" et une imputation qui établit un lien entre l'acte et son auteur. L'individu est engagé par les conditions de réalisation d'un acte en le liant à ses actions, ce qui peut être contesté par un observateur. Il est possible que ce processus continue ou se termine, ce qui a un impact sur les attitudes et les comportements ultérieurs de l'acteur. Afin de générer de l'implication, il est primordial de mettre en place des circonstances qui rendent un acte captivant, en le reliant de manière explicite à son auteur par le biais d'un attributeur. Ces critères sont classés en deux catégories : la taille de l'acte et les raisons qui motivent l'acte.

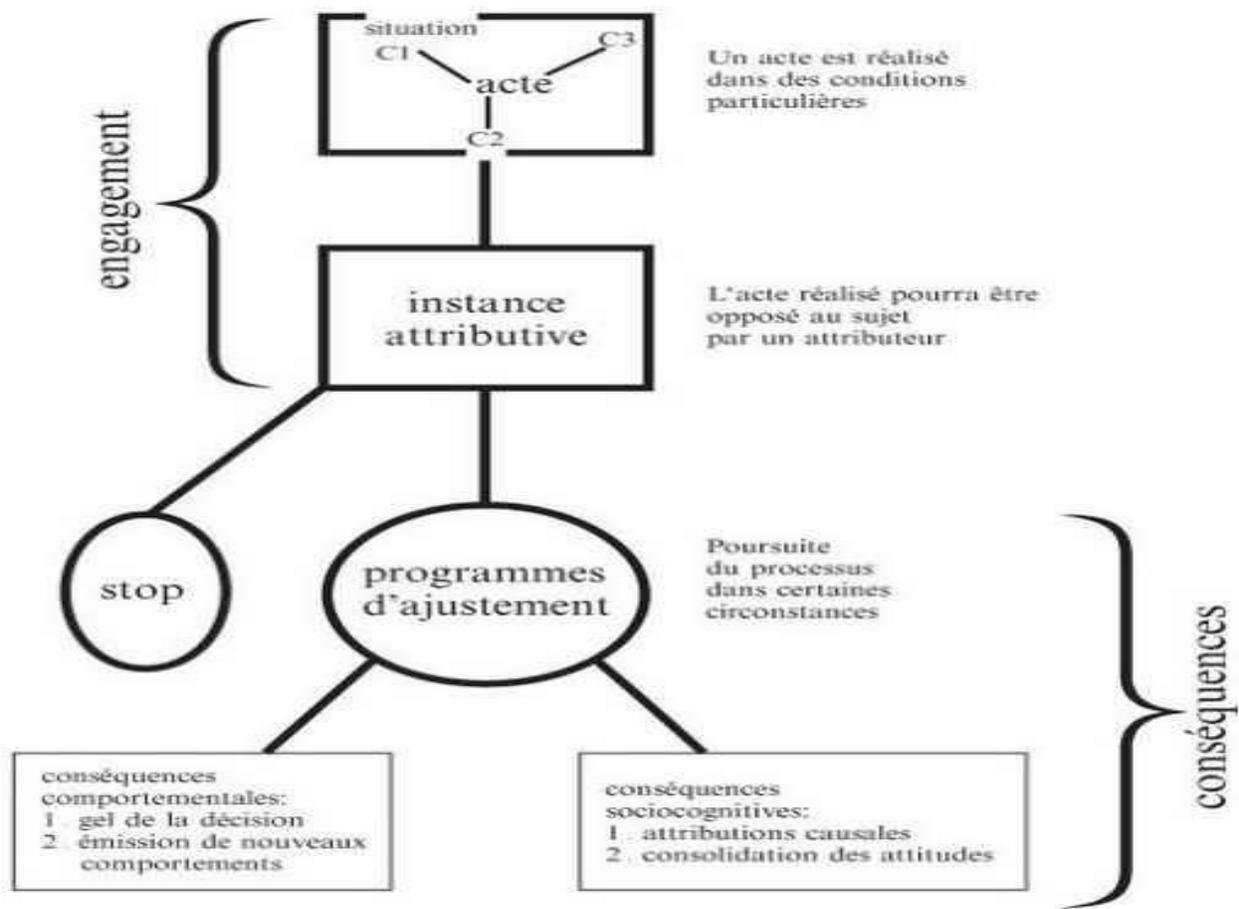


Figure 2. 1 : Le schéma de déroulement de processus d'engagement (Robert-Vincent Joule, 2010, p. 61)

Ce schéma met en évidence le processus d'engagement, qui commence par la mise en œuvre d'un acte dans des conditions particulières comme la liberté de choix, la transparence et la non-révocabilité. Grâce à ces conditions, une entité attributive est utilisée, ce qui permet à l'acte d'être

attribué à son auteur par un observateur ou par l'acteur lui-même. Le processus peut prendre fin à ce stade, mais dans certaines situations, il peut continuer si l'acte est remis en question ou discuté, permettant ainsi à l'acteur de développer des programmes d'ajustement sociocognitif ou comportemental. Les modifications peuvent avoir un impact sur les attitudes ou les comportements ultérieurs de l'acteur. (Robert-Vincent Joule, 2010, p. 62)

La théorie de l'engagement permet de comprendre de manière précieuse comment les personnes s'engagent dans leurs actions et les répercussions psychologiques qui en résultent. En prenant en compte les travaux de Kiesler, Beauvois et Joule, cette théorie offre un cadre solide pour appréhender la complexité de l'engagement social et comportemental, mettant en évidence l'importance à la fois des éléments internes et externes dans ce dernier.

2. Compréhension des Fondements et Principes Essentiels de l'Engagement Social

La théorie de l'engagement comprend divers principes essentiels qui ont un impact sur les comportements et les attitudes des personnes. Ces principes proviennent de différentes études et recherches sur l'engagement.

On se focalisera spécifiquement sur la théorie développée par Joule et Beauvois, qui repose sur l'idée que ce sont les actions concrètes plutôt que les idées ou les convictions qui engagent une personne. Il existe deux catégories qui font d'un acte donné un acte engageant, le premier c'est « **la taille de l'acte** » le second c'est « **la raison de l'acte** ».

2.1. La taille de l'acte

« *L'engagement augmente avec la taille de l'acte* ». (Robert-Vincent Joule, 2010, p. 63)

Les éléments d'engagement associés à la "taille" de l'acte peuvent être classés en deux catégories : (**la visibilité de l'acte**) et (**l'importance de l'acte**).

- La visibilité de l'acte

L'engagement envers un acte est souvent lié à sa visibilité sociale. Plus un acte est susceptible d'être observé ou connu par autrui, plus il est captivant pour la personne qui le réalise. Différents facteurs peuvent expliquer cette visibilité sociale : (Robert-Vincent Joule, 2010)

- Le caractère public de l'acte

Les actions effectuées en public, par opposition à celles réalisées de manière anonyme ou privée, sont généralement plus engageantes. Par exemple, participer à une manifestation publique ou signer une pétition devant des témoins implique un niveau plus élevé d'engagement que des actions réalisées dans l'anonymat. (Robert-Vincent Joule, 2010)

- **Le caractère explicite de l'acte**

Les actions qui ont une signification claire et non ambiguë sont considérées comme plus captivantes. Un geste dont l'objectif est clair et aisément saisi par les autres peut renforcer le sentiment d'engagement. Par exemple, exprimer de manière ouverte une opinion politique ou sociale de manière claire et sans hésitation peut être plus engageant que de rester vague ou ambigu. (Robert-Vincent Joule, 2010)

- **L'irrévocabilité de l'acte**

Les actions qui sont difficiles à annuler ou à renverser sont souvent considérées comme plus captivantes. Les personnes peuvent être incitées à réfléchir sérieusement et à s'engager pleinement en sachant que l'acte est définitif ou difficile à inverser.

- **La répétition de l'acte**

Les actions répétées engendrent fréquemment une plus grande implication au fil du temps. En effectuant un acte plusieurs fois, une personne peut ressentir une plus grande implication dans celui-ci, ce qui renforce son engagement. (Robert-Vincent Joule, 2010)

2.2.L'importance de l'acte

L'engagement envers un acte est renforcé par son importance, qui englobe deux facteurs essentiels : les conséquences de l'acte et le coût de l'acte. (Robert-Vincent Joule, 2010)

- **Les conséquences de l'acte**

Les conséquences de l'acte, sont l'objet de nombreuses études en psychologie sociale, tels que la soumission forcée étudiée par (Jean-Léon Beauvois, 1998), elles jouent un rôle essentiel dans l'implication. Les actions sont davantage captivantes lorsqu'elles sont liées à des résultats concrets ou prévisibles. Par exemple, influencer des adolescents à risque d'adopter une attitude positive envers la drogue diffère considérablement de persuader des adolescents plus âgés. De la même manière, encourager quelqu'un à accomplir une tâche monotone peut entraîner des répercussions

désagréables pour lui. Les répercussions pour autrui ou pour soi-même sont des éléments essentiels d'engagement, mettant en évidence l'importance de ces conséquences dans la motivation à agir.

- **Le coût de l'acte**

Selon l'étude du pied-dans-la-porte, le coût de l'acte révèle que l'engagement augmente en fonction de son importance. Le prix peut fluctuer en fonction de critères quantitatifs tels que le nombre de questions, la distance parcourue, le temps consacré ou les dépenses financières. Même si ces critères offrent une mesure objective, ils peuvent être interprétés de manière subjective. Par exemple, il peut sembler plus difficile de répondre à quinze questions en fonction du temps disponible. Le coût de l'acte peut également être jugé de manière différente par les observateurs externes en fonction de la situation financière de l'individu. De cette manière, le prix de l'acte joue un rôle essentiel dans l'évaluation de son importance et de l'engagement qui en résulte. (Robert-Vincent Joule, 2010)

- *Après avoir vu les facteurs d'engagement liés à la dimension de l'acte, il est temps de se pencher sur les facteurs relatifs aux motivations ou aux raisons de cet acte.*

2.3. Les raisons de l'acte

- **Les raisons d'ordre externes désengagent**

(Robert-Vincent Joule, 2010), mentionnent deux types de raison d'ordre externes L'engagement dans une tâche est influencé par des motivations externes, comme les récompenses et les punitions. Les avantages, tels que les compensations financières, peuvent diminuer l'implication, comme le montre le contraste entre les travailleurs bien rémunérés et les bénévoles. De la même manière, les menaces, qui ont pour objectif d'éviter des répercussions néfastes, peuvent aussi réduire l'implication. Prenons l'exemple de la discipline parentale, où un enfant peut être moins impliqué s'il se brosse les dents en raison d'une sanction sévère.

Les motivations externes peuvent aussi avoir une dimension fonctionnelle, liée aux moyens et aux objectifs. Malgré cela, plus ces motivations fonctionnelles sont intenses, moins elles incitent à l'engagement. Par exemple, si une tâche est considérée comme un moyen essentiel pour atteindre un objectif important pour autrui, les personnes peuvent ressentir une moins grande implication, en particulier si elles considèrent que l'objectif final n'est pas significatif ou valorisé. De cette

manière, la nature des motivations externes peut avoir un impact considérable sur le degré d'engagement dans une activité spécifique. (Robert-Vincent Joule, 2010)

- Les raisons d'ordre interne engageant

L'influence des motivations internes est essentielle pour l'engagement des individus dans leurs actions. À la différence des motivations externes, qui peuvent engendrer une distance entre l'acteur et son action, les motivations internes permettent à l'individu de s'authentifier en utilisant ses propres caractéristiques comme justifications. Il peut arriver que, même dans des circonstances extrêmes, les personnes puissent trouver des motivations internes pour leurs actions. Il est possible d'encourager l'expression de ces motivations internes afin de renforcer l'engagement dans une action. Prenons l'exemple de (Grusec, 1983) qui a réussi à renforcer l'implication d'un enfant dans un comportement d'entraide en mettant en avant ses qualités internes comme la générosité.

Il est possible d'encourager l'expression de ces motivations internes afin de renforcer l'engagement. Toutefois, pour exprimer les motivations internes, il est nécessaire d'avoir un prérequis, souvent désigné sous le nom de libre choix ou de contexte de liberté, où l'individu se sent libre d'agir en fonction de ses propres convictions. (Robert-Vincent Joule, 2010)

- Le contexte de liberté

Il est essentiel de créer un environnement de liberté afin de susciter un véritable engagement dans une action. En général, lorsqu'un observateur évalue un acte, il suppose qu'il a été effectué volontairement par la personne concernée. Dans cette perspective, la proclamation de la liberté occupe une place essentielle. La simple déclaration selon laquelle l'individu est libre de décider de faire ou non ne suffit pas à instaurer ce cadre de liberté. Selon des décennies de recherche, cette déclaration est l'un des moyens les plus efficaces pour encourager l'engagement des individus dans leurs actions. Le libre choix est perçu par la plupart des théories comme une condition indispensable à l'engagement, que ce soit de manière explicite ou implicite. (Robert-Vincent Joule, 2010)

Il convient de souligner que la déclaration de liberté ne signifie pas forcément une opposition à se soumettre. En revanche, cela rend souvent plus facile l'acceptation de la demande formulée. De cette manière, l'emploi astucieux d'une telle déclaration, accompagnée d'une demande judicieusement sélectionnée, peut avoir un impact positif sur le comportement des autres, que ce

soit des proches, des collègues ou des employés. Effectivement, lorsque l'individu exprime sa liberté dans sa prise de décision, cela entraîne l'activation des mécanismes d'engagement qui peuvent ensuite avoir un impact sur ses pensées et ses actions à venir.

Dans nos sociétés humanistes et libérales, on peut presque juger cette déclaration comme une formule magique, capable de générer un engagement profond et durable dans une action spécifique.

Les principes fondamentaux de la théorie de l'engagement social, tels que développés par (Robert-Vincent Joule, 2010), mettent en évidence l'influence de divers facteurs interdépendants sur l'engagement dans une action. La dimension de l'acte, que ce soit en termes de visibilité sociale ou d'importance, ainsi que les raisons qui le motivent, qu'elles soient externes ou internes, jouent un rôle essentiel dans la perception de l'engagement.

Conclusion

Dans cette section, nous avons exploré les dynamiques et les fondements de la théorie de l'engagement social, mettant en lumière son importance pour comprendre les mécanismes qui sous-tendent la communication et la mobilisation via les réseaux sociaux numériques. Les travaux de chercheurs tels que Kiesler, Beauvois et Joule ont été essentiels pour déchiffrer comment et pourquoi les individus persistent dans leurs actions, même en présence d'obstacles.

En appliquant cette théorie à notre étude sur la mobilisation des diplômés universitaires à travers le groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراة » (syndicat national des titulaires de master et doctorat) nous pouvant identifier les éléments clés qui favorisent l'engagement en ligne.

La théorie de l'engagement social offre ainsi un cadre solide pour analyser l'engagement et la mobilisation au sein des communautés en ligne.

Section 02 : Engagement, Engagement en Ligne et Diplômés universitaires algériens

Nous examinerons dans cette section les facteurs clés qui impactent l'engagement en ligne, en étudiant à la fois les interactions sociales et les caractéristiques techniques des plateformes numériques (RSN). L'engagement sur les plateformes du web joue un rôle essentiel dans l'expérience des utilisateurs, et sa compréhension est primordiale pour créer des environnements en ligne stimulants et interactifs. En étudiant ces éléments, nous pourrions comprendre les dynamiques qui expliquent la participation active des personnes sur les plateformes numériques, ainsi que des stratégies qui encouragent un engagement plus profond et significatif.

1. Comprendre l'engagement en ligne

Les avancées technologiques ont modifié la façon dont les personnes interagissent et s'impliquent en ligne. Les médias sociaux, en particulier, ont étendu les opportunités de connexion et de collaboration, permettant aux utilisateurs de partager des idées, des expériences et de se mobiliser autour des causes collectives. L'engagement en ligne est souvent relié aux concepts « **participation** » au sein de ces plateformes.

La notion de participation est l'un des piliers essentiels de la culture numérique. Selon Mark deuze celle-ci est définie comme « un ensemble émergent de valeurs, de pratiques et d'attentes concernant la manière dont les gens devraient agir et interagir au sein de la société en réseau contemporaine ». (deuze, 2006, p. 63)

Les recherches anglo-saxonnes dans le domaine des études de logiciels ont considéré les applications présentes sur les sites comme des moyens d'engagement, par exemple les boutons « j'aime » de Facebook ou « +1 » de Google sont une possibilité d'action. Parallèlement à l'ouverture de possibilités, ces applications définissent les conditions de leur mise en œuvre, en imposant une contrainte aux pratiques des internautes, elles permettent d'accomplir une action d'une certaine manière. (Badouard, 2014, p. 35) Le design de ces plateformes ont un impact direct sur la participation et l'engagement des individus en ligne, les commentaires par exemple peut être concéder comme un facteur technique qui peut impacter l'engagement.

Les concepteurs de sites web qui développent des plateformes participatives ont un rôle essentiel dans la création de modèles de participation sur Internet. En structurant diverses applications et caractéristiques, ils encouragent l'action et structurent les échanges entre les utilisateurs. L'organisation des espaces en ligne influence considérablement la façon dont les utilisateurs s'engagent et interagissent au sein d'une communauté virtuelle, définissant ainsi ce que l'on pourrait qualifier d'une « théorie en actes » de la participation.

Dans cette situation, certaines ressources techniques et fonctionnalités sont cruciales pour élaborer et guider les modèles de participation sur les plateformes en ligne. Les structures et l'organisation des rubriques des sites sont définies par les arborescences, qui accompagnent les utilisateurs à travers diverses étapes de participation. (Badouard, 2014, p. 35)

2. Exploration des Impacts Positifs de la Participation Active sur les Plateformes Numériques :

Les plateformes en ligne offrent aux utilisateurs des éléments techniques qui leur permettent d'interagir et de s'unir afin de créer une communauté virtuelle partageant les mêmes intérêts.

Certaines ressources techniques et fonctionnalités sont cruciales pour élaborer un modèle de participation sur les plateformes en ligne. Sur ce on sites : (Badouard, 2014)

- Les arborescences des sites web

L'arborescence d'un site web fait référence à la structure et à l'organisation des contenus présents sur le site, présenter sous forme d'une structure d'un arbre comme son nom l'indique. Le tronc représente la page d'accueil, les branches sont les sections et sous-section et les feuilles en guise de page. (Wix, 2020)

Ces structures et dispositifs de navigation guident les utilisateurs à travers diverses étapes sur les sites web, en particulier les sites qui incitent à la participation et à l'engagement, orientent les visiteurs vers des pages spécifiques, les encourageant à suivre des étapes successives qui mettent en évidence certaines informations ou activités. Plusieurs sites participatif adopte un processus diviser en trois étapes : - l'information (la présentation des éléments en lien avec le sujet consulter), - le débat (espaces d'échange et de discussion), - le vote (Afin de faire une sélection parmi les propositions). Ces étapes sont structurées en utilisant des liens sur le site ou une page de démarrage. (Badouard, 2014)

- Les applications qui permettent d'agir sur les contenus

Ces applications permettent de réaliser certaines actions et, par conséquent, les définissent et les guident. Ces activités concernent principalement la création d'informations, leur modification, leur personnalisation, leur filtrage ou leur évaluation. (Mabi, 2012)

Prenons l'exemple d'un internaute qui écrit un commentaire ou un message, dont la taille est souvent limitée par l'application qu'il utilise (et qui permet un certain nombre de mots ou de caractères). Les messages sur Twitter sont donc restreints à 140 caractères, ce qui nécessite de la part des utilisateurs de faire preuve d'une certaine synthèse dans la rédaction de leurs tweets.

- Les applications qui permettent d'interagir entre internautes

Ces applications font références à la façon dont les interactions sur les plateformes en ligne sont développées comme les commentaires par exemple. Le concept de ces applications a un impact direct sur la dynamique des interactions. À titre d'exemple, la chronologie de publication des messages. Quand les messages les plus anciens apparaissent en premier cela encouragera les internautes à lire tous les messages postés par les autres internautes, tant dit que si ce sont les messages les plus récents qui apparaissent en premier, cela permettra à l'utilisateur de répondre aux derniers messages publié. (Badouard, 2014)

- La publicisation des données relatives à l'identité et aux activités des internautes

Les données diffuser par les utilisateurs en ligne concerne leur identité et leurs activités en ligne. Cela englobe les informations qu'ils décident de communiquer, telles que leur nom et leur âge, ainsi que les données automatiquement révélées, comme l'heure de leur dernière connexion ou leur temps de réponse en ligne. (Badouard, 2014)

On retrouve également l'implication des algorithmes, qui organisent ces données en mettant en évidence les utilisateurs les plus actifs ou le nombre de leurs contacts. La combinaison de ces éléments donne une représentation de l'identité des utilisateurs de l'internet, en se basant sur ce qu'ils affirment, leurs actions en ligne et les calculs effectués à partir de leurs activités. Sur les plateformes de participation, cela reflète les attentes des participants. (Badouard, 2014)

3. Les facteurs influençant l'engagement en ligne :

Il existe de nombreux et divers facteurs qui influencent l'engagement en ligne, et ils peuvent être classés en deux catégories principales : **les interactions sociales** et **les caractéristiques techniques** des plateformes numériques. (Gangi, 2016)

3.1. Les interactions sociales

Selon la définition de (deuze, 2006, p. 63) sur l'interaction social ce concept renvoie à un ensemble de normes et de comportements qui orientent les interactions sociales dans la société contemporaine, notamment à l'ère des TIC. Cela englobe les attentes en matière de vie privée en ligne, les normes de communication et d'interaction sur les réseaux sociaux, ainsi que les comportements attendus lors du partage et de l'utilisation de l'information numérique.

L'interaction social sur les RSN plusieurs facteurs qui influencent sur l'engagement des utilisateurs, on cite parmi eux ce qui suit :

- **La dimension de la personnalisation de la communication entre les utilisateurs**

Cette dimension se définit comme l'attention bienveillante et individualisée que les utilisateurs perçoivent. Une attention bienveillante et individualisée est le sentiment que les interactions en ligne sont spécifiquement adaptées aux besoins et aux intérêts des utilisateurs. (Gangi, 2016)

Lorsque les utilisateurs participent à des conversations personnalisées qui correspondent à leurs préférences, cela entraîne des émotions positives, une satisfaction accrue et un engagement accru. Cela est attribué à la qualité des interactions sociales, qui se concentrent sur le partage d'informations sur l'utilisateur plutôt que sur la fréquence de leurs interactions. En offrant une expérience personnalisée, les utilisateurs se sentent plus importants et l'expérience du site est plus agréable.

Cela s'explique par la qualité des échanges sociaux, où l'importance est accordée au partage d'informations pertinentes pour l'utilisateur plutôt qu'à la fréquence des échanges. En offrant une expérience sur mesure, les utilisateurs ressentent une plus grande importance de leur rôle et l'expérience du site devient plus agréable. (Gangi, 2016)

- **La démentions de l'accessibilité sociale**

L'accessibilité sociale est définie comme la capacité d'accéder aux ressources sociales à des fins d'interaction. L'accessibilité sociale peut être divisée en deux composantes qui facilitent l'expérience de l'utilisateur : - **L'accès aux ressources social** : ce qui désigne la possibilité pour les utilisateurs d'accéder à divers informations, à de nouvelles expériences et à d'autres utilisateurs grâce aux plateformes numériques. - **l'accès à une masse critique de connaissances sociales** : Cela fait référence à l'idée que la majorité des personnes proches et importantes à l'utilisateur utilisent la même plateforme de médias sociaux. Les études indiquent que les utilisateurs disposant d'une quantité importante de connaissances sociales restent impliqués. Une étude menée sur l'utilisation de « Myspace » par les adolescents a démontré que les utilisateurs sélectionnaient cette plateforme et y étaient actifs car c'était là que se trouvaient leurs amis. (Gangi, 2016)

- **La démentions du risque perçu**

Le risque perçu est défini comme la perception du dommage potentiel qu'un utilisateur peut subir lorsqu'il interagit avec un autre utilisateur. Quand l'utilisateur perçoit un risque plus élevé cela va l'inciter à devenir plus prudent et à envisager les conséquences négatives potentielles de sa participation, ce qui impact d'une façon négative l'engagement de ce dernier. (Gangi, 2016)

3.2. Les caractéristiques techniques des plateformes numériques :

Les fonctionnalités techniques de la plateforme de réseaux sociaux jouent un rôle dans l'expérience de l'utilisateur et influencent sa façon d'interagir à travers par exemple les « commentaires » et « les j'aime ». (Coimbatore Krishnarao Prahalad, 2004). Évoquent quatre caractéristiques techniques qui façonnent l'expérience utilisateur : **l'exhaustivité**, la **flexibilité**, **l'évolutivité** et **l'intégration**.

- **L'exhaustivité**

L'exhaustivité est définie comme la perception qu'à l'utilisateur de sa capacité à s'engager au niveau de spécificité souhaité. (Todd, 2005) Les utilisateurs des réseaux sociaux cherchent à obtenir un contenu satisfaisant, ce qui signifie qu'ils ont un accès facile à l'information qui répond à leurs besoins personnels. Toutefois, chaque utilisateur a ses propres préférences en ce qui concerne l'accès et la visualisation des informations. Il est donc possible d'ajuster les caractéristiques techniques des plateformes de médias sociaux afin de répondre à différents niveaux de détail, en fonction des préférences de chaque utilisateur. (Gangi, 2016)

Quand la plateforme répond aux besoins de l'utilisateur en offrant une expérience complète, cela a un impact positif sur son expérience. Par conséquent, l'implication des utilisateurs sera renforcée lorsqu'ils sentiront que la plateforme répond à leurs besoins en matière d'information.

- **La flexibilité**

La flexibilité est définie comme le degré auquel les utilisateurs expérimentent les fonctionnalités existantes de nouvelles manières. (Coimbatore Krishnarao Prahalad, 2004)

Lorsque les utilisateurs bénéficient d'une flexibilité, ils sont plus susceptibles de vivre des expériences positives et de considérer le système comme étant à la fois important et satisfaisant. Au fur et à mesure que la flexibilité augmente, les utilisateurs sont en mesure de poursuivre leurs intérêts et/ou leurs besoins sur la base de leurs perceptions de la manière dont chaque fonction devrait être utilisée. (Gangi, 2016)

La flexibilité améliore l'expérience de l'utilisateur, ce qui crée une expérience qui se traduit par des niveaux plus élevés d'engagement de l'utilisateur.

- **L'évolutivité**

L'évolutivité est définie comme le degré auquel la plateforme de médias sociaux évolue pour répondre aux besoins et/ou aux désirs actuels de l'utilisateur. (Coimbatore Krishnarao Prahalad, 2004)

Au moment où les utilisateurs se rendent sur un site pour la première fois, ils peuvent avoir des attentes sur la façon dont ils seront accompagnés tout au long de leur interaction avec les autres utilisateurs de la plateforme des médias. Plus ils s'habituent à ce dernier, plus leurs besoins changent et plus de fonctionnalités sont requises pour répondre à des comportements d'utilisation plus avancés. Selon les études, lorsque les entreprises offrent des outils qui répondent aux besoins actuels des utilisateurs, ces derniers sont davantage enclins à s'engager et à participer activement dans ce site. (Gangi, 2016)

Par exemple, au fil du temps, Facebook a développé ses fonctionnalités, passant des profils et des groupes de médias sociaux à une variété d'applications.

- **L'intégration**

L'intégration est définie comme le degré auquel le contenu est mélangé à partir de diverses sources. (Todd, 2005)

Selon (Lessig, 2008), les utilisateurs des réseaux sociaux sont habitués à interagir et à attribuer une signification aux contenus provenant de diverses sources, ce qui leur permet de créer un nouveau contenu qui a une signification originale. Les réseaux sociaux offrent un environnement de contenu en constante évolution, ce qui entraîne des modifications dans les informations que les utilisateurs peuvent consulter en temps réel. L'intégration appropriée du contenu peut inciter les utilisateurs à s'engager plus activement. Elle permet aussi d'accéder au contenu de diverses sources et de diminuer les difficultés qui pourraient entraver l'implication des utilisateurs. (Lessig, 2008)

4. Engagement et diplômés universitaires algériens

Dans l'Algérie d'aujourd'hui, l'engagement des diplômés universitaires est un aspect important de la structure sociale et politique qui n'englobe pas seulement les interactions virtuelles sur les réseaux sociaux. Nous, en tant qu'étudiants de fin de cycle recherchant un aperçu des subtilités de notre société et désirons d'en faire partie, nous inspirons du récit historique de cette élite instruite afin que nous puissions comprendre leur contribution à la métamorphose de notre terre en ce qu'elle devrait être.

Le contexte d'engagement des diplômés universitaires algériens est donc lié aux luttes historiques pour l'indépendance et se caractérise par l'adaptation aux situations actuelles de transition politique et sociale. Ces personnes qui sont entrées en action grâce à leurs connaissances et leurs idéaux ont souvent été des leaders du changement dans diverses sphères, que ce soit au sein des campus universitaires ou au niveau politique ou de la société civile.

Ces formes d'engagement sont multiples : des manifestations directes sur le terrain aux initiatives de développement communautaire en passant par la création de groupes de réflexion et de plaidoyer, malgré le fait que les plateformes numériques, notamment les réseaux sociaux, offrent de nouveaux espaces d'expression et d'organisation. L'engagement actif continue ainsi d'entretenir ses racines au sein de ces générations dans le cadre d'une tradition militante alliée à des valeurs liées à la responsabilité sociale.

4.1. Les différents moments de l'histoire d'engagement des étudiants et diplômés universitaires algériens

La période de la colonisation française en Algérie et les premières années de l'indépendance ont vu les mouvements étudiants de l'université française d'Alger qui ont joué un rôle crucial dans l'histoire politique et sociale du pays. Cette période tumultueuse, a été marquée par des luttes incessantes des étudiants pour leurs droits, leur identité et leur engagement actif au mouvement nationaliste.

- La dynamique des mouvements étudiants au sein de l'université française d'Alger pendant la période de la colonisation

L'université d'Alger a vu le jour dans le cadre de la colonisation française en Algérie et a été un événement majeur dans le domaine de l'enseignement supérieur. Elle a été créée en 1857 comme école préparatoire de médecine et de pharmacie, puis a évolué pour devenir une université à part entière. Bien que les débuts soient modestes, le nombre d'étudiants a considérablement augmenté après les deux guerres mondiales, avec un intérêt grandissant pour des filières destinées à des professions libérales. Les matières préférées des étudiants étaient le droit, la médecine, la pharmacie, les lettres et les sciences, avec une augmentation constante des effectifs ces dernières années, notamment après 1953-1954. (Pervillé, 2017)

Cependant, en dépit de cette expansion, les étudiants musulmans ont été fortement sous-représentés à l'université française d'Alger, un problème longtemps subordonné. Depuis 1883, le mouvement étudiant, organisé dans un contexte français, a tardé à prendre conscience des conséquences de cette sous-représentation, privilégiant plutôt l'amélioration des conditions de vie. L'intégration des étudiants musulmans algériens dans les universités françaises était dans le cadre d'une stratégie coloniale dans le but de former une élite locale biculturelle. Les écoles supérieures et les institutions comme les trois medersas officielles et l'école normale d'instituteurs de la Bouzaréa (Wilaya d'Alger) ont été les premiers à accueillir les étudiants musulmans dans les universités françaises, même si leur nombre était limité. (Pervillé, 2017)

La majorité des étudiants musulmans étaient orientés vers les lettres, tandis que le droit, la médecine la pharmacie et les sciences étaient moins favorisés. Malgré l'augmentation du nombre d'étudiants musulmans, il était souvent difficile de les intégrer dans les associations étudiantes françaises telles que l'AGEA. Les relations entre étudiants musulmans et non-musulmans au sein

de ces associations ont été marquées par des exclusions et des tensions. L'Amicale des étudiants musulmans de l'Afrique du Nord (AEMAN) a été créée d'une manière différente de l'AGEA, avec pour objectif de représenter les intérêts particuliers des étudiants musulmans d'Afrique du Nord. Bien que des tensions et des ruptures aient eu lieu avec l'AGEA, des tentatives ont été entreprises pour réconcilier les deux associations, témoignant des dilemmes et des choix auxquels les étudiants musulmans algériens étaient confrontés entre leur identité nationale et leur appartenance à la communauté étudiante française. (Pervillé, 2017)

L'évolution des mouvements étudiants en Algérie au fil du temps est intéressante, car elle témoigne des transformations politiques et sociales de l'époque. Au cours des années 1930 et 1940, ces organisations étaient confrontées à des difficultés complexes liées à la politique coloniale française et à l'émergence du nationalisme allemand. En s'engageant dans des luttes politiques, l'AGEA a parfois renoué avec ses principes d'apolitisme, tandis que les étudiants musulmans ont connu une politisation accrue, ce qui a entraîné un changement majeur dans leur engagement envers le nationalisme. (Pervillé, 2017)

La dissolution de l'UGEMA par le gouvernement français en 1958 marque un tournant majeur, reflétant l'effort du gouvernement français pour neutraliser le mouvement étudiant algérien. Malgré cela, les étudiants ont continué à jouer un rôle crucial dans la lutte pour l'indépendance, même si leur engagement total au sein du FLN a parfois compromis leur indépendance. (Pervillé, 2017)

- La Grève des étudiants : l'évènement du 19 mai 1956

La période entre 1945 à 1954 a été marquée par une plus grande émancipation des mouvements étudiants nord-africains vis-à-vis des mouvements étudiants français, culminant avec la formation de l'UGEMA en 1955. Cette période fut aussi marquée par l'essor du nationalisme et de l'engagement grandissant des étudiants dans la lutte pour l'indépendance. Avec l'apparition du FLN à partir de 1955, les mouvements étudiants sont de plus en plus impliqués dans la lutte armée pour l'indépendance. L'UGEMA s'est transformée en un instrument du FLN et l'AGEA en un fervent partisan de l'Algérie française, ce qui a aggravé les tensions entre les deux camps. (Pervillé, 2017)

En février 1956, le Comité d'action universitaire pour la défense de l'Algérie française provoque la destitution du bureau de l'AGEA, reprochant à ce dernier son soutien à la libération de quatre étudiants musulmans. Les partisans de l'Algérie française prennent alors le contrôle de l'AGEA, s'opposant aux mesures de promotion des "Français musulmans" dans la fonction publique proposées par le ministre résidant Robert Lacoste. Cette opposition se concrétise par un appel à la grève illimitée des cours lancé le 3 mai 1956, en collaboration avec le CAU. Malgré la cessation de la grève le 11 mai, l'AGEA maintient sa demande de mobilisation générale et la formation d'un "corps-franc universitaire". Le 18 mai, lors d'une assemblée générale, les étudiants musulmans d'Alger votent pour une grève illimitée des cours et des examens, ainsi que pour un engagement dans les rangs du FLN et de l'ALN. (Ammad, 2019)

Le 19 mai 1956, l'appel à la grève générale illimitée des cours lancé par l'UGEMA à Alger marque un tournant dans l'engagement des étudiants dans la lutte de libération. Après l'approbation du Comité directeur de l'UGEMA le 25 mai à Paris, la grève est étendue à l'ensemble de la France, tout en garantissant le dialogue avec les partenaires français. Ce mouvement va au-delà du cadre communautaire afin d'intégrer pleinement les forces combattantes. Cette grève, qui a duré jusqu'à la rentrée scolaire et a été prolongée à Alger en raison de la situation tendue, a provoqué des réticences, y compris au sein du FLN et de l'UGEMA, en raison des difficultés supplémentaires qu'elle a posées à la formation des cadres pour le futur État indépendant. (Ammad, 2019)

Les étudiants algériens ont été divisés par la décision de faire une grève illimitée des cours et des examens et l'appel à rejoindre l'ALN. Certains, tels que Mohammed Harbi (étudiant à Paris), ont fait part de leurs réserves à l'égard de cette initiative, mettant en évidence les dangers et les conséquences à long terme. Cependant, le mouvement de grève a été largement adopté, malgré les divisions au sein de la communauté universitaire. Les étudiants en France et en Algérie ont ressenti cette division. Quelques-uns ont refusé de se conformer à l'ordre de grève et ont été exclus de l'UGEMA, d'autres ont intégré pleinement le FLN et l'ALN, s'engageant activement dans la lutte armée. En France, une minorité considérable a poursuivi son engagement dans le milieu étudiant en attendant la fin de la grève. La commission de presse du FLN a mis en évidence les disparités de situation entre les étudiants en Algérie et en France, soulignant que la décision de grève n'avait pas pris en considération la réalité vécue par les étudiants en France. Elle a dénoncé l'immobilisme

politique de l'UGEMA et a demandé une réflexion plus approfondie sur l'orientation de la grève. (Ammad, 2019)

- L'université d'Alger pendant la période postindépendance (1962 et 1971)

D'importants changements ont marqué la période postindépendance. L'Algérie a été contrainte de restructurer son enseignement supérieur après le départ de la plupart des enseignants et étudiants français. Des coopérants français sont arrivés, dirigés par le professeur Mandouze, pour soutenir cette transition. Pour la première fois, les étudiants étaient principalement des Algériens musulmans, dont beaucoup avaient fait leurs études à l'étranger. (Pervillé, 2017)

Les étudiants sont rapidement devenus plus nombreux, atteignant des niveaux inédits. L'UGEMA, qui s'est rétablie à Alger, a été active, avec la publication de revues et l'organisation de congrès. Il existait néanmoins des conflits internes, en particulier sur la direction idéologique du mouvement étudiant. La pratique démocratique a été promue au sein de l'UNEA, reflétant les différents courants politiques de la société algérienne de l'époque. Cependant, l'UNEA a également été influencée par le régime politique algérien, marqué par un parti unique et un pouvoir présidentiel fort. (Pervillé, 2017)

Le PCA et le président Ben Bella ont signé des accords qui ont entraîné des modifications au sein de l'UNEA, avec une intégration plus étroite des membres du FLN. Cette évolution a été soumise à des contestations, certaines sections s'y opposant. (Pervillé, 2017)

Le mouvement des étudiants en Algérie, représenté notamment par l'UNEA, a connu des périodes d'implication politique intense, témoignant des enjeux et des luttes de pouvoir de l'époque post-révolution. Au cours des années 1960, des conflits internes ont surgi au sein de l'UNEA, à cause des orientations politiques divergentes des différentes factions, y compris le PCA. Cette fragmentation a entraîné des exclusions et des répressions internes, ce qui témoigne des luttes idéologiques au sein du mouvement. (Pervillé, 2017)

Le renversement du président Ben Bella en 1965 par le colonel Boumediene a été un tournant important, avec des arrestations et des persécutions contre les opposants politiques, y compris au sein de l'UNEA. Les étudiants se sont retrouvés pris entre les luttes de pouvoir du nouveau régime et leur volonté de préserver une certaine autonomie politique. Bien que le pouvoir ait essayé de maîtriser le mouvement étudiant en imposant des orientations favorables, la résistance des

étudiants a continué, signe de leur désir de conserver leur autonomie et leur engagement politique. Cette résistance a été symbolisée par des personnalités comme Houari Mouffok, même si elle a parfois entraîné des arrestations et des exils forcés. (Pervillé, 2017)

Les politiques d'arabisation de l'enseignement ont également eu un impact sur le paysage étudiant au fil des années, avec des tensions linguistiques et des changements dans la composition des diplômés universitaires. (Pervillé, 2017)

Bien que l'histoire des étudiants algériens ait connu des changements politiques et sociaux, elle demeure caractérisée par une lutte continue pour la liberté et l'indépendance face aux pressions du pouvoir français.

Chapitre III

La théorie de la communication

Dans ce chapitre, nous abordons de manière approfondie les bases théoriques de la communication, en étudiant à la fois les modèles traditionnels et les points de vue contemporains.

Les modèles classiques (Shannon et Weaver, spirale du silence, modèle de communication de Jakobson, approche de l'école de Palo Alto) et leurs réexamens dans le contexte actuel sont abordés dans la première section. La seconde section explore la façon dont les réseaux sociaux numériques ont modifié la communication et l'information, ainsi que l'évolution de ces modèles et leur impact sur la société médiatique actuelle.

Pour tout dire nous proposons une vision globale de l'évolution de la communication, de ses fondements traditionnels à ses formes contemporaines dans le contexte numérique.

Section 01 : Exploration des Fondements Théoriques de la Communication : Modèles Classiques et Perspectives Contemporaines

Cette section présente une synthèse des principaux modèles théoriques de la communication. Ces modèles traditionnels nous fournissent des points de vue essentiels sur la complexité de la communication et ainsi qu'une compréhension des mécanismes fondamentaux qui sous-tendent nos interactions quotidiennes.

Toutefois, il est essentiel de réévaluer de manière critique leur pertinence dans le contexte actuel, en prenant en considération les défis posés par les réseaux sociaux et les avancées technologiques. En étudiant ces modèles traditionnels, notre objectif est d'approfondir notre compréhension des interactions communicationnelles qui influencent notre société contemporaine.

1. Les principes fondamentaux de la théorie de la communication

1.1. La théorie de l'information de Shannon et Weaver

Les fondements du modèle mathématique ont été posés en 1948 et qui repose sur les études en télécommunications de l'époque et sur l'idée que l'information est transmise de façon linéaire depuis une source d'information (message) à un émetteur (signal) qui entre en contact avec un récepteur pour atteindre son but. (Aude Riou, 2010, p. 05)

Elwood Shannon a élaboré un modèle positiviste à partir d'une recherche dans le domaine industriel. Dans ce schéma, il repère une série d'éléments. La mesure de l'information en bits est

perçue comme une grandeur statistique transmise sans prendre en compte le sens de son contenu. Le signal est transmis par un émetteur à un récepteur sous forme de signaux. Avant d'être transmise, l'émetteur transforme l'information en signaux, puis ces signaux sont transmis par un canal de communication ou une voie de transmission. Ces signaux sont reçus par le récepteur qui les décode afin de reconstruire le message initial et d'en extraire les informations. Toutefois, lors de la transmission, des perturbations sémantiques (comme la fatigue ou le stress) ou techniques (comme une mauvaise qualité de communication) peuvent modifier les signaux et ainsi impacter la qualité de la communication. (Mouhli, *La communication*, 2021, p. 148)

Weaver introduit la variable « bruit » pour schématiser le phénomène de brouillage et les « bruits » peuvent perturber la transmission du message. Une formule mathématique est émise par cette théorie pour évaluer et mesurer l'information présente dans des messages utilisant différents codes, en comparant le taux d'information de l'input à celui de l'output, Weaver a rendu cette vision purement technique plus humaine en introduisant l'idée d'un récepteur sémantique qui « décode » et « recode » le message. (Aude Riom, 2010, p. 05)

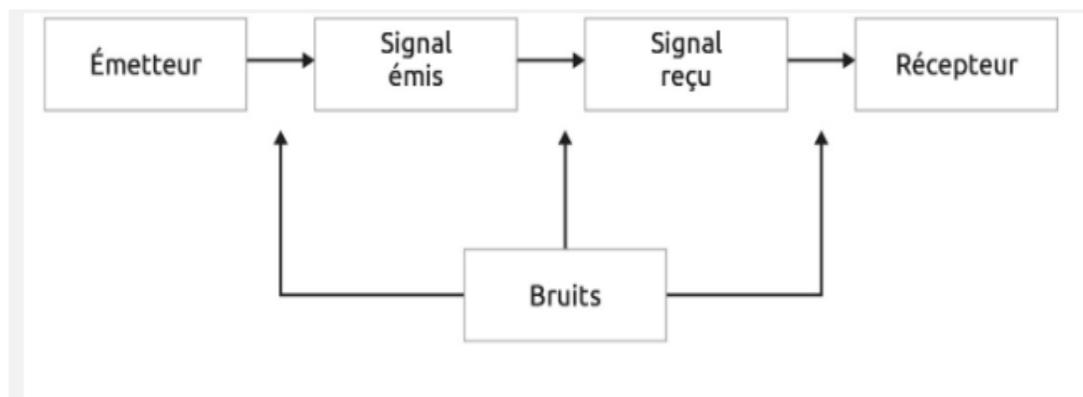


Figure 3. 1: *le modèle positiviste d'Elwood Shannon (Mouhli, La communication, 2021, p. 148)*

Ce modèle désigne, un émetteur qui envoie des signaux à un récepteur par le biais d'un canal de communication. Avant qu'elle ne soit transmise, l'information est convertie en signaux compréhensibles.

Cette formalisation ne prend pas en compte la réaction du destinataire, qu'elle fait passer pour passif, c'est Wiener qui a introduit la notion du *feedback* ou la rétroaction.

Norbert Wiener, était professeur de mathématiques au (Massachusetts Institut of Technology), c'est le créateur de la *cybernétique*, qui signifie la science du contrôle des systèmes. Aujourd'hui, les ordinateurs sont utilisés dans le domaine de la cybernétique. Un système cybernétique est un ensemble d'éléments qui interagissent les uns avec les autres. Ces interactions peuvent inclure des échanges de matière, d'énergie ou d'information. L'approche cybernétique des systèmes examine les interactions entre les éléments d'un système dans son ensemble. Une boucle de retour se produit lorsqu'un élément agit sur un autre, ce qui entraîne une réponse de ce dernier. Cette boucle peut être positive, amplifiant l'action initiale, ou négative, régulant l'action pour maintenir l'équilibre. Cette méthode donne une compréhension de la façon dont les systèmes fonctionnent et s'adaptent à leur environnement. (Aude Riom, 2010, p. 06)

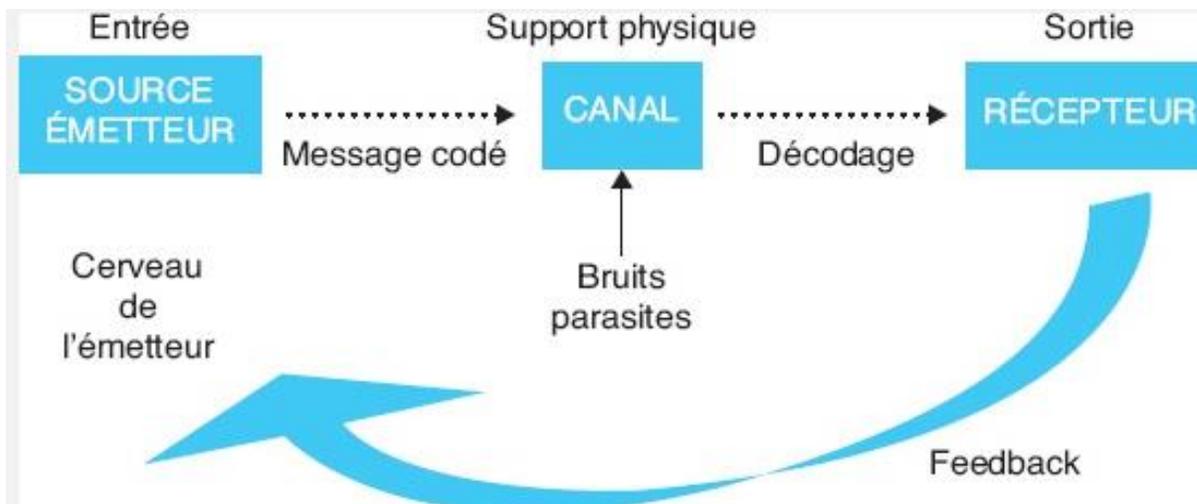


Figure 3. 2 : la notion du feedback selon Wiener (Aude Riom, 2010, p. 06)

La notion de feedback selon ce modèle s'agit d'une manière de communiquer entre personnes qui implique de donner un feedback à son interlocuteur sur ses actions.

Wiener a souligné l'importance de l'information dans le fonctionnement des systèmes structurés. D'après lui, la communication joue un rôle essentiel dans l'évolution de la vie sociale, des comportements individuels et de l'évolution des savoirs, des compétences et des convictions. (Mouhli, 2021, p. 148)

Avec les progrès de la cybernétique, le modèle de Shannon a été enrichi par l'introduction de la notion du feedback. Le résultat engendre la création d'un nouveau modèle de communication : le modèle inventé par Shannon et Weaver (1967). L'échange prend alors deux chemins différents. La circulation de l'information implique donc des acteurs et des récepteurs.

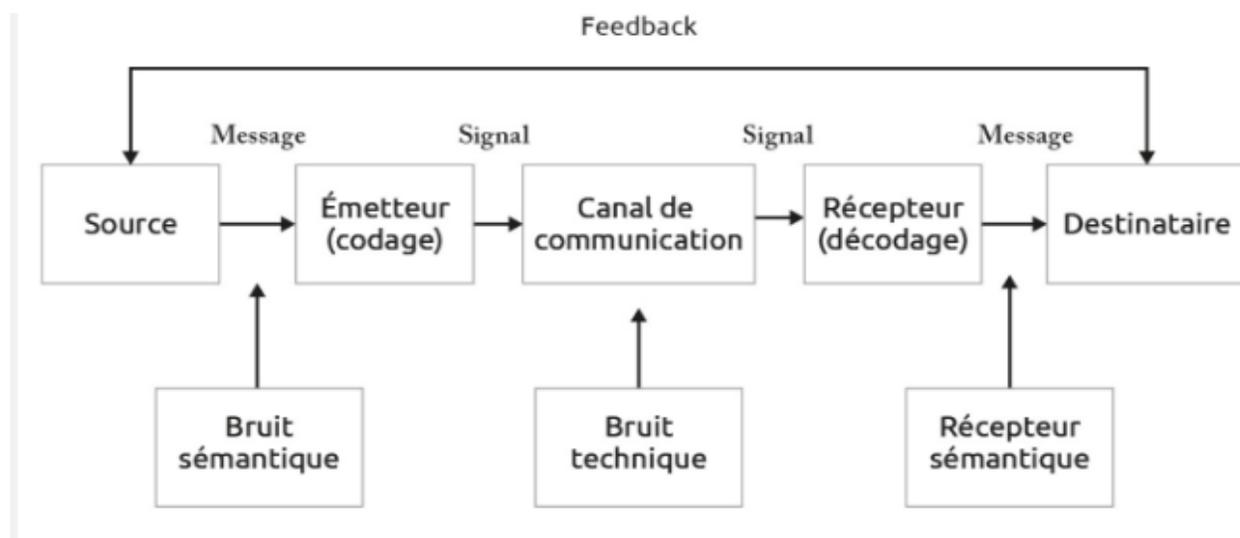


Figure 3. 3: Le modèle de communication selon Shannon et Weaver (Mouhli, 2021, p. 149)

1.2. Modèle de la spirale du silence

Ce modèle examine comment les individus sont impactés par l'atmosphère d'opinion dominante dans une société et comment cela peut influencer leur désir de s'exprimer sur des situations controversées.

Alexis (1967) Dans son ouvrage "L'Ancien Régime et la Révolution", étudie la formation et l'évolution des opinions publiques dans le temps, notamment en s'intéressant au contexte de la Révolution française et à la nature de l'ancien régime français. Tocqueville constate comment des opinions, telles que le mépris de la religion, peuvent prendre le contrôle d'une société. Il décrit implicitement le processus de formation de l'opinion publique en se référant à ce qui pourrait être considéré comme une proto-spirale du silence. Selon lui, l'Église catholique française est devenue « muette » au cours du XVIII^e siècle. Les croyants catholiques, effrayés d'être isolés socialement par leur dévotion religieuse dans un contexte où le mépris de la religion était de plus en plus général, ont préféré se taire et se plier à l'opinion dominante plutôt que de s'exprimer ouvertement.

Cela montre la façon dont les personnes sont poussées à dissimuler leurs opinions divergentes par crainte de l'exclusion sociale. Les fidèles catholiques choisissent de se taire face au mépris grandissant envers la religion, ce qui renforce l'image de la prédominance de l'opinion publique et contribue à influencer les normes sociales et les attitudes collectives.

Selon (Noëlle-Neumann, 1989) « En s'appuyant sur le concept d'un processus interactionniste engendrant une spirale du silence, on définit l'opinion publique comme cette opinion qui peut être exprimée en public sans risque de sanctions, et sur laquelle peut s'appuyer l'action menée en public ».

Selon ce point de vue, l'opinion publique est construite grâce à un processus d'interaction sociale où les individus prennent en considération le climat d'opinion dominant avant de faire part de leurs propres opinions en public, ainsi l'opinion publique dépend de la dynamique de la communication sociale et de la perception des dangers liés à l'expression d'opinions différentes.

L'opinion publique peut être définie comme cette opinion prédominante qui impose une attitude et un comportement de soumission, en mettant en danger l'individu réfractaire et le politicien en risque de perdre son soutien général. Ainsi, la fonction active d'initiateur d'un processus de formation de l'opinion est réservée à quiconque peut faire face à la menace d'isolement. (Noëlle-Neumann, 1989)

1.3. La théorie de la linguistique « le modèle de communication de Jakobson »

Selon cette théorie le langage est performatif qui vise à atteindre un objectif et que sa fonction de communication exerce une influence sur le récepteur du message. (Aude Riom, 2010, p. 09) La linguistique entrave les théories mécanistes telles que la théorie de l'information de Shannon et Weber.

A travers un modèle de communication, Jakobson a expliqué l'articulation de six éléments qui influencent la communication : **Le message** implique la création et la résolution d'un code partagé entre l'émetteur et le récepteur. **Le canal**, (contact) représente la connexion physique et mentale entre l'émetteur et le récepteur. **Le référent** (contexte) englobe toutes les conditions sociales et culturelles qui gouvernent l'échange entre l'émetteur et le destinataire. (Aude Riom, 2010)

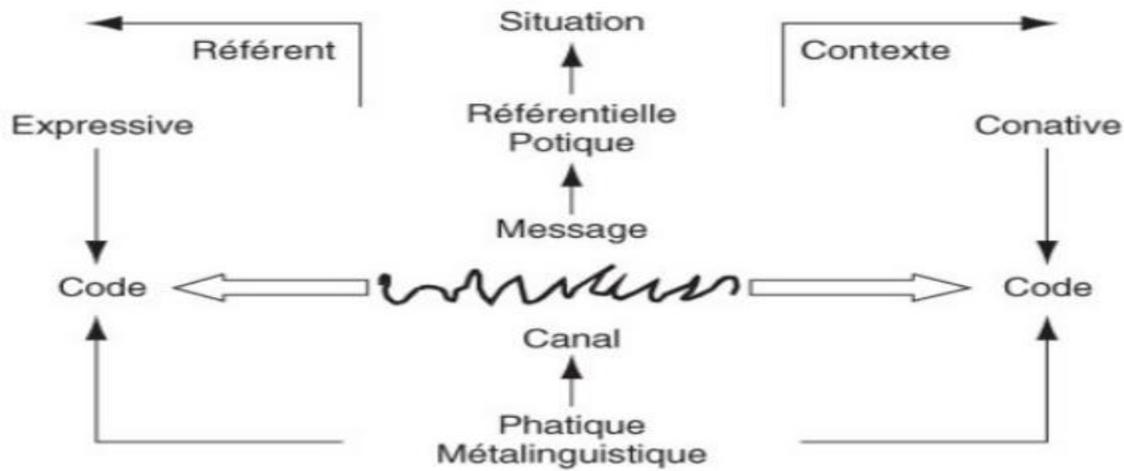


Figure 3. 4 : le modèle de communication de Jakobson : les fonctions linguistiques (Joly, 2009, p. 09)

D'après Joly (2009, p. 09) ce modèle de communication met en avant six fonctions linguistiques :

- **La fonction référentielle :** C'est le rôle de l'information, axé sur le langage transmis. Elle indique l'objet mentionné, la situation et le contexte.
- **La fonction expressive :** cette fonction désigne ce que l'émetteur exprime (attitude, le ton de sa voix, son émotion...).
- **La fonction conative :** La reconnaissance des effets intentionnels du message sur le récepteur peut également être reconnue à travers le langage, par exemple en ce référent à des formes grammaticales telles que l'impératif.
- **La fonction phatique :** cette fonction est celle qui permet de communiquer, de maintenir un contact, comme par exemple en prononçant « allo » au téléphone.
- **La fonction métalinguistique :** il s'agit ici des codes qui sont utilisés pour rendre le message plus clair.
- **La fonction poétique :** ici l'objectif est d'incarner les signes et les codes et de mettre en lumière la forme et le message.

1.4. L'école de Palo Alto

L'école de Palo Alto est née dans les années 1950 en Californie, près de San Francisco, grâce à des chercheurs qui ont découvert une approche organique de la communication, par opposition à la vision mécaniste de Shannon et Weaver. Créé par Gregory Bateson, il est aussi appelé le « collège invisible ». Dans cette école, le modèle circulaire rétroactif de Wiener a inspiré leur conviction selon laquelle chaque partie communique et interagit avec le système dans lequel elle se trouve. (Aude Riom, 2010, p. 08)

Gregory Bateson est l'un des chercheurs les plus célèbres de cette école, connu notamment pour ses travaux sur la communication interpersonnelle. Il a théorisé les notions d'interaction et de rétroaction (feedback). Selon lui, c'est l'interaction ou le retour du récepteur qui permettent d'ajuster le message (les interactions verbales et non verbales). Il a aussi évolué la notion de « la communication paradoxale » vers celle de double bind (double lien), qui correspond dans le discours à l'injonction paradoxale. Avec l'émergence du modèle interactionniste et systémique issu de l'école de Palo Alto, la communication prend une nouvelle définition : celle de la participation de l'individu à un système d'interaction qui le met en contact avec les autres. (Joly, 2009, p. 26)

L'une des figures essentielles de l'école de Palo Alto est Paul Watzlawick, selon ce chercheur. L'idée fondamentale consiste à ne jamais voir l'individu comme une personne isolée, mais comme l'élément d'un système de communication composé de plusieurs personnes au sein duquel le comportement de chacun est influencé par autrui (dépend des autres). Un autre principe connu de cette école est celui de « **que nous ne pouvons pas ne pas communiquer** ». (Molénat, 2020) ce qui veut dire que même la communication non verbale peut influencer sur les autres.

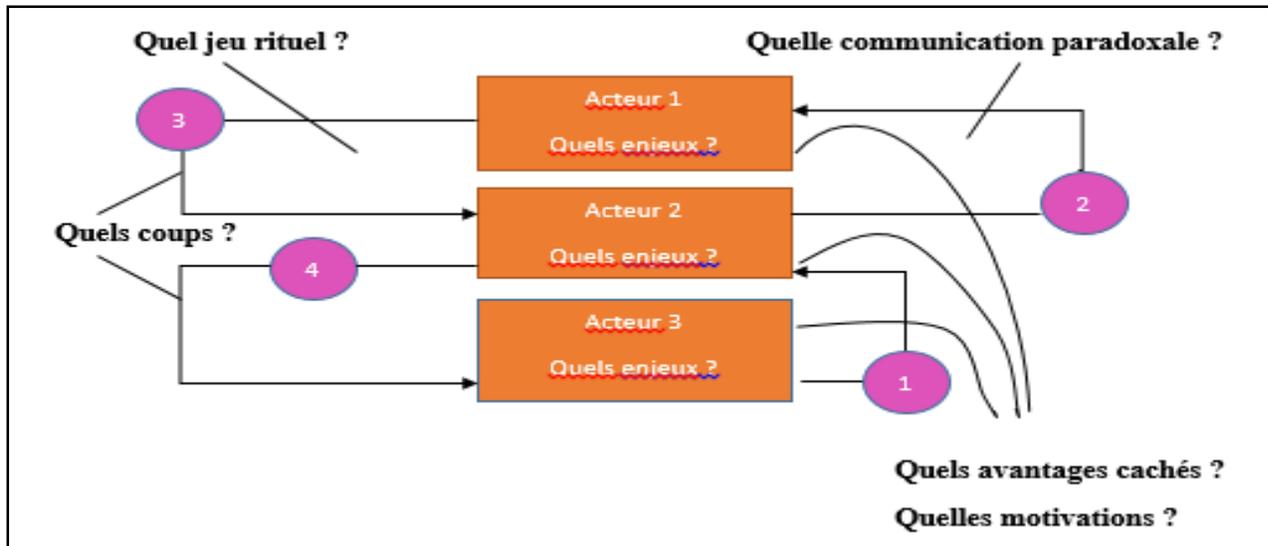


Figure 3. 5 : Le modèle interactionniste de l'École de Palo Alto (Adary, 2015, p. 27)

2. Réexamen des théories classiques dans le contexte contemporaine

Dans un monde en constante évolution où les progrès technologiques et les changements socioculturels recadrent la façon dont les gens communiquent quotidiennement nous obligent à une exploration des modèles de communication classiques. Ceux-ci ont été créés à différentes époques et dans des environnements particuliers, mais ont joué un rôle central en nous initiant au monde des mécanismes d'interaction humaine. Néanmoins, à la lumière des défis actuels avec l'émergence des RSN, la mondialisation et la saturation des technologies numériques, il est essentiel de remettre en question leur pertinence aujourd'hui et leur application à notre environnement de communication actuel.

Selon la synthèse de (Picard, 1992, p. 83) Les modèles de communication ont peu à peu évolué, passant de la simple transmission de messages à une vision plus complexe fondée sur l'interaction. Les approches psychosociologiques ont remplacé les premiers modèles techniques en reconnaissant la dynamique et la multi dimensionnalité des échanges communicatifs.

Les modèles classiques, comme le modèle du code, se concentrent sur la transmission et la compréhension des messages, mais ils ne sont pas entièrement à l'écoute de la complexité de la communication. Le modèle interactionnel, une troisième perspective, met en évidence les éléments dynamiques de la communication en tant que processus d'influence, en incluant des concepts tels que le contrat, l'enjeu et la stratégie. Cette évolution révèle une compréhension plus approfondie

de la communication, allant au-delà de la simple transmission d'informations pour reconnaître son caractère interactif et influent. (Picard, 1992)

2.1. Le modèle de Shannon et Weaver

Ce modèle, créé en 1948, très répandu dans les industries des télécommunications et de l'informatique, il définit la communication comme un processus linéaire où le message est encodé par un émetteur, transmis par un canal de communication, puis décodé par un récepteur. Cette méthode a été radicalement novatrice pour son temps car elle a donné la possibilité de mesurer l'efficacité des systèmes de communication, en particulier dans les secteurs de la téléphonie et de la transmission des données. (Aude Riou, 2010) Malgré cela elles représentent des limites car elle ne rend pas compte de la complexité des interactions humaines.

Une critique majeure de ce modèle est qu'il ne prend pas en considération la rétroaction (feedback). Dans les échanges de communication modernes, la rétroaction joue un rôle essentiel dans la création d'un dialogue et l'adaptation du message en fonction des réactions et des besoins du destinataire. Le modèle de Shannon et Weaver, en ignorant ce processus, ne reflète pas pleinement la nature interactive et dynamique de la communication humaine.

En outre, ce modèle a tendance à simplifier la communication en la réduisant à un processus de transmission linéaire, (Aude Riou, 2010) alors que la communication est souvent variée, complexe et contextuelle dans la réalité. Les progrès technologiques, à leur tête les réseaux sociaux numériques ont modifié la façon dont les individus interagissent et échangent de l'information, remettant ainsi en cause la validité du modèle de Shannon et Weaver dans les environnements de communication modernes.

Même si le modèle de Shannon et Weaver a posé les principes fondamentaux de la compréhension des processus de communication, son application dans les contextes actuels demande une réflexion critique et une adaptation afin de saisir pleinement la diversité et la complexité des interactions communicationnelles humaines.

2.2. Le modèle de la spirale de silence

Le modèle de la spirale de silence apporte une vision essentielle de la dynamique complexe de la formation de l'opinion publique. Cette théorie s'appuie sur le fait que les personnes sont influencées par l'opinion dominante qui prévaut dans leur milieu social et qu'elles ont tendance à

dissimuler leurs opinions divergentes par peur d'être marginalisées ou exclues. (Noëlle-Neumann, 1989)

Dans un monde où les réseaux sociaux jouent un rôle essentiel dans la diffusion et la formation des opinions, la spirale du silence est d'une importance capitale. Effectivement, ces plateformes permettent aux personnes de s'exprimer et de partager leurs idées, mais aussi où l'opinion dominante peut exercer une forte pression sociale sur les individus qui s'opposent. (sedda, 2021)

Nous pouvons observer différentes manifestations de cette pression sociale, allant de la crainte de l'invalidation sociale à la menace de représailles professionnelles ou personnelles. De cette façon, les personnes peuvent se sentir obligées de se plier à l'opinion dominante pour préserver leur intégration sociale.

La spirale du silence n'est cependant pas seulement une question de conformité sociale. Elle souligne aussi le rôle des médias et des leaders d'opinion dans la diffusion et la légitimation de certaines opinions au détriment d'autres. Dans un contexte de polarisation et de fragmentation de l'information dans les médias, les personnes peuvent être plus exposées à des discours et des narratifs qui renforcent l'opinion dominante, accentuant ainsi le phénomène de la spirale du silence. (Noëlle-Neumann, 1989) Ce modèle met ainsi en évidence l'importance de l'interaction sociale et de la pression sociale dans la construction de l'opinion publique, ainsi que les difficultés auxquelles les individus font face dans un monde où les réseaux sociaux jouent une influence croissante sur les perceptions et les comportements des individus.

2.3. Le modèle de communication de Jakobson

Le modèle de communication de Jakobson, propose une vision essentielle des différentes fonctions du langage dans les interactions communicatives. Ce modèle souligne la complexité et la diversité du langage dans la communication entre les individus. (Joly, 2009)

Jakobson identifie six fonctions linguistiques : référentielle pour l'information, expressive pour les émotions, conative pour les intentions, phatique pour le contact, métalinguistique pour la clarification, et poétique pour l'esthétique et le message. (Joly, 2009) Ces fonctions mettent en évidence la variété des rôles que le langage joue dans la communication entre les individus.

Dans un environnement où les canaux de communication et les contextes d'interaction sont variés notamment la variété des plateformes des réseaux sociaux, le modèle de Jakobson met en

évidence l'importance de la richesse du langage pour une transmission efficace des messages. En saisissant et en exploitant de manière adéquate ces diverses fonctions linguistiques, les interlocuteurs peuvent améliorer la qualité et l'efficacité de leurs échanges de communication, ce qui favorise une meilleure compréhension et une plus grande connexion entre les personnes.

2.4. L'approche de l'école de Palo Alto

L'école de Palo Alto, qui a vu le jour dans les années 1950 en Californie, apporte une nouvelle vision de la communication. Cette méthode, traditionnellement appelée organique, souligne l'idée que les relations humaines sont des systèmes complexes où chaque personne joue un rôle essentiel. (Aude Riom, 2010) Elle met l'accent sur l'interaction et la rétroaction, met en évidence que la communication ne se résume pas à un simple échange de messages linéaire, mais qu'elle est un processus dynamique et circulaire, où les participants sont constamment influencés les uns par les autres. (Joly, 2009) Cette approche systémique de la communication admet que chaque personne est liée à un réseau plus large de relations sociales et d'influences culturelles. (Joly, 2009) Il n'y a donc pas de vide dans les interactions, mais au sein de structures sociales complexes où les rapports de force, les normes culturelles et les valeurs individuelles s'articulent pour influencer les échanges communicatifs.

L'école de Palo Alto met en évidence l'interconnexion des acteurs et des influences, (Molénat, 2020) ce qui souligne l'importance de saisir la communication dans son contexte global. Cette approche propose d'analyser les interactions non seulement du point de vue des acteurs concernés, mais également en prenant en considération les systèmes plus larges dans lesquels ils évoluent.

Section 02 : Exploration postmoderne de la communication

Dans cette section, nous examinons comment la communication évolue à l'ère des réseaux sociaux numériques. Et comment ces plateformes ont transformé notre façon de produire, partager et consommer des informations. En explorant les changements des modèles de communication, l'influence sur l'espace public en ligne.

En générales nous soulignons les évolutions importantes en termes de communication et d'information qui influencent notre société médiatique actuelle.

1. Qu'est-ce qu'un réseau social

Le réseau social est lié à un contexte social qui peut être défini comme étant constitué d'au moins deux éléments : des acteurs ou des agents qui prennent des décisions et agissent et des relations qui sont les liens entre les acteurs. (Armelle Baïdouri, 2013) D'autre part, c'est des actions de communication qui aboutissent des relations et des liens entre les individus.

L'expression réseau numérique est née avec l'apparition des liens sur internet, c'est-à-dire virtuellement, avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication TIC. Les caractéristiques du réseau social physique sont principalement présentes dans le réseau social numérique RSN. C'est le résultat de deux révolutions simultanées le sociale et le numérique. (Armelle Baïdouri, 2013) Les RSN sont ainsi le produit de cette convergence, fusionnant les interactions sociales traditionnelles avec les possibilités offertes par les technologies numériques.

Ils sont présentés sous plusieurs appellations, Web 2.0, Web social, Web ou Web participatif, Cette perspective mobilise diverses formes de liens et de flux d'information, ce qui rend la compréhension du phénomène des médias sociaux et de leur histoire de participation assez complexe. (Alexandre Coutant, 2012)

Cela évoque une variété de façons de participer, allant des commentaires et des réactions à la co-production de contenus sous diverses formes (texte, audio, vidéo), à l'engagement dans des événements en direct et à la contribution financière, avec l'utilisation de différentes technologies. (Alexandre Coutant, 2012)

2. Les Transformations des Modèles de Communication à l'Ère des RSN

L'avènement des médias sociaux ont bouleversé la manière traditionnelle de la communication et de la produire de l'information, en donnant l'opportunité au grand public de créer et partager des contenus dans un espace d'autopromotion et d'interaction avec d'autres utilisateurs. Dans ce nouveau modèle, l'utilisateur est responsable du contenu tandis que la plateforme se charge de garantir la qualité du service sur les plans techniques et esthétiques. (Versini, 2019)

Les modèle traditionnelle de communication linéaire « émetteur-récepteur » de Shannon (Aude Riom, 2010) sont incapable de répondre aux besoins dans un contexte où l'interaction et le feedback prennent le dessus.

Cependant, Les scientifiques rejettent les méthodes linéaires et choisissent une approche plus globale et interactive de la communication, spécifiquement via les réseaux sociaux. Cette approche moderne va au-delà de la transmission d'informations pour se concentrer sur l'écoute, l'analyse, l'appropriation et l'influence mutuelle. L'évolution de la pensée a conduit à l'examen des pratiques professionnelles à partir d'un modèle interactif, semblable à celui proposé par Grunig et Hunt dès 1984. (Gauthier, 2015) Les outils du Web 2.0 amènent les professionnels de la communication à adopter de nouvelles méthodes et à établir de nouvelles relations avec leur public, remettant en question les modèles traditionnels de communication. (Gauthier, 2015)

Il est donc important de bien comprendre comment les modèles théoriques de la communication organisationnelle ont évolué afin de s'adapter au changement de paradigme.

3. L'évolution de la communication

Au cours des dernières années, le domaine de l'information et de la communication a subi des transformations profondes. Bouleversant notre manière de consommer et de partager l'information. Ces changements ont modifié la dynamique entre émetteurs et récepteurs et ont créé de nouvelles formes d'incommunication, provoqué par la rapidité et la densité de l'information disponible. Cette évolution, vue par certains comme une démocratisation de l'accès à la culture et par d'autres comme une menace pour l'humanité, pose des questions essentielles sur les pratiques de communication contemporaines. (Cabanel, 2018)

Nous pouvons d'après Robin Cabanel illustrer cette évolution par les points suivants posant à la fois des opportunités et des défis : (Cabanel, 2018)

- Les réseaux sociaux reflètent et amplifient les clivages sociaux, avec une forte endogamie, et des différences d'accès à l'information malgré l'apparente disponibilité de l'information publique.
- Les réseaux sociaux numériques sont perçus comme renforçant la communication, mais ils ont en réalité accru l'information et la connexion sans améliorer la véritable communication.
- Dérégulation et multiplication des canaux de diffusion qui s'ajoutent aux canaux traditionnels.
- Croissance exponentielle des nouvelles technologies de l'information et de la communication, entraînant une déstructuration de l'information et de la communication.
- Augmentation de l'omniprésence de l'information spécialisée et dense, mais avec une prédominance de l'incommunication, qui devient une fin en soi à cause de la technicisation.

4. La révolution des Modes de Diffusion de l'Information

Les réseaux sociaux se sont développés en tant que plateformes indépendantes, ce qui a permis la création de groupes en ligne qui consomment et créent activement des contenus à travers des réseaux web. Ces contenus, issus des secteurs culturels et des membres de ces groupes, établissent un nouveau cadre médiatique. Les médias sociaux sont désormais considérés comme les fondements des nouveaux médias avec l'émergence de ces nouveaux acteurs économiques et de dispositifs de communication. (Lafon, 2017)

Différentes catégories ont été élaborées depuis les années 2000 afin de classer et de comprendre ces plateformes dynamiques :

- Typologies fonctionnelles

Créées par des spécialistes de la communication numérique, elles soulignent les caractéristiques particulières des réseaux sociaux, comme la discussion en direct, le partage de contenu et la collaboration, afin de les exploiter de manière stratégiques. (Lafon, 2017)

- Typologie socio-pragmatiques

Ces classifications sont dominantes dans les milieux académiques et articulent les dispositifs technos sociaux avec les pratiques qu'ils suscitent. Elles mettent l'accent sur les diverses

utilisations des réseaux sociaux, en soulignant des tensions comme l'interaction sociale contre l'intérêt individuel ou le contenu produit par l'utilisateur par rapport à son identité. (Lafon, 2017)

- Typologies langagières

Basées sur des fondements linguistiques, permettent de déterminer les genres médiatiques en fonction de leurs caractéristiques textuelles. Les conversations informelles, les publications planifiées et les contenus navigants sont ainsi différenciés, ce qui témoigne de la variété des interactions sur les réseaux sociaux. (Lafon, 2017)

A partir de ces classifications nous constatons la manière dont les réseaux sociaux transforment les modes de diffusion et de l'information, ainsi que la nature même de la communication en ligne.

Les médias sociaux et les médias de diffusion partagent des similitudes dans l'évolution des modes de diffusion de l'information. Leurs modèles économiques reposent sur une organisation structurée, des dispositifs spécifiques et l'engagement actif des consommateurs. Ensemble, ils participent à l'émergence d'un nouveau domaine médiatique, où les médias cherchent à intégrer les interactions de la communication interpersonnelle. (Lafon, 2017)

5. L'espace public en ligne

Depuis l'époque des Lumières, l'espace public est un cadre social permettant une communication libre et sans censure, abordant des sujets culturels et collectifs. Depuis les travaux des encyclopédistes et le débat sur les Lumières lancé par la *Berlinische Monatsschrift* en 1783, l'espace public est vu comme un régulateur intellectuel, favorisant l'auto-organisation rationnelle de la société et l'amélioration de l'État en limitant l'abus de pouvoir. Avec les institutions du marché, des associations et des partis, il est une catégorie centrale de la société civile. (Nina Birkner, 2014)

L'espace public sur Internet est extrêmement fragmenté, contrairement à l'espace public traditionnel qui est souvent dominé par les mass médias et tend à isoler les citoyens. En ligne, les internautes sont incités à interagir sur divers blogs, forums et réseaux sociaux. Cette fragmentation crée de nombreux lieux de discussion et de construction intellectuelle, rappelant les cafés européens du XVIIIe siècle, identifiés par Habermas comme la sphère publique bourgeoise. (François Filliettaz, 2011)

Les échanges en ligne manquent souvent d'intérêt intellectuel apparent. Il serait toutefois injuste de les mépriser. Yann Leroux, souligne que l'intérêt d'Internet réside justement dans la possibilité de publier des messages sans grande importance. Sur des plateformes comme Facebook, nos échanges ne visent pas l'efficacité. Une grande part de nos interactions est de nature phatique, comprenant des conversations futiles ou humoristiques, essentielles aux échanges sociaux. (François Filliettaz, 2011)

Sur les réseaux sociaux, les utilisateurs créent des pages personnelles où ils partagent des photos, goûts, humeurs et centres d'intérêt. Ils se lient à d'autres utilisateurs, appelés (amis), pour partager ces informations avec eux. Ce système de micro-publication simplifie l'expression et l'échange par rapport aux anciens outils comme les blogs et les sites personnels. La clé du succès des réseaux sociaux réside dans cette facilité de transformation des lecteurs passifs en contributeurs actifs avec de simples publications. De ce fait les RSN ont démocratisé l'usage du web, favorisant des pratiques de communications et d'expression de soi variées et dispersées géographiquement. (Cardon, 2010)

6. Caractéristique de l'espace public en ligne

Danah Boyd identifie trois caractéristiques majeures de ce nouvel espace public :

- **La présence de publics invisibles**, où il est impossible de déterminer qui peut consulter nos pages, voir nos photos, lire nos textes (François Filliettaz, 2011) Donc, même si la connectivité en ligne présente des bénéfices, il est essentiel que les personnes comprennent et gèrent les conséquences de cette visibilité restreinte sur leurs interactions et leur sécurité en ligne.
- **L'effondrement du contexte**, la création d'identités multiples dans des contextes différents permet l'expression de toutes les facettes de la personnalité (par exemple, l'utilisation de pseudonymes distincts sur des réseaux sociaux à vocation différente, comme ludique ou technique). Cependant, il n'y a pas de séparation totale des identités numériques, car il est relativement simple de repérer et de regrouper des liens entre des profils. (François Filliettaz, 2011) En créant des identités multiples sur divers réseaux sociaux, on peut exprimer une personnalité diversifiée, mais il est possible de relier ces profils, même si la séparation semble apparente, mettant en évidence les difficultés de la vie privée en ligne.

- **L'effacement de la frontière entre le public et le privé**, qui est une caractéristique de la modernité dans son ensemble, reflète dans la société de l'information l'importance de redéfinir les frontières entre l'intime et le collectif. Elle se manifeste sous la forme de la quête d'un endroit public, comme Facebook, qui offre la possibilité d'exprimer des exigences personnelles. Dans cette situation, l'ouverture aux autres ne se limite pas à une simple métaphore, elle adopte le registre sémantique de l'hospitalité (invitation, cadeaux, dons...etc), autant de clés sur Internet qui permettent d'accéder à un espace intime commun. s (François Filliettaz, 2011)

7. La dualité de l'autonomisation sociale sur les réseaux sociaux en ligne

Les interactions en ligne abolissent la distinction entre les discussions privées et les échanges publics classiques, modifiant ainsi la manière dont l'information est diffusée. Autrefois contrôlée par les médias et les industries culturelles, cette diffusion est aujourd'hui largement alimentée par des échanges en ligne, les partages et les conseils des simples citoyens. La démocratisation de cette évolution favorise la production et la circulation de l'information, mettant les individus au centre du paysage médiatique actuel. Dominique Cardon propose deux interprétations opposées à ce phénomène. (Cardon, 2010)

Un premier débat confronte deux perspectives contradictoires sur l'effet de l'autonomisation de la prise de parole en ligne. Le point de vue républicain s'inquiète de la dilution des critères de légitimité et de la qualité des contenus en raison de la participation des amateurs. Elle redoute aussi que ce changement ne détourne l'attention du débat public des enjeux civiques majeurs. D'un autre côté, la vision de l'autonomisation des citoyens considère cette autonomisation comme une occasion de renforcer les compétences critiques et la participation démocratique en offrant aux individus la possibilité de s'exprimer librement et de contribuer à la sphère publique du web. Elle met également en évidence que cette évolution ne substitue pas les formes traditionnelles de démocratie, mais génère de nouvelles dynamiques où les médias traditionnels doivent dialoguer avec les productions des citoyens. (Cardon, 2010)

Un deuxième débat se pose sur la transformation de l'espace public provoquée par l'influence d'Internet sur les émotions et la subjectivité des usagers. Une approche biopolitique, inspirée des travaux de Michel Foucault, propose l'idée d'une nouvelle forme de domination qui découle de la marchandisation des préférences, des interactions sociales et des liens amicaux, les soumettant à

une logique calculatrice. Selon cette analyse critique, les formes d'autonomie apparente, comme la liberté de parole ou la participation bénévole, sont considérées comme des facteurs qui contribuent à renforcer un individu qui répond aux exigences néolibérales de flexibilité et de performance. En opposition, une autre perspective, basée sur le concept de pollinisation développé par Yann Moullier-Boutang, considère la coopération entre les individus comme intrinsèque aux relations humaines et dépassant les mécanismes d'appropriation capitalistes.

Cette vision fait le lien avec le comportement des abeilles, dont les activités au sein de leur ruche participent à la pollinisation de l'écosystème dans son ensemble. Par conséquent, les formes de coopération repérées sur Internet ont des effets positifs sur la collectivité, comme une intelligence collective des biens communs et de nouvelles formes d'échanges culturels qui ne sont pas prises en compte par l'État ou le marché. (Cardon, 2010)

Conclusion

Dans ce chapitre, il est démontré que les RSN ont profondément transformé le paysage de la communication de manière complexe. Facilitons une démocratisation sans précédent de l'accès à l'information et à la communication.

Au bout du compte, Les plateformes des réseaux sociaux numériques offrent une grande occasion de mobiliser les diplômés universitaires, modifiant ainsi la façon dont les individus communiquent, collaborent et s'organisent autour de différentes initiative.

Il est essentiel de mettre en place des stratégies de communication adaptatives et éthiques afin de tirer pleinement parti de ces potentialités. Cela permettra aux diplômés de s'engager de manière efficace et responsable dans un environnement numérique en perpétuelle mutation. Grâce à cette approche globale, on pourra optimiser l'effet des initiatives de mobilisation tout en réduisant les risques liés à l'utilisation des RSN.

Chapitre IV

Présentation des données de la recherche

L'arrivée des réseaux sociaux numériques a modifié la manière dont les diplômés universitaires s'engagent et se mobilisent. Ces plateformes interactives offrent un espace parfait à l'échange d'idées, d'expériences et d'opportunités professionnelles, ce qui facilite une participation active dans des initiatives sociales et professionnelles. La qualité des interactions en ligne est essentielle dans cet engagement, car elle laisse la possibilité aux diplômés de construire des liens significatifs et de partager des contenus pertinents. De plus, la visibilité des publications et le Networking offert par ces réseaux élargissent les possibilités d'engagement et de mobilisation.

La communication horizontale, caractérisée par un échange égalitaire et interactif, joue également un rôle majeur dans ce processus. En favorisant un cadre propice à la libre expression et à la collaboration, elle encourage les diplômés à partager leurs expériences, opinions et aspirations de manière ouverte et exploratoire. Cette horizontalité renforce le sentiment de communauté au sein de la population des diplômés universitaires, créant ainsi un environnement propice à la mobilisation collective autour de causes communes. En somme, les réseaux sociaux numériques ont élargi les possibilités d'engagement et de mobilisation des diplômés universitaires, offrant un espace dynamique où les idées peuvent circuler librement et où les actions collectives peuvent prendre forme.

1. Présentation du groupe Facebook

Le groupe "Syndicat National des Titulaires de Master et Doctorat « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراة » sur Facebook, est créé il y'a environ deux ans le 20 septembre 2021 par Mourad Badi (l'administrateur le plus actif du groupe), contient actuellement 12 958 membres au total ce qui fait 13K.

Ce groupe est doté d'une crédibilité et d'un pouvoir qui lui permettent d'atteindre les autorités nationales, y compris le ministère de l'Éducation nationale, ce qui en fait un espace virtuel dynamique et engagé au sein de la communauté des étudiants en post-graduation en Algérie.

Initialement établi pour répondre à un besoin crucial, celui de défendre le droit à l'emploi de ces enseignants dans les universités algériennes, le groupe s'est rapidement imposé comme une plateforme centrale de discussion, d'organisation et de mobilisation.

Son évolution, symbolisée par la modification de son nom en juin 2023, reflète l'élan et la maturité d'un mouvement qui ne se limite pas à revendiquer des droits, mais qui s'attache

également à proposer des solutions concrètes et à influencer le débat public sur l'éducation supérieure en Algérie.

Avec une activité soutenue et une participation diversifiée, le groupe témoigne de la volonté des titulaires de master et doctorat de s'organiser collectivement pour faire valoir leurs droits et pour contribuer positivement à l'amélioration du système éducatif algérien.

À travers une analyse approfondie des publications, des interactions et des thèmes récurrents au sein de ce groupe, ce mémoire vise à comprendre non seulement les défis spécifiques auxquels sont confrontés les enseignants titulaires de master et doctorat en Algérie, mais aussi les stratégies et les dynamiques de mobilisation qui caractérisent ce mouvement. En examinant de près les discours, les revendications et les actions des membres du groupe, cette étude aspire à éclairer les enjeux plus larges liés à l'emploi, à l'éducation et à la gouvernance universitaire dans le contexte algérien contemporain.

Ce groupe constitue bien plus qu'un simple espace de discussion en ligne, il incarne l'émergence d'une voix collective, organisée et déterminée, au sein de la société civile algérienne, et offre ainsi un terrain fertile pour une analyse approfondie des transformations sociales, politiques et éducatives en cours dans le pays.



Figure 5. 1 : photo de couverture du groupe « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراة »



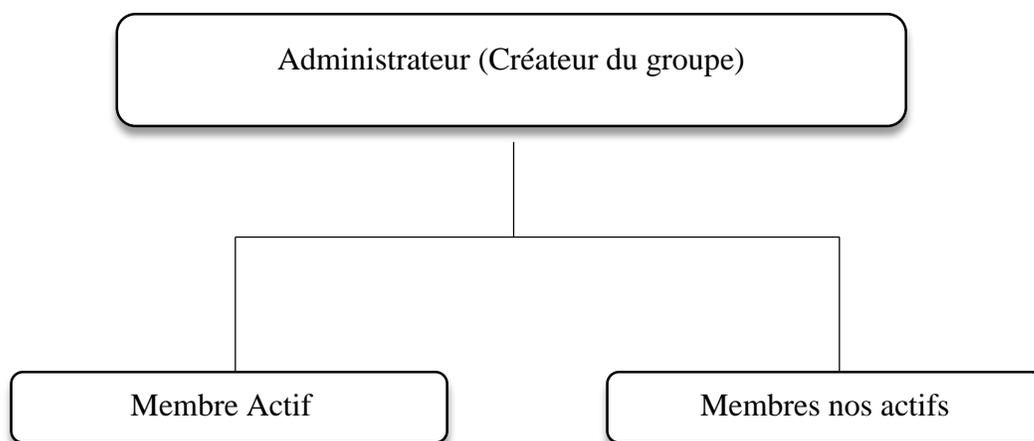
Figure 5. 2 : Capture d'écran de groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراه »

Source : <https://web.facebook.com/groups/958216698060332>

2. Organigramme de groupe Facebook

L'organigramme suivant, la structure par laquelle est organisé le groupe. En haut de l'échèle nous avons le créateur de ce groupe nommé **Mourad Badi** qui est l'administrateur et le membre le plus actif au sein de ce dernier en terme de partage de publication et d'initiative à prendre, ainsi il détient le pouvoir de la gérance.

Les membres actifs et inactifs sont soumis à l'administrateur et représentent les deux principales catégories de membres de l'équipe. Les membres actifs sont ceux qui participe d'une manière évidente a la prise de décision et à l'échange d'idées à travers les commentaires.



3. Les missions et objectifs de groupe Facebook

Le groupe Facebook « Union Nationale des Titulaires de Masters et Doctorats » vise avant tout à fédérer un grand nombre de diplômés pour revendiquer leurs droits auprès des autorités compétentes. Essentiellement, il s'engage à soutenir les droits à l'emploi des enseignants algériens titulaires d'un master et d'un doctorat. Grâce à la création d'un réseau solide composé diplômés universitaires, ce groupe cherche une aide sur une base réciproque pour résoudre les problèmes liés au chômage, notamment en facilitant l'inclusion de ses membres dans le monde universitaire en tant qu'enseignants.

Outre cet objectif fondamental, le collectif cherche à s'imposer comme un forum d'échange d'idées et de suggestions pratiques visant à valoriser le cadre éducatif algérien. De plus, il entend influencer le discours plus large sur l'enseignement supérieur en soulignant les obstacles qui se

dressent sur le chemin de ses membres. En sensibilisant davantage à ces questions, on espère que des mesures concrètes seront prises, non seulement pour transformer les défis identifiés, mais aussi pour renforcer l'unité et la solidarité au sein du groupe.

L'objectif de l'organisation est de défendre les droits du travail des enseignants algériens titulaires de diplômes de troisième cycle et de doctorat. Fournir un forum vivant qui puisse inspirer des discussions, favoriser l'ordre et déclencher une action de masse. En plus de se battre pour leur juste part, le groupe s'engage à proposer des solutions viables pour réorganiser le système éducatif algérien, dans l'espoir que cela influencera la manière dont le discours sur l'enseignement supérieur est tenu dans le domaine public. Ses objectifs consistent à susciter l'unité parmi les éducateurs, à partager des histoires de réussite, mais plus encore à relever les défis rencontrés, à promulguer une métamorphose visible et à consolider la camaraderie entre tous les membres comme un front consolidé, ils se distinguent ainsi comme une entité puissante qui façonne les contours de la société civile algérienne en approfondissant les analyses qui entourent les réformes sociales, politiques et éducatives en cours à l'horizon de leur pays.

Chapitre V

Analyse des résultats

La dernière étape du processus de recherche consiste à passer de la génération de données à leur mesure. (Lavarde, 2008) L'analyse et l'interprétation des résultats constituent une étape analytique de la recherche. Cela nous permet de donner un sens aux données collectées et de comprendre leur signification dans le contexte des hypothèses et de la théorie de la recherche.

Pour opter à cela nous allons en premier lieu présenter différentes hypothèses, Deuxièmement, nous discutons et analysons les données qualitatives et quantitatives que nous avons recueillies. Afin de pouvoir affirmer ou infirmer nos hypothèses

1. Présentation des hypothèses

Nous avons émis trois hypothèses, qui nous ont permis de bien mener notre recherche tout au long de notre mémoire qui sont les suivantes :

H1 : Les réseaux sociaux numériques proposent des plateformes interactives et accessibles, ainsi qu'une diffusion rapide de l'information qui facilite la mobilisation et incite les diplômés universitaires à s'engager pour contester et défendre leurs causes.

H2 : Nous pouvons avancer que des facteurs tels que la qualité des interactions sociales en ligne, la visibilité et la pertinence des contenus partagés sont les éléments clés qui incitent les diplômés universitaires à s'engager sur les réseaux sociaux numériques.

H3 : La communication via les réseaux sociaux numériques influence les comportements des diplômés universitaires et nous pouvons dire que l'opinion publique peut influencer sur l'opinion personnelle.

2. Analyse des publications

Dans le cadre de notre étude, nous avons analysés des publications collectées à travers le groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراة »

En procédant à la technique d'analyse de contenu, nous allons traiter les publications postées au sein du groupe Facebook et mesurer le degré d'interaction avec ces dernières, cela à travers les commentaires et les j'aime des publications partagées.

Pour ce faire nous allons exposer nos données, sous forme des captures d'écrans représentant les publications avec l'explication de chacune, en analysons d'une manière qualitatif et quantitatif les variables sous-jacent de notre sujet de recherche.

2.1.La première publication

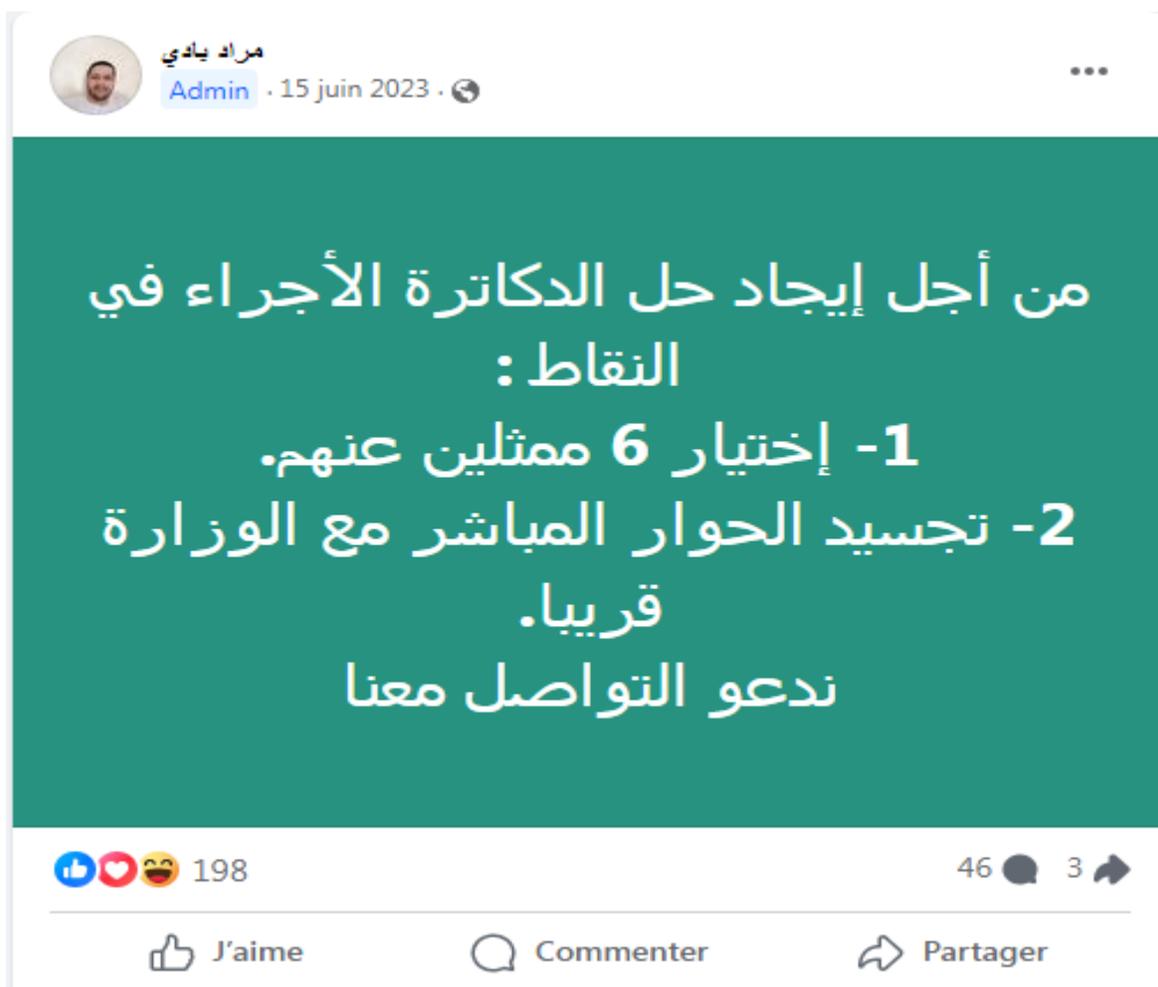


Figure 5. 3: capture d'écran de la première publication

Source : <https://web.facebook.com/groups/958216698060332/permalink/1348131882402143/>

Il s'agit d'une publication poster le 15 juin 2023 à 20h51 par l'administrateur du groupe dans laquelle il a souligné l'importance de se mobiliser et de trouver une réponse aux difficultés auxquelles font face les diplômés. Deux suggestions ont été avancées afin d'aborder cette problématique de façon efficace.

La première, est l'idée de choisir six représentants qui seront les porte-paroles des préoccupations et des revendications des diplômés devant les autorités compétentes (le Ministère de l'éducation supérieurs). Ils s'efforceront à trouver des solutions réalisables et acceptables pour tous.

La deuxième, est de mener une conversation directe avec le Ministère. Il s'agirait d'engager des échanges ouverts et sincères afin de repérer les problèmes spécifiques des diplômés et d'explorer des solutions possibles en collaboration avec les autorités. En fusionnant ces deux méthodes, les diplômés espéreront recevoir des réponses pragmatiques à leurs problèmes et préoccupations.

Ces suggestions sont donc essentielles pour favoriser la prise de décision collective entre les membres du groupe Facebook en toute visibilité ainsi que l'instauration d'une communication efficace entre les diplômés au chômage et les responsables concernés, ce qui contribue en fin de compte à améliorer la situation et les opportunités des diplômés au sein de la société.

2.2.La deuxième publication



Figure 5. 4 : capture d'écran de la deuxième publication

Source : <https://web.facebook.com/groups/958216698060332/permalink/1348123672402964/>

Il s'agit d'une publication poster par l'administrateur le 15 juin 2023 à 19h31, qui appelle les doctorants à ce mobiliser afin d'ouvrir un dialogue direct avec le Ministère dans le but de trouver des solutions à leurs problèmes et leurs revendication.

La mobilisation a pour but principal de rassembler les doctorants pour former une voix unifiée et puissante. En se rassemblant, les diplômés peuvent accroître la pression sur les autorités afin qu'elles répondent de manière appropriée à leur demande.

L'appel souligne la nécessité de dialoguer directement avec le ministère de l'Éducation supérieure. Un tel échange donnerait aux doctorants la possibilité de présenter leurs problèmes spécifiques de façon approfondie et précise. Les échanges directs sont souvent plus performants que les échanges indirects, car ils offrent la possibilité d'aborder de manière subtile les questions complexes et d'explorer les solutions envisageables en temps réel.

Si cette initiative est réalisée avec détermination et persévérance, elle peut entraîner des améliorations importantes sur le plan professionnel et social des diplômés universitaires ayant une difficulté à être employé.

2.3. La troisième publication



Figure 5. 5 : capture d'écran de la troisième publication

Source : <https://web.facebook.com/groups/958216698060332/permalink/1350562525492412/>

Il s'agit d'une publication poster par l'administrateur le 20 juin 2023 à 9h20, il appelle les diplômés titulaires d'un master ou d'un doctorat qui sont au chômage à se mobiliser en urgence.

L'appel à la mobilisation est destiné spécifiquement aux diplômés titulaires d'un master ou d'un doctorat. Malgré leurs niveaux et compétences, ces diplômés font face à des obstacles considérables pour s'intégrer sur le marché du travail. L'objectif de cette mobilisation est d'optimiser l'impact de leurs revendications.

La méthode proposée par l'administrateur est directe et visible, cette méthode concise a spammer les pages officielles. Le spamming est une pratique consistant à envoyer un grand nombre de messages identiques ou similaires à des destinataires, souvent sans leur consentement, dans le but de promouvoir un produit, une idée ou de perturber le fonctionnement d'une plateforme.

Il sollicite alors les diplômés pour qu'ils publient largement sur la page officielle du ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique et sur la page de la Présidence de la République. L'objectif de cette stratégie est d'inonder ces plateformes de contenus pour rendre leur situation impossible à négliger.

Les hashtags sensé être utiliser ceux qui s'engagerons dans cette action sont les suivants :
#Nous_apprécions_la_décision_du_président_de_la_république_de_recruiter_les_docteurs_au_chomage
#nos_remerciement_au_ministre_de_l'enseignement_supérieur_Kamel_Baddari.

Cette initiative a pour but de rassembler le message des diplômés et de rendre la campagne plus cohérente et facilement identifiable sur les plateformes sociales. Ils témoignent à la fois de la reconnaissance des actions entreprises et de la nécessité d'agir concrètement pour résoudre le problème du chômage des diplômés.

2.4. La quatrième publication



Figure 5. 6 : capture d'écran de la quatrième publication

Source : <https://web.facebook.com/100051712882045/videos/1971550926525611/?idortvanity=958216698060332>

Le 14 juin 2023 à 00h03, le président du groupe, Mourad Badi, a diffusé une vidéo en direct de 9 minutes et 29 secondes, incitant les 7467 enseignants qui font partie du groupe à s'engager activement pour protéger leurs droits. Mourad Badi a mis en évidence l'importance de ce mobilisé face aux opposants à la décision du président de la République, annoncée le 28 mai 2023, qui consiste à mettre tous les diplômés universitaires au chômage.

L'administrateur a souligné l'importance de cette mobilisation. Il a mis en évidence que le soutien collective est essentiel pour faire face aux critiques et aux oppositions à la décision du président. Cette décision, qui s'engage à intégrer les diplômés universitaires sans emploi sur le marché du travail.

Mourad Badi a aussi présenté la méthode en deux étapes pour recruter les diplômés. Il souligne que la première étape est maintenant franchie qui était celle de l'intégration des titulaires de licences et de masters. Ce progrès a été salué par lui, tout en mettant en évidence qu'il ne s'agit que du début du processus.

Selon lui la deuxième étape consiste à intégrer progressivement tous les diplômés qui sont au chômage. Cela nécessite un travail constant afin de garantir que non seulement les nouveaux diplômés, mais également ceux qui sont déjà sur le marché du travail obtiennent des postes stables et adaptés à leurs compétences. L'objectif de cette action est de créer une transition fluide et durable afin d'assurer une intégration totale des diplômés sur le marché du travail.

D'après lui, cette initiative ne se limite pas juste à répondre aux opposants de la décision présidentielle. Il rajoute qu'après avoir franchie la première étape qui est celle d'employer les diplômés en licence et en master de passer à la seconde celle d'employer les salariés progressivement.

A la fin il demande aux diplômés chômeurs et au détenteur de licence et de master de se rendre sur la page de ministre de l'éducation supérieur et la page de la présidence de la république pour revendiquer leurs droits d'une façon pacifique dans la section commentaires.

2.5. La cinquième publication



Figure 5. 7 : capture d'écran de la cinquième publication

Source : <https://www.facebook.com/share/v/WSCK2hNLMGBKdSAC/?mibextid=A7sQZp>

Le 19 juin 2023 à 11h21, l'administrateur du groupe « الاتحاد الوطني لحاملي الماجستير و الدكتوراه » a partagé un message important qui annonce un événement important (la diffusion en direct du groupe sur la chaîne nationale *El-Chourouk TV*). En tant que porte-parole officiel du groupe, Mourad Badi a utilisé cette plateforme médiatique pour souligner les revendications et les attentes des diplômés au chômage.

L'administrateur a partagé avec enthousiasme l'annonce de cette intervention médiatique. Mourad Badi a mis en évidence l'importance de cette apparition à la télévision, qui constitue une occasion importante pour le groupe de faire connaître sa voix à un public plus vaste. Étant une

chaîne nationale, El-Chourouk TV bénéficie d'une grande visibilité, ce qui permet de toucher non seulement les diplômés concernés, mais également les autorités.

Cette apparition à la télévision, marque une étape cruciale dans la lutte pour les droits des diplômés au chômage. Cette évènement démontre que le groupe est non seulement actif en ligne, mais aussi capable de défendre ses revendications dans les médias classiques. Ces médias qui peuvent éventuellement accélérer les réactions des autorités et sensibiliser davantage de personnes à la situation des diplômés.

Elle souligne également l'importance et l'influence du groupe dont les membres sont nombreux, dans la promotion de l'affaire des diplômés universitaires.

2.6. La sixième publication



Figure 5. 3 : capture d'écran de la sixième publication

Source : <https://web.facebook.com/groups/958216698060332/permalink/1343063332908998/>

Le 6 juin 2023 à 22h55, l'administrateur du groupe a partagé une publication urgente adressée spécifiquement aux enseignants titulaires d'un diplôme de Master ou de Doctorat, qui ne sont pas

actuellement employés. Cet appel s'adresse particulièrement à ceux qui n'ont pas pu s'inscrire sur la plateforme nationale de recensement des titulaires de Masters et Doctorats avant la date limite du 26 janvier 2023.

La date limite précédente pour l'inscription sur la plateforme nationale ayant été dépassée, cette nouvelle démarche offre une seconde chance à ceux qui n'ont pas pu se faire recenser à temps. L'objectif principal de cette démarche est de compiler une liste officielle des enseignants diplômés non-salariés. Cette liste sera soumise au Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.

Pour participer à cette initiative, les personnes concernées doivent suivre une procédure simple mais essentielle : ils doivent envoyer un e-mail à l'adresse (**badimourad200@gmail**).com. Cet e-mail doit inclure leurs informations personnelles et académiques pour permettre une identification précise. Il est important aussi que les participants fournissent un certificat de non-affiliation. Ce document prouve qu'ils ne sont pas actuellement inscrits comme salariés bénéficiant de la sécurité sociale, il est donc crucial pour garantir l'authenticité des informations et s'assurer que seuls les diplômés réellement non employés sont recensés.

En lançant cet appel, l'administrateur (Mourad Badi) montre une fois de plus son engagement à soutenir les diplômés en difficulté. Son initiative vise non seulement à créer une base de données comprenant les diplômés non inscrits à la plateforme de recensement mais aussi à exercer une pression constructive sur les autorités compétentes. En compilant et en soumettant cette liste, Mourad Badi espère que des mesures seront prises pour offrir des opportunités d'emploi à ces diplômés qualifiés mais négligé

2.7. La septième publication



Figure 5.4 : capture d'écran de la septième publication

Source : <https://www.facebook.com/share/p/QDqcyXcVMAkrxmD1/?mibextid=A7sQZp>

Il s'agit d'une publication partager le 15 février 2023 à 18h20, l'administrateur du groupe a publié un message important réaffirmant l'engagement du groupe envers une lutte pacifique et

légale pour le droit à l'emploi des diplômés. Ce message vise à encourager la mobilisation massive des membres et à promouvoir la solidarité et la persévérance dans leur cause partagée.

Il a clairement souligné que le groupe s'engage à suivre une voie pacifique et légale dans sa quête pour obtenir des droits à l'emploi, cela dans le but d'éviter toute forme de violence ou de conflit avec les autorités ou d'autres parties.

L'objectif premier du groupe, comme l'a souligné l'administrateur, est évident et incontestable (**le droit à l'emploi**). Il s'agit d'une revendication basée sur le principe que chaque diplômé, ayant consacré du temps et des efforts à ses études, mérite une chance et un droit à l'emploi. En mettant l'accent sur ce but spécifique, le groupe garantit que ses efforts sont concentrés et cohérents, et que chaque action entreprise participe directement à l'accomplissement de ce but.

Pour atteindre cet objectif, l'administrateur a initié une méthode de mobilisation basée sur la participation active à la manifestation et la diffusion optimisée de l'information sur les réseaux sociaux.

L'administrateur a également cherché à travers cet appel à maintenir la solidarité et la persévérance. Il a déclaré que le succès de leur cause dépend de l'engagement et de la détermination de chaque membre. La solidarité est définie comme le fait que chacun doit soutenir ses collègues, partager les mêmes objectifs et collaborer de manière harmonieuse. Une pratique constante est essentielle pour maintenir le mouvement, même face à des obstacles.

Cette publication est un appel fort et évident à l'action dans lequel l'administrateur inspire et guide les membres dans leur combat.

2.8. La huitième publication

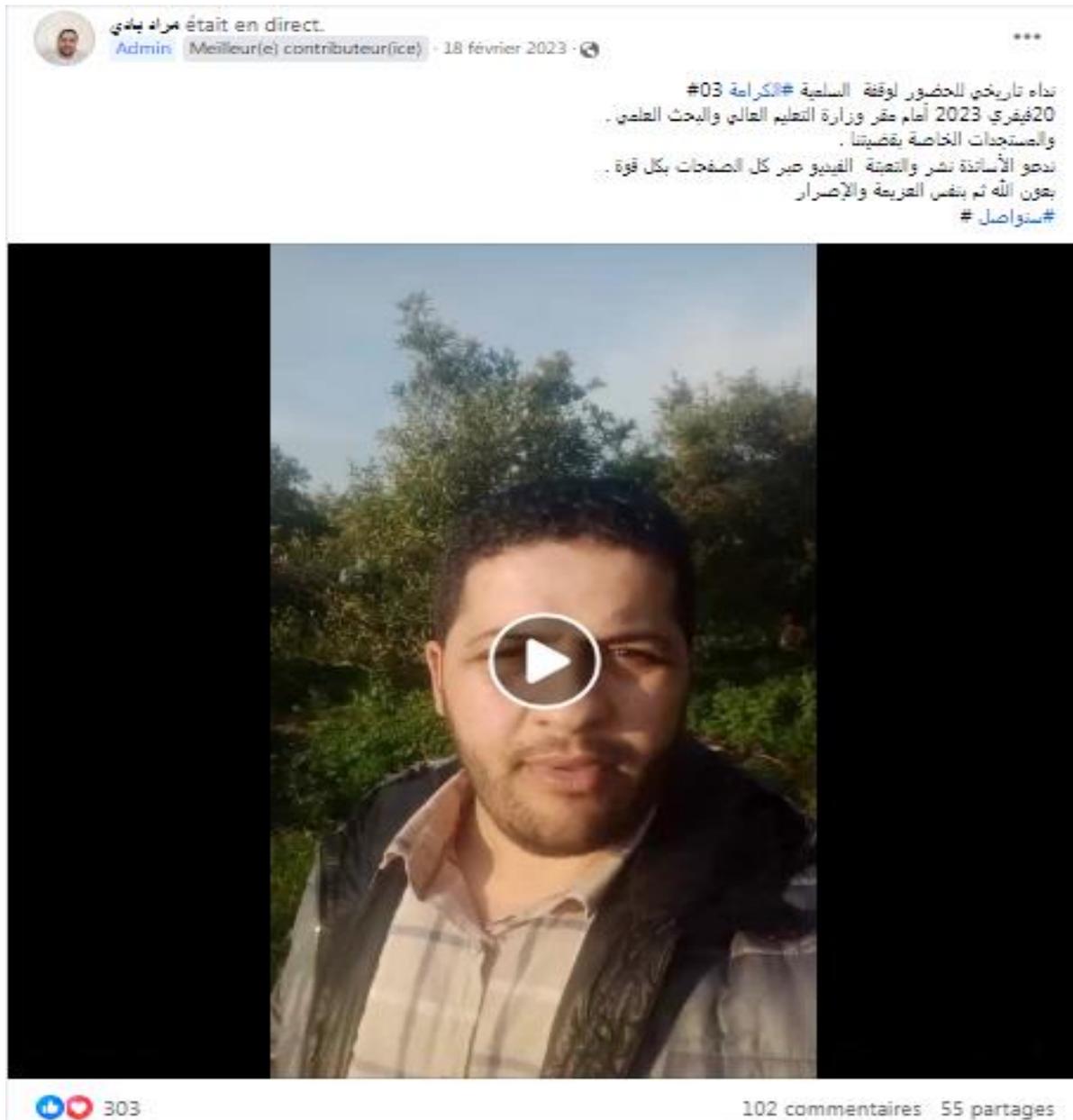


Figure 5. 5 : capture d'écran de la huitième publication

Source : <https://web.facebook.com/groups/958216698060332/permalink/1286197305262268>

Il s'agit d'une vidéo live de 16 minutes et 41 secondes réalisée et postée par Mourad Badi le 18 février 2023 à 17h17, dans laquelle il appelle à une mobilisation massive et pacifique devant le siège du Ministère de l'Éducation Supérieure. Cette vidéo est un appel crucial pour revendiquer le droit des diplômés à être intégrés dans les universités algériennes.

Mourad Badi commence la vidéo en soulignant l'importance de se mobiliser de manière pacifique. Il invite tous les diplômés, ainsi que les membres du groupe, à se rassembler devant le siège du Ministère de l'Éducation Supérieure. Son objectif est clair : créer une manifestation qui soit visible et impossible à ignorer par les autorités. Il insiste sur le caractère pacifique de cette manifestation, afin de maintenir le respect et la légitimité de leur cause.

Tout au long de la vidéo, l'administrateur met l'accent sur les préoccupations et les demandes des diplômés. Il explique que malgré leurs qualifications et leurs efforts, de nombreux diplômés restent sans emploi et ne trouvent pas de place dans le système universitaire algérien. Cette situation crée un sentiment d'injustice et de frustration parmi les diplômés, qui voient leurs années d'études et de travail acharné réduites à néant. Mourad Badi insiste sur le fait que ces diplômés méritent des opportunités d'emploi et de carrière à la hauteur de leurs qualifications.

Il adresse également un appel urgent aux autorités. Il leur demande d'intervenir rapidement pour résoudre ce problème en prenant des mesures concrètes pour intégrer les diplômés dans les universités. Il souligne l'urgence de la situation, expliquant que « plus le temps passe, plus les diplômés perdent espoir et motivation ». Il incite alors les autorités de reconnaître la gravité de la situation et de répondre aux attentes légitimes des diplômés sans emplois.

À la fin de la vidéo, il demande aux membres du groupe de partager largement la publication sur Facebook et autres réseaux sociaux. Il explique que pour atteindre un large public et augmenter la pression sur les autorités, il est essentiel que le message soit diffusé au maximum.

Cette vidéo est un appel mobilisateur. En appelant à une manifestation pacifique, il montre que le groupe est déterminé à revendiquer ses droits de manière respectueuse et organisée.

2.9. La neuvième publication



Figure 5. 11 : capture d'écran de la neuvième publication

Source : <https://web.facebook.com/100051712882045/videos/1241201163452182/>

Le 7 juin 2023 à 18h52, l'administrateur du groupe, a réalisé et partager une vidéo live de 14 minutes et 08 secondes au sein du groupe, dans laquelle il aborde un sujet délicat et crucial pour la cohésion du groupe. Lors de ce live, il a dénoncé les actions de certains individus utilisant des pseudonymes qui s'opposent aux revendications des diplômés membres du groupe et attaquent le ministre de l'Enseignement supérieur ainsi que ses décisions. Il expose leurs véritables intentions, qu'il perçoit comme visant à stopper le mouvement de mobilisation des diplômés.

Mourad Badi commence la vidéo par critiquer ces faux comptes qui, selon lui, nuisent à l'effort en participant à la discorde et en attaquant de manière injustifiée le ministre de l'Enseignement

supérieur. Il explique que ces attaques ne reflètent pas les revendications réelles du groupe et ont un impact négatif sur leur cause. Il souligne que les véritables objectifs des diplômés sont d'obtenir des opportunités d'emploi légitimes et justes, et non de s'attaquer personnellement à des figures politiques.

Il met en garde contre les intentions de ces individus, qu'il accuse de vouloir saboter le mouvement de mobilisation. Il décrit comment ces attaques et polémiques peuvent détourner l'attention des véritables objectifs du groupe et affaiblir leur position. En semant la confusion et la division, ces pseudonymes risquent de ralentir ou d'arrêter complètement les progrès réalisés jusqu'à présent.

Pour faire face à cette menace, l'administrateur appelle les diplômés à prendre ces contradictions très au sérieux. Il insiste sur l'importance de la solidarité au sein du groupe. Il appelle chaque membre à rester unis et à se mobiliser de manière concertée pour atteindre les objectifs communs. Il rappelle que la force du mouvement réside dans l'unité et la détermination collective.

Le message adressé à travers cette vidéo est assis clair aux yeux des membres du groupe il leur demande d'arrêter de créer des polémiques internes. Il met en garde contre les dangers des divisions et des disputes internes qui peuvent affaiblir le mouvement, tout en les incitant à éviter les polémiques et à rester concentrés sur les objectifs communs, à travers cela les membres peuvent renforcer leur position et augmenter leurs chances de succès.

2.10. La dixième publication (n°10)



Figure 5. 12 : capture d'écran de la dixième publication

Source : <https://web.facebook.com/groups/958216698060332/permalink/1295802970968368>

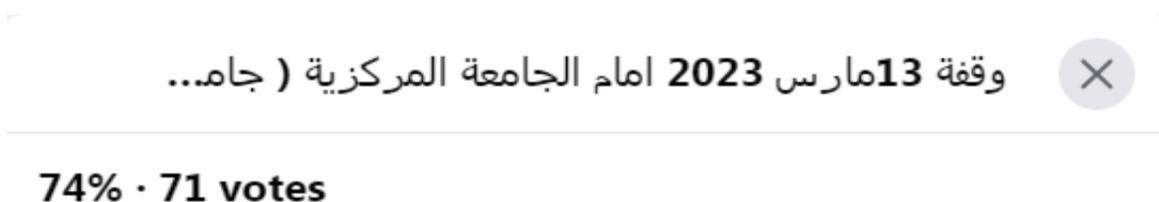
Le 7 mars 2023 à 15h49, l'administrateur du groupe a posté une publication de type sondage dans le but de solliciter la participation des membres à une prise de décision collective concernant l'emplacement de la manifestation prévue pour le 13 mars 2023. Cette démarche participative visait à impliquer les membres dans le processus décisionnel et à assurer que l'action collective reflète les préférences et le consensus de la majorité.

L'objectif principal du sondage était de déterminer l'endroit le plus approprié pour organiser la manifestation, en tenant compte des avis des membres du groupe. L'administrateur souhaitait que la décision soit collective et démocratique, permettant ainsi à chaque membre de sentir qu'il a une voix et un rôle actif dans le mouvement.

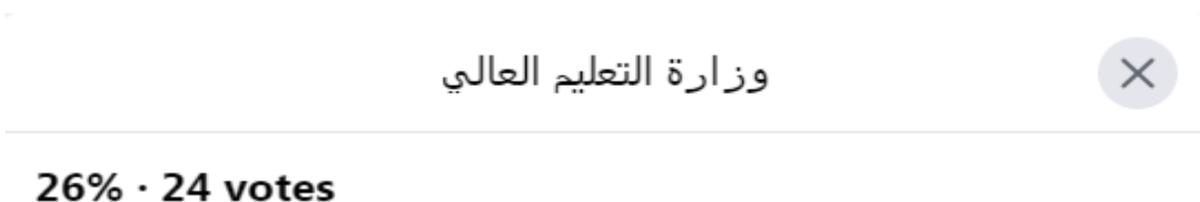
Il a proposé deux options pour le lieu de la manifestation : - **En face de la faculté centrale d'Alger**, ce lieu est symbolique et stratégique. C'est un centre de l'éducation et un lieu de grande affluence étudiante. Le second lieu est **Le ministère de l'Éducation Supérieure**, un lieu directement lié aux autorités responsables des politiques éducatives et des décisions concernant l'emploi des diplômés.

Malgré l'importance de la décision, seulement 95 personnes ont participé au sondage. Néanmoins, l'administrateur a pris en compte les résultats de ce sondage pour décider de l'endroit final de la manifestation, montrant son engagement à respecter la volonté de ceux qui ont pris le temps de voter.

Voici ci-dessous les deux figures qui nous donnent un aperçu sur les résultats des votes :



Les membres ayant voté pour la première suggestion (En face de la fac centrale d'Alger) sont 71 personnes ce qui représente 74% de total des votes.



Les membres ayant voté pour la deuxième suggestion (le ministère de l'éducation supérieur) sont 24 personnes ce qui représente 26% de total des votes.

Les résultats ci-dessus mettent en lumière la participation et la démocratie dans la prise de position des membres de groupe dans les actions entreprises malgré un taux d'engagement considérablement faible.

3. Codage des données mixtes

Tableau 1: Les unités de qualification

	Thème de la publication	format	La nature de la publication	Objectif	Atteinte elle ses objectifs ?	Indicateurs d'engagement
Publication 1	Recherche de solution aux problèmes	Texte	Proposition constructive	Recherche de solutions	partiellement	Taux de commentaires
Publication 2	Appel à la mobilisation	Texte	Appel à la mobilisation	Mobiliser les diplômés sans emplois	partiellement	Taux d'engagement
Publication 3	Appel à la réalisation d'une action collectif	Texte	Appel à l'action	Soutien des décisions du président	partiellement	Taux de commentaires
Publication 4	Appel à la mobilisation et au passage à l'action	Vidéo (live)	Appel à l'action	Défendre les droits	oui	Taux de commentaires et de réactions
Publication 5	Apparition du groupe sur un média nationale	texte - Vidéo	Annonce	information	oui	Taux de commentaires
Publication 6	Appel à mobiliser les non l'inscrit	Texte - photo	Annonce	Revendication	oui	Taux de commentaires
Publication 7	Organisation d'une manifestation	Texte - photo	Préparation de l'action	Défendre les droits	non	Taux d'engagement

Publication 8	Appel à la manifestation	Texte – vidéo (Live)	Appel à l'action	Défendre les droits	Partiellement	Taux de commentaires
Publication 9	Appel à l'unité et à la solidarité	Texte – vidéo (Live)	Discours mobilisateur	Sensibilisation et union du groupe	oui	Taux de commentaires
Publication 10	Choix et vote	Texte - sondage	Action démocratique	Prendre une décision collective	non	Taux de commentaires

Discussion : Le tableau fournit une analyse approfondie des publications pour saisir l'influence et l'efficacité de chaque publication en ce qui concerne la communication et l'engagement sur les réseaux sociaux.

Tableau 2 : Les unités de numérotation

	j'aime	commentaires	tonalité	partages	Taux d'engagement
Publication 1	198	46	Positifs	3	faible
Publication 2	159	37	Positifs	1	faible
Publication 3	220	251	Positifs	6	moyen
Publication 4	415	518	Positifs	33	élevé
Publication 5	268	243	Positifs	14	moyen
Publication 6	341	235	Positifs	44	élevé
Publication 7	102	15	Neutres	3	faible
Publication 8	303	102	Positifs	55	élevé
Publication 9	518	540	Positifs	47	élevé
Publication 10	18	1	Positifs	1	faible

Discussion : Le tableau présente une analyse des publications en termes de réactions. Il permet de mesurer l'interaction et l'engagement des utilisateurs, ainsi que la perception générale de chaque publication sur les réseaux sociaux.

4. Analyse et présentation des publications Facebook

Dans ce qui suit, nous avons traité les données collectées en analysant les publications du groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » qui utilise la plateforme des réseaux sociaux numériques comme un outil crucial pour mobiliser les diplômés universitaires à la recherche d'emploi.

Nous analyserons les publications partager comment un groupe Facebook peut changer la façon dont les gens s'engagent et encourage la coopération entre eux.

Nous avons opté pour un échantillonnage non probabiliste typique (par choix raisonné) afin de sélectionner les publications en se basant sur les thèmes et le nombre d'interactions (j'aime, commentaires, partages, vues) afin de garantir une représentativité des échantillons pour l'étude en question.

À travers une série de publications sélectionner par rapport aux nombres de réactions présentes (commentaires, j'aime, partages) pour disposer d'une matière à analyser.

La première publication

La première publication est sous forme d'un texte informative qui fait appel à l'action. L'administrateur emploie un langage clair et compréhensible afin d'expliquer les difficultés auxquelles font face les diplômés et les solutions suggérées. Il encourage également les membres du groupe à s'engager et à prendre part aux actions de mobilisation, en les incitant à une initiative d'intérêt collectives.

Cette appelle à l'action met en évidence deux stratégie, la désignation de six personnes sancie représenter l'ensemble des revendicateurs et la mise en place d'un dialogue direct avec le ministère. Cette stratégie peut avoir un impact considérable sur la mobilisation des membres du groupe, elle peut leurs procurer un sentiment de responsabilité envers le problème en question, ce qui peut amplifier leurs engagement pour le résoudre. De plus, elle peut ouvrir la voie à un dialogue constructif avec les autorités afin de trouver des solutions concrètes aux difficultés rencontrées par les diplômés.

Nous avons constaté que les interactions sur cette publication reflètent un désengagement au niveau des chiffres (198 j'aime, 46 commentaires et 3 partage), elle n'a pas vraiment suscité un taux d'engagement élevé par rapport aux autres publications similaires.

D'après notre analyse ce désengagement est lié à l'exhaustivité du contenu de cette publication. L'exhaustivité fait référence à la perception qu'à l'utilisateur de sa capacité à s'engager au niveau de spécificité souhaité. (Todd, 2005) Les utilisateurs des réseaux sociaux cherchent à obtenir un contenu satisfaisant. Selon cette réflexion nous avons constaté que les contenus qui ne sont pas ajusté ne répondent pas aux préférences de chaque utilisateur, c'est-à-dire que le contenu comme le cas de cette publication (du genre écrit sans ajustements) n'attire pas forcément l'attention des utilisateurs contrairement aux contenus audio visuels comme les vidéo en direct par exemple.

Cependant, cette cause n'a pas impacter potentiellement l'intérêt des diplômés universitaires par rapport à leur engagement envers l'action entreprisent par l'administrateur, car la publication a quand même suscité un engagement significatif en terme de qualité d'interactions caractériser par un retour positif.

Nous concluons ainsi que même si le nombre de réactions est limiter le contenu et la stratégie poster par l'administrateur a réussi à mobiliser une discussions actif entre les commentateurs. La dynamique du dialogue et de collaboration qui en résulte dans les commentaires est un indicateurs évident qui témoigne de la volante des diplômés au chômage de s'engager à poursuivre et à persévérer dans leurs causes communes.

La deuxième publication

Dans la seconde publication l'administrateur du groupe appelle les doctorants à se mobiliser pour ouvrir un dialogue direct avec le ministère de l'Enseignement supérieur afin de trouver des solutions à leurs problèmes. Afin d'influencer sur les comportements des diplômé sans-emplois il utilise un langage fort et persuasif en soulignons l'importance de la mobilisation et de l'ouverture d'un dialogue direct avec les autorités concernées.

L'emplacement du concept « **nous allons continuer** » (traduit en français) sous forme d'un Hashtag, est une expression par laquelle il passe un double message, le premier est adresser au ministre de l'enseignement supérieur par lequel il veut dire que les diplômés universitaires ne vont pas cesser de contester leurs droits tant qu'ils n'ont pas encore atteint leurs objectifs. Le

second message cible les diplômés sans emploi, dont l'expression fait un rappel de l'importance de la persévérance et de la détermination dans le but d'arriver aux objectifs visés.

Les nombres de réaction ne sont pas fortement élevés en termes de chiffre (159 J'aime, 37 commentaires et un seul partage), mais en analysant les commentaires nous avons constaté que les repenses des membres actifs envers cette appelle à l'unité démontrent leurs appréciation envers l'initiative et reflète ainsi leur volonté à s'engager dans cette action qui visent à améliorer la situation des diplômés. Leurs soutiens reflètent un engagement profond et un désir de voir un résultat concret. « *Les actions sont davantage captivantes lorsqu'elles sont liées à des résultats concrets ou prévisibles* ». (Robert-Vincent Joule, 2010)

En procurons un sentiment de responsabilité envers cette initiative et en soulignons les bénéfices potentiels d'un dialogue direct avec le ministère de l'enseignement supérieur, tels que la possibilité d'être écouté et d'aboutir à des solutions concrètes, cela influence directement sur les diplômés sans emplois.

De ce fait nous arrivons à conclure que cette publication a généré un impact positif sur la mobilisation des diplômés, cela ce voit à travers le feedback (les réactions des membres du groupe sur les commentaires).

La troisième publication

Cette publication est un appel à l'action urgent. L'administrateur décrit la situation des diplômés chômeurs et propose une stratégie radicale pour faire entendre leur voix qui consiste à spammer les pages. L'administrateur s'adresse précisément diplômés chômeurs titulaires d'un master ou d'un doctorat, Il utilise un ton urgent pour les inciter à agir rapidement et Il fournit une méthode précise sur la manière de participer à l'action de spamming en proposons d'utiliser les Hashtags pour rendre leur situation visible et non négligeable.

Le spamming s'agit d'une pratique qui consiste à envoyer un message électronique à un grand nombre de destinataires sans leur accord, Dans certains pays, le spamming est considéré comme une source de préoccupation et peut être puni légalement. **Source spécifiée non valide.** Donc cette pratique peut avoir un impact important sur la visibilité du problème du chômage des diplômés, mais en contre parti nuire à leur image et ainsi cette attitude agressive peut engendrer

du mécontentement chez les autorités et les rendre moins réceptives aux revendications des diplômés.

Les interactions sur cette publication ont atteint une moyenne plus ou moins élevée (220 j'aime, 251 commentaires et 6 partages) cela témoigne de la réussite de cette publication à inciter l'engagement des membres envers cette action. En analysant les commentaires nous avons constaté que cette stratégie a été visiblement appréciée par les membres du groupe, dont la plupart de commentateurs déclarent avoir pris l'initiative de mentionner ce Hashtag en guise de spamme sur les pages officielles ciblées par l'administrateur.

Malgré l'impact négatif que peut avoir cette action, les diplômés ont quand même pris l'initiative de suivre les instructions de l'administrateur et d'opter pour la stratégie qu'il a proposée. Nous arrivons à constater dans ce cas le pouvoir d'influence que détient l'administrateur de ce groupe sur les comportements des membres (diplômés universitaires), en d'autres termes il prend les caractéristiques d'un leader d'opinion. « *Un leader d'opinion est un individu dont la parole, les idées sont susceptibles d'influencer les opinions, les actions d'un grand nombre d'autres individus et notamment ses pairs* ». **Source spécifiée non valide.**

La quatrième publication

La publication représente un contenu audiovisuel sous forme d'une vidéo (live), postée par l'administrateur dans laquelle il a lancé un appel d'un ton urgent incitant les 7467 enseignants à protéger leurs droits et à faire face aux oppositions contre la décision présidentielle.

L'engagement des membres du groupe dans cette action est très élevé par rapport à d'autres publications (415 j'aime, 518 commentaires et 33 partages). Selon notre analyse nous pouvons expliquer ce taux élevé au niveau d'engagement par deux points essentiels.

Le premier peut être dû au fait que la publication est accompagnée d'une vidéo, ce qui la rend plus attrayante. La plateforme Facebook dispose de plusieurs fonctionnalités dont les vidéos en direct en est une. Les caractéristiques techniques de la plateforme de réseaux sociaux jouent un rôle dans l'expérience de l'utilisateur et influencent sa façon d'interagir. (Coimbatore Krishnarao Prahalad, 2004) Les lives permettent d'interagir en temps réel entre les utilisateurs cela peut expliquer le nombre élevé des commentaires sur cette publication (518 commentaires).

La seconde raison de cette augmentation peut être liée au ton urgent employé par l'administrateur, souvent quand il s'agit d'un cas d'urgence les individus se mettent dans un état de pression. Dans le cas de cette appelle nous remarquons que la perception des membres par rapport à cette urgence est liée au poids de son importance, car les enseignants se retrouvent dans une situation qui les oblige à prendre part de l'initiative et protéger leur droits, « *un acte est d'autant plus engageant qu'il est important* ». (Robert-Vincent Joule, 2010)

En analysant les commentaires nous avons remarqué la présence d'une interaction dynamique et un échange en temps réel entre les membres et la personne en question qui se présente sur la vidéo (l'administrateur), ces commentaires représentent des suggestions, des participations à la prise de décision...etc. cette vidéo se revête de certaines caractéristiques qui a fait d'elle un endroit qui encourage à l'engagement et à la mobilisation.

Nous concluons ainsi que les fonctionnalités audiovisuelles des plateformes RSN, constituent une raison principale qui attire l'attention de l'utilisateur à s'y rendre et à participer à l'initiative et qui au final à se mobiliser comme le cas de cette publication.

La cinquième publication

Dans la cinquième publication, le but est de faire connaître aux membres du groupe et au grand public la participation du groupe à une émission en direct sur une chaîne de télé nationale. Avec un ton optimiste, l'administrateur souligne l'importance de cette occasion par rapport au groupe et par rapport aux bénéficiaires qu'elle peut apporter à leurs préoccupations.

Nous soulignons que cette stratégie et bien réfléchie de la part de Mourad Badi (l'administrateur), car l'apparition médiatique du groupe a une portée importante. De plus, elle peut toucher potentiellement des millions de téléspectateurs. De plus *El-Chourouk TV* étant une chaîne nationale potentiellement connue en Algérie, cette intervention permettra d'atteindre et également susciter l'intérêt des décideurs politiques, ainsi contribué à faire avancer la cause des diplômés au chômage en Algérie, étant donné que l'administrateur à exposé toutes leurs préoccupations, demandes et problèmes.

Cette action à motivé une grande partie de la communauté étudiante en ligne (268 j'aime, 243 commentaires et 14 partages), la majorité des commentaires sur cette publication était des remerciements sous forme de Hashtag « #Nous remercions le ministre Kamel Baddari pour son

soutien au diplômés chômeurs, une position historique de l'État algérien », ces remerciement sont adresser à la présidentielle qui a pris une décision favorable au demande des diplômés cela en intégrant une grande partie dans le marches de travail, et pour la réouverture de la plateforme de recensement pour les non inscrit. Ces remerciements adressés à la présidentielle soulignent la reconnaissance des efforts déployés pour répondre aux demandes des diplômés.

Cette intervention médiatique marque ainsi une étape cruciale dans la lutte pour l'amélioration des conditions des diplômés chômeurs en Algérie, le fait d'avoir atteint et réaliser certaines objective et revendications cela à procurer une motivation sur les membre de groupe et une détermination afin de continuer de poursuivre les actions « La motivation extrinsèque intervient dans les situations où le comportement répond à des objectifs instrumentaux, obtenir une récompense ou éviter une sanction par exemple ». (Claude Louche, 2006)

La sixième publication

Sur cette publication l'administrateur s'engage dans l'initiative de contribuer à l'aide des enseignants diplômés et sans emploi en Algérie non inscrit à la plateforme de recensement et qui ont raté la date limite fixée par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique. Il souligne l'importance de cette initiative pour les concernés et les invitent à s'y inscrire rapidement en envoyons leurs coordonnées à l'adresse email suivante : badimourad200@gmail.com.

A travers notre analyse nous avons remarqué qu'avec de telles actions et initiatives l'administrateur va prendre de la grandeur aux yeux des membres de ce groupe et gagner leurs confiances car il contribue à s'investir pour leur apporter de l'aide. Par ailleurs ce fait lui acquière un pouvoir d'influence et un respect au sein du groupe pour ainsi avoir un pouvoir pour mobiliser et convaincre les diplômés à s'engager dans différentes initiatives et actions qu'il envisage d'entreprendre. Nous pouvons souligner que ce point et considérer comme facteur de mobilisation et d'engagements.

Cependant, cette publication à générer pas mal de réaction (341 j'aime, 235 commentaires et 44 partage) cela témoigne ainsi de l'intérêt que porte les membres pour cette publications. A travers les commentaires dont la plupart était des remerciements adresser l'initiative prise par Mourad Badi (L'administrateur) nous avons remarqué que la plupart des diplômés chômeurs inscrit sur

cette plateforme n'ont pas pu accéder à leurs comptes ce qui a soulevé un autre problème dont ils ont discuté collectivement. Ainsi les 235 commentaires reflètent d'une moyenne élevée les diplômés sans emploi qui n'ont pas pu s'inscrire dans la plateforme. Ces derniers englobent des manifestations de solidarité, des encouragements entre les commentateurs...etc. cela renforce considérablement le sentiment de l'union et de soutien mutuel.

Deux points sont essentiels à en tirer dans cette analyse, premièrement c'est que quand une personne prend des initiatives pour les bénéfices des autres il peut avoir un pouvoir d'influence sur leurs comportements et ainsi réussir à pouvoir les mobiliser pour n'importe quelle action. Deuxièmement, quand une action suscite l'intérêt des membres ils seront plus engagés à la réaliser contrairement à celle qui ne procure pas vraiment un intérêt particulier, d'après Joule et Bouvoies « les personnes s'étant déclarées les plus intéressées par l'activité devraient s'y adonner davantage que les personnes s'étant déclarées les moins intéressées ». (Robert-Vincent Joule, 2010)

La septième publication

Cette publication est un appel important lancé par l'administrateur pour passer à l'action et qui cible à travers lui les diplômés en situation de chômage, tout en les encourageant à se mobiliser et à persévérer dans leur lutte en restant pacifique et faire part de leurs revendications légalement pour ne pas nuire à leur image et d'attirer des problèmes qui ne sont pas bénéfiques à leurs intérêts.

Il fixe une date précise pour le déroulement de cette manifestation (20 Février 2023) ce qui démontre que son objectif est d'établir une orientation et un but concret pour la mobilisation des diplômés. Nous remarquons aussi le déploiement de deux stratégies, une manifestation sur le terrain afin de démontrer leurs engagements pour leurs causes d'une manière réelle et plus concrète et une autre action sur les réseaux (en ligne) qui consiste à partager la publication à travers d'autres groupes et pages Facebook dans le but est d'élargir plus sa portée et d'optimiser les chances d'atteindre la cible visée en l'occurrence les diplômés intéressés par cette manifestation.

Nous constatons ainsi un faible taux d'engagements aux niveaux des interactions Avec seulement 102 j'aime, 15 commentaires et 3 partages ce qui veut dire que l'appel n'a pas pu mobiliser assez de personnes pour l'organisation de cette action. Selon notre constat cela pourrait s'expliquer à travers plusieurs facteurs, ça pourrait être un désintérêt de la part des diplômés envers cette manifestation, un manque de motivation qui se suit par un désengagement direct ou un

problème au niveau de l'algorithme (un problème technique) ce qui veut dire que la publication n'a pas atteint les personnes les plus concernés par cette affaire.

Cependant même le nombre de commentaire sont pas assis représentatives, car parmi les 15 commentaires il y'a huit qui appartient qu'à une seul personne et ce répètent tout au long de l'ensemble totale.

La huitième publication

À travers l'analyse de la vidéo en direct réalisée par l'administrateur du groupe, il apparaît clairement que cette initiative fait partie d'une stratégie réfléchie de ca part, visant à attirer l'attention des autorités concerné et des médias nationaux. A un moment de cette vidéo lorsqu'il convoque une manifestation devant le ministère de l'Éducation supérieure, son but était d'envisager à faire pression directe sur les responsables politiques. En générale nous faisons fréquemment recourt à cette stratégie dans les mouvements sociaux afin d'accroître la visibilité de nos causes et revendications. Il envisage Alor cette méthode afin de mettre en évidence les préoccupations des membres du groupe (les diplômés au chômage) auprès des acteurs clés et du public.

Nous remarquons en tout évidence dans cette publication l'utilisation des réseaux sociaux numériques comme moyen de mobilisation. L'administrateur ne se limite pas à mobiliser un groupe restreint mais d'élargir la porter de son message en incitant les membres à diffuser la vidéo. Grâce au partage et à la diffusion virale, le message est renforcé et le nombre de participants à la manifestation augmente, nous tenons à souligner que cette publication a atteint 55 partages, un nombre considérablement élevé par rapport aux autres publications. Cela démontre une prise de conscience approfondie de l'importance que jouent les réseaux sociaux dans la mobilisation et la sensibilisation actuelle.

Les réactions des membres du groupe à cette publication sont importantes. Le taux d'engagement est élevé avec 303 j'aime, 102 commentaires et 55 partages, en particulier par rapport à d'autres publications similaires. Ce degré d'interaction témoigne non seulement d'une visibilité élevée, mais également d'un intérêt évident de la part de la communauté.

Nous remarquons à travers les commentaires un autre élément essentiel qui est la qualité des retours. Les membres expriment leurs avis positifs, ce qui témoigne d'un soutien collectif à l'idée

de la manifestation. Ces commentaires mettent en évidence l'intérêt de la communauté des diplômés pour des actions collectives et leur désir de s'engager activement dans cette initiative visant à améliorer leur situation. Elles témoignent aussi d'une solidarité et d'une confiance envers les initiatives prises par l'administrateur. Dans ce cas la validation et le soutien de la communauté renforcent ainsi son leadership, qui se reconnaît dans ses actions et ses stratégies.

Notre analyse montre que la publication a attiré l'attention des membres du groupe et a réussi à suscité une mobilisation significative des diplômés sans emplois, ce qui témoigne d'un soutien élevé à la manifestation proposée par l'administrateur.

La neuvième publication

Cette publication représente une vidéo live, dans laquelle l'administrateur critique ouvertement les personnes qui s'opposent aux revendications des diplômés. En mettant en évidence ces opposants, l'administrateur tente de rassembler et mobiliser les membres du groupe autour d'une cause commune, tout en les prévenant des tentatives de division qui pourraient affaiblir leur mouvement.

Cette dénonciation de la part de l'administrateur vise principalement deux objectifs. D'un côté, elle a pour but de prévenir les membres des risques des polémiques internes qui pourraient nuire l'efficacité de leurs actions collectives. D'autre part, l'encouragement d'une réponse proactive et solidaire ce qui démontre une détermination évidente de ça part à maintenir l'unité du groupe et à rester unis face aux polémiques susceptibles de compromettre leurs efforts.

L'administrateur reproche aussi au ministre de ne pas tenir compte des préoccupations et revendications des diplômés. D'après notre analyse son but est de motiver les diplômés à se rassembler autour d'une cause commune, en mettant en évidence les faiblesses et les imperfections des décisions ministérielles. L'administrateur s'efforce ainsi de mobiliser les membres autour de ces critiques afin de renforcer la solidarité et de maintenir la pression sur les autorités afin qu'elles répondent aux revendications des diplômés aux chaumages.

La publication a engendré un nombre élevés de réactions, avec 518 j'aime, 540 commentaires et 47 partages. Ces chiffres témoignent de l'importance et de l'impact du contenu et de l'affaire sur les membres du groupe. Nous constatons que les 540 commentaires indiquent des échanges actifs et un engagement profond envers le contenu de la vidéo. Cela montre que les membres ne se

contentent pas de consommer passivement l'information, mais qu'ils participent activement aux discussions, exprimant leur soutien, partageant leurs opinions et contribuant à la dynamique collective du mouvement.

La participation massive et les nombreuses réactions démontrent un soutien évident et une solidarité importante envers les initiatives visant à faire progresser les revendications des diplômés. Ce niveau d'engagement indique que les membres du groupe sont non seulement attentifs aux messages de l'administrateur, mais qu'ils sont également prêts à s'investir activement dans la lutte pour leurs droits.

Nous arrivons à conclure à travers notre analyse que la vidéo a engendré un impact considérable sur les membres du groupe et a réussi à mobiliser les diplômés autour de cette action.

La dixième publication

La publication du sondage pour déterminer le lieu de la manifestation démontre une démarche participative de la part de l'administrateur, mettant en avant la transparence dans la prise de décision au sein du groupe. Cette approche renforce le sentiment de confiance et d'appartenance des membres en les impliquant directement dans le processus décisionnel. En permettant à chacun de donner son avis de manière visible, l'administrateur favorise l'engagement et l'adhésion aux objectifs du groupe.

Le choix des lieux de manifestation proposés par l'administrateur révèle une stratégie réfléchie visant à maximiser l'impact et l'influence de ces événements. Les résultats du sondage fournissent des informations cruciales pour l'organisation des manifestations, ce qui peut potentiellement augmenter leur efficacité et leur visibilité. Cette approche montre que l'administrateur prend en compte les opinions de la communauté pour façonner les actions du groupe, renforçant ainsi la légitimité et la pertinence de ces actions.

Cependant, malgré l'importance de la démarche et la pertinence des enjeux, le faible taux d'engagement quantitatif sur le sondage peut être attribué à plusieurs facteurs. Selon la théorie de l'engagement social, les personnes peuvent ressentir un désengagement lorsque les motivations fonctionnelles ne sont pas suffisamment fortes pour inciter à l'engagement. (Robert-Vincent Joule, 2010) Dans ce cas, les membres qui ne se sentent pas directement concernés par le choix du lieu de manifestation peuvent ne pas ressentir le besoin de participer activement au sondage.

Malgré ce faible taux d'engagement quantitatif, l'initiative de l'administrateur reste positive. Elle met en lumière sa volonté de favoriser une participation démocratique et transparente au sein du groupe. En fin de compte, la qualité de l'engagement des membres dans des actions collectives comme celle-ci peut être plus importante que la quantité. L'analyse de contenu révèle ainsi l'importance de considérer les différents types de réponses des membres et de reconnaître que chaque forme d'engagement contribue à sa manière à la dynamique et à la cohésion du groupe.

5. Discussion des résultats

Grâce à l'analyse des publications partagées sur la page Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستير و الدكتوراة », nous avons pu répondre à notre problématique de recherche et à nos trois hypothèses présentées.

A partir des données recueillies nous avons constaté que le groupe Facebook se positionne comme un espace dynamique et engageur créé dans le but d'organiser, de coordonner et de mobiliser les efforts pour défendre les droits des diplômés universitaires en Algérie, nous pouvons le nommer comme syndicats qui s'engage activement à défendre les droits de ses membres, leurs intérêts professionnels et sociaux.

Les activités au sein du groupe sont variées mais cette variété ne sort pas du contexte de mobilisation, d'organisation et de structure d'action collective, ainsi l'utilisation de la plateforme des réseaux sociaux numériques (Facebook) dans la mobilisation des diplômés universitaires est un élément clé sur laquelle le groupe se base afin d'organiser différentes actions à différents moments.

Ainsi, cet espace virtuel est essentiellement conçu comme un outil de mobilisation et de partage d'information dans l'intérêt de la communauté des diplômés sans emplois dans laquelle ils s'organisent pour plaider auprès des autorités concernées.

Le groupe exploite de manière efficace les réseaux sociaux pour optimiser la visibilité de la cause des diplômés, influencer les autorités et les décideurs politiques et attirer l'attention des médias nationaux afin d'élargir leurs communautés qui partagent les mêmes problèmes et intérêts communs.

La démarche de la communication participative se manifeste en tant que caractéristique essentielle au sein du groupe, où chaque membre a le pouvoir et le droit de s'exprimer librement mais avec une certaine tolérance ses idées ainsi que les problèmes qui les préoccupent. Par ailleurs, les décisions et les initiatives envisagées sont visiblement partagées auprès des membres, leur donnant la possibilité d'interagir et d'exposer leurs avis et leurs positions par rapport aux sujets d'une manière assise démocratique.

5.1. Vérification des hypothèses

D'après notre étude d'analyse de contenu des publications du groupe Facebook "Syndicat National des Titulaires de Master et Doctorat / الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة", et à travers l'ensemble des données récoltées, nous pouvons passer à l'étape de la discussions des résultats afin d'affirmer ou de confirmer nos hypothèses avancer.

Hypothèses n° 01

Concernant la première hypothèse selon laquelle « *Les réseaux sociaux numériques proposent des plateformes interactives et accessibles, ainsi qu'une diffusion rapide de l'information qui facilite la mobilisation et incite les diplômés universitaires à s'engager pour contester et défendre leurs causes* ».

Notre analyse des publications du groupe « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » révèle le rôle et l'impact des fonctionnalités des RSN (notamment la plateforme Facebook) sur leur contribution à la mobilisation des diplômés universitaires lors d'actions collectives (manifestations, votes, etc.). Cette analyse démontre également l'impact de la qualité de la communication à travers les interactions des membres du groupe, déterminant un engagement significatif envers des initiatives particulières.

En se référant aux données collectées, il apparaît clairement que les fonctionnalités techniques proposées par la plateforme contribuent de manière essentielle à faciliter la mobilisation et à provoquer un engagement significatif parmi les membres du groupe. Diverses fonctionnalités de la plateforme Facebook, telles que les sondages, les vidéos en direct et les hashtags, sont utilisées dans les publications, optimisant remarquablement les réactions qui reflètent le taux d'engagement des membres.

La personnalisation des contenus, notamment les vidéos en direct, a généré un taux d'engagement élevé par rapport aux autres types de publications. Par exemple, la neuvième publication, se distingue par un nombre d'interactions surpassant toutes les autres publications. Les publications reflètent une communication ouverte où chaque membre a la possibilité d'exprimer ses idées, de poser des questions et de proposer des solutions. Cette interactivité met en évidence une participation active et un engagement considérable des membres.

Les appels d'urgence, comme observé dans la sixième publication, démontrent que les réseaux sociaux numériques facilitent la diffusion rapide de l'information et la mobilisation immédiate des membres. Cela est mis en évidence par les réponses rapides à ces appels urgents. Les fonctionnalités techniques de la plateforme Facebook permettent une diffusion rapide de l'information et encouragent une communication ouverte et participative. Cela se traduit par un engagement significatif des membres, démontré par la qualité et la rapidité des interactions, ainsi que par la capacité à organiser et coordonner efficacement des actions collectives.

Les résultats de l'analyse confirment l'hypothèse que les réseaux sociaux numériques contiennent des plateformes interactives et accessibles qui facilitent la mobilisation des diplômés universitaires. Par surcroît, les fonctionnalités techniques, la personnalisation des contenus et la communication ouverte sur les plateformes numérique (Facebook en particulier) jouent un rôle crucial dans l'engagement et la mobilisation des membres pour des causes collectives.

Hypothèse n° 02

En ce qui concerne la deuxième hypothèse, qui stipule que « *la qualité des interactions sociales en ligne, la visibilité et la pertinence des contenus partagés sont les éléments qui incitent les diplômés universitaires à s'engager sur les réseaux sociaux numériques* ». Notre analyse des publications du groupe « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » a révélé plusieurs facteurs essentiels qui incitent les membres à s'engager de manière significative à travers les commentaires et les différentes initiatives partagées au sein du groupe.

À travers les publications analysées, il est apparu que l'engagement actif des membres dépend grandement de la qualité des interactions. Les commentaires avec une dynamique d'interactions significatives et positives ont favorisé des discussions actives et des propositions constructives pour des actions collectives. Cela démontre l'impact de la qualité des interactions sur l'engagement des individus sur les réseaux sociaux numériques.

La pertinence des contenus influence également de manière considérable l'engagement des membres du groupe. Les publications partageant des contenus sur des sujets importants et d'intérêt particulier génèrent un taux d'engagement élevé en termes de réactions. Les membres réagissent de manière active et positive à des contenus pertinents, montrant un soutien et une solidarité importants envers les initiatives visant à faire progresser les revendications des diplômés.

Ces facteurs favorisent non seulement le maintien d'un fort engagement des individus sur les réseaux sociaux numériques, mais aussi la formation d'un environnement d'union, de soutien et de bienveillance réciproque. Cet environnement est essentiel à la réussite des actions collectives et des revendications émises par les diplômés universitaires en Algérie.

Les résultats de notre analyse confirment donc cette hypothèse. La qualité des interactions, la visibilité et la pertinence des contenus partagés jouent un rôle crucial dans l'engagement des diplômés universitaires sur les réseaux sociaux numériques, renforçant ainsi leur mobilisation et leur participation active dans des initiatives collectives.

Hypothèse n° 03

La troisième hypothèse suppose que « *La communication via les réseaux sociaux numériques est tributaire de l'influence de la qualité du contenu diffusé sur la plateforme par les diplômés universitaires* ».

Selon notre analyse des publications du groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة », il est évident que la qualité du contenu joue un rôle crucial dans l'engagement des membres. Les messages clairs, persuasifs et pertinents captent davantage l'attention et incitent les membres à participer activement. Par exemple, le cas des vidéos en direct qui se révèlent être des outils particulièrement efficaces pour mobiliser les membres, mettant en évidence l'impact significatif du format visuel et interactif sur l'engagement et la mobilisation.

D'autre part la manière dont l'administrateur transmet ses messages porte un impact capital. Les publications qui utilisent un langage persuasif et qui mettent en avant des actions tangibles, comme des manifestations ou des initiatives concrètes, attirent davantage l'attention et incitent les membres à agir. Cela souligne l'importance d'une communication efficace dans la mobilisation et la participation des membres.

La stratégie de diffusion du contenu joue également un rôle essentiel. Les publications qui utilisent des méthodes virales, telles que le partage massif et l'appel à une participation active, parviennent à toucher un public plus large et à générer une mobilisation accrue. Cela met en lumière l'importance d'une approche stratégique dans la diffusion du contenu sur les réseaux sociaux pour maximiser son impact et sa portée.

Pour optimiser l'efficacité de la communication sur les réseaux sociaux, il est crucial de produire un contenu de qualité, de communiquer de manière persuasive et d'adopter une stratégie de diffusion réfléchie et efficace.

Notre analyse, confirme l'hypothèse selon laquelle la qualité du contenu diffusé influence l'engagement et la mobilisation des membres.

Conclusion

Ce mémoire a investigué la communication à travers les réseaux sociaux numériques pour la mobilisation des diplômés universitaires, dans le but d'analyser l'impact des réseaux sociaux sur leur engagement à différents moments d'actions collectives. Notre recherche a révélé que les réseaux sociaux numériques fournissent des plateformes efficaces pour mobiliser les diplômés universitaires, facilitant ainsi la création de communautés engagées et l'organisation d'actions collectives en ligne.

Chaque chapitre de ce mémoire a contribué à éclairer différents aspects de cette problématique. Le premier chapitre a examiné les principes fondamentaux de l'engagement, ainsi que les facteurs influençant cette dynamique. Le deuxième chapitre a clarifié la notion de communication, en mettant l'accent sur son évolution à l'ère des réseaux sociaux numériques.

En réponse à notre problématique initiale, nous avons conclu que les réseaux sociaux numériques sont des outils essentiels pour les diplômés universitaires engagés dans des causes sociales, politiques ou professionnelles. Ces plateformes leur permettent de se connecter, de s'organiser et de faire entendre leur voix de manière efficace.

Nous tenons à souligner le rôle important du groupe Facebook « الاتحاد الوطني لحاملي الماجيستر و الدكتوراة » (Syndicat National des Titulaires de Master et de Doctorat) comme espace virtuel dynamique pour la mobilisation des diplômés universitaires au chômage. Ce groupe offre un espace interactif où les membres peuvent exprimer leurs préoccupations, proposer des solutions et contribuer à des décisions collectives, mobilisant ainsi les diplômés autour d'intérêts communs à différents stades d'actions collectives.

Les résultats obtenus démontrent que les réseaux sociaux numériques favorisent l'engagement des diplômés universitaires en facilitant l'accès à l'information, en rendant visible les initiatives et en influençant les comportements et attitudes grâce à une communication personnalisée et rapide.

Et quelques mots pour finir, ce mémoire a apporté une contribution significative au domaine des sciences de l'information et de la communication. Les résultats et recommandations fournies peuvent avoir un impact sur les dynamiques de communication et les formes d'engagement social. Nous espérons que ce travail servira de base pour des recherches future.

Bibliographie

Travaux cités

1. Adary, L. M. (2015). *Communicator, tout les clés de la communication* (éd. 7e). Paris: Dunod.
2. Alexandre Coutant, T. S. (2012). *Les médias sociaux : une histoire de participation*. Nouveau Monde éditions.
3. Alexis, T. (. (1967). *L'Ancien Régime et la Révolution*. Paris : Gallimard.
4. Ammad, S. (2019, mai 19). *histoires by sophia ammad oukaci*. Récupéré sur histoires by sophia ammad oukaci:
<https://www.histoireethistoiresbysophiaammadoukaci.com/2019/05/19-mai-1956-le-debut-de-la-greve.html>
5. ANGERS, M. (1997). *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*. Alger: casbah.
6. ANGERS, M. (2009). *Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines* (éd. 5e). Québec , Canada: CEC.
7. Armelle Baïdouri, F. B. (2013). *Le réseau social numérique, entre perturbation et rationalisation*. Direction et Gestion.
8. Aude Riom, T. L. (2010). Le cadre théorique de la communication. Dans T. L. Aude Riom, *toute la fonction communication* (p. p 06). Dunod.
9. Augustinova, M., & Oberlé, D. (2013). Définir le groupe : statut et différentes approches du groupe en psychologie sociale. Dans D. O. Maria Augustinova, *Psychologie sociale du groupe au travail Réfléchir, travailler et décider en groupe* (p. 272). De Boeck Supérieur.
10. Badouard, R. (2014). *La mise en technologie des projets politiques. Une approche « orientée design » de la participation en ligne*. De Boeck Supérieur.
11. Beauvois, R.-V. J.-L. (1998). *La soumission librement consentie*. paris : PUF.

12. Berger-Douce, S. (2007). Les stratégies d'engagement sociétal des entrepreneurs. *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship, I*, 53-71.
13. Bès, M.-P. (2011). Les chaînes relationnelles entre anciens étudiants L'usage des carnets d'adresses électroniques. Dans *Réseaux* (pp. 187 - 214). Paris : La Découverte.
14. boyd, N. E. (2017). *Social Network Sites Definition, History, and Scholarship* (Vol. 13). Journal of Computer-Mediated Communication.
15. Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Cambridge: CES.
16. Bunker, B. B. (1995). *Conflict, cooperation, and justice: essays inspired by the work of Morton Deutsch*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
17. Cabanel, R. (2018). *Un regard sur les évolutions de la communication*. CNRS Éditions.
18. Cardon, D. (2010). *Les réseaux sociaux en ligne et l'espace public*. Observatoire des politiques culturelles.
19. Coimbatore Krishnarao Prahalad, V. R. (2004). *The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Customers*. Boston: Harvard Business School Press.
20. Cuofano, G. (2024, 04 02). *FourWeekMBA*. Récupéré sur La Brochure: <https://fourweekmba.com/fr/mode-de-communication-Schramm/>
21. D'Almeida, N. (2014). *L'opinion publique*. CNRS Éditions.
22. Deuze, M. (2006). *Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principle Components of a Digital Culture*. The Information Society.
23. Dorothée Marchand, E. P. (2022). *Psychologie environnementale : 100 notions clés*. Paul Bert: Dunod.
24. Fayon, D. (2010). *Facebook, twitter et les autres... intégrer les reseaux sociaux dans la strategie d'entreprise*. paris : pearson Education France .
25. Felicity L. Bishop, S. T.-C. (2020). Principaux enjeux de l'utilisation de méthodes mixtes en psychologie. Dans M. d. Angélick Schweizer, *Les méthodes mixtes en psychologie Analyses qualitatives et quantitatives : de la théorie à la pratique* (pp. 43-62). Paris : Dunod.

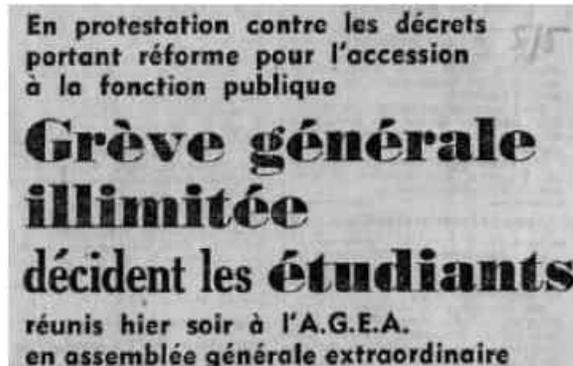
26. François Filliettaz, M. G. (2011, septembre). Un enjeu pour l'enseignement Comprendre les réseaux sociaux numériques. GENÈVE.
27. Gangi, p. M. (2016). social media engagement theory. *journal of organisational and end using computing*, 5-7.
28. Gauthier, F. C.-M. (2015, 06 01). Changement de logique et des Arts de faire dans les pratiques communicationnelles avec les médias sociaux », *Communication et organisation. france*. doi:<https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.3696>
29. Gensollen, M. (2006). Les communautés en ligne : échanges de fichiers, partage d'expériences et participation visuelle. *Esprit*, 179-194.
30. Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 . *Réseaux*, 165-193.
31. Granjon, F. (2001). *L'Internet militant, Mouvement social et usages des réseaux télématiques*. rennes: Éditions Apogée.
32. GRAWITZ, M. (2001). *Méthode des sciences sociales* (éd. 11e). Paris: DALLOZ.
33. Grusec, J. E. (1983). *Social cognition and social development The internalization of altruistic dispositions : A cognitive analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
34. Jean-Léon Beauvois, R.-V. J.-M. (1998). *Perspectives cognitives et conduites sociales (VI)*. paris : Delachaux et Niestlé.
35. Joly, B. (2009). *La communication*. Bruxelles: De Boeck Supérieur.
36. Kiesler. (1971). *the psychology of commitement. experements linking behavior to belief*. new york : academic press .
37. Lacombe, É. (2013). *Distance et engagement des réseaux sociaux dans les réseaux sociaux numériques*. Les Presses des Mines.
38. Lafon, B. (2017). *Médias sociaux : l'extension du domaine médiatique par l'industrialisation du relationnel*. GRESEC.

39. Lavarde, A.-M. (2008). Vers l'analyse, l'interprétation des données et la discussion des résultats. Dans *Guide méthodologique de la recherche en psychologie* (éd. 1e, pp. 197 - 204). Bruxelles: De Boeck.
40. Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York : The Penguin Press.
41. Mabi, R. B. (2012). Décrypter les contraintes techniques : un enjeu de pouvoir. Dans D. N. P., *Le numérique en sociétés, Actes du 9e séminaire Marsouin* (pp. 313-325). paris: L'Harmattan.
42. Maria Augustinova, D. O. (2013). Définir le groupe : statut et différentes approches du groupe en psychologie sociale. Dans D. O. Maria Augustinova, *Psychologie sociale du groupe au travail Réfléchir, travailler et décider en groupe* (p. 272). De Boeck Supérieur.
43. Molénat, X. (2020). Paul Watzlawick (1921-2007) Une logique de la communication, 1967. Dans J.-F. Marmion, *Bibliothèque idéale de psychologie* (p. 197). auxerre: Éditions Sciences Humaines.
44. Mouhli, K. (2021). *La communication*. Ellipses.
45. Mugny, G., Quiamzade, A., & Tafani, E. (2001). Dynamique représentationnelle et influence sociale. *La dynamique des représentations sociales*, 123-161.
46. Nina Birkner, Y.-G. M. (2014). *Qu'est-ce que l'espace public ? Histoire du mot et du concept*. Société Française d'Étude du Dix-Huitième Siècle.
47. Noëlle-Neumann, E. (1989). *La spirale du silence Une théorie de l'opinion publique*. Paris: CNRS Éditions.
48. Pervillé, G. (2017). Les engagements politiques des étudiants musulmans algériens à l'Université d'Alger (1909-1971). Dans *Outre-Mers* (pp. 105-125). Paris: Société Française d'Histoire des Outre-Mers (S.F.H.O.M).
49. Picard, D. (1992). De la communication à l'interaction : l'évolution des modèles. Dans *Communication et langages* (pp. 69-83). Paris: Presses Universitaires de France.

50. Pierre C. Boyer, T. D. (2020). *Les déterminants de la mobilisation des Gilets jaunes*. paris: Presses de Sciences Po.
51. Robert-Vincent Joule, J.-L. B. (2010). *La soumission librement consentie*. Grenoble: Presses universitaires.
52. Roselli, M. (2011). Les enquêtes qualitatives en bibliothèque : quelles techniques pour quels résultats ? Dans C. Evans, *Mener l'enquête*. Presses de l'enssib. doi: <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.579>.
53. sedda, p. (2021). *La mobilisation numérique : entre émancipation et rationalisation*. DICEN IdF.
54. Spielmann, G. (2022, 01 17). *LaPageDeGuy*. Récupéré sur Introduction à la communication : <https://opsis.georgetown.domains/LaPageDeGuy/docs/comm/commschema2.htm>
55. Tarrow, C. T. (2015). *Contentious Politics* (éd. 2e). United States of america: Oxford University Press.
56. Todd, B. H. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(01), pp. 85-102. doi:10.1287/isre.1050.0042
57. Wix, É. (2020, 01 16). *Construire l'arborescence de son site en 5 étapes*. Récupéré sur wix blog: <https://fr.wix.com/blog/arborescence-site>

Annexes

Annexe n°01 : coupure de presse du monde sur la grève des étudiants musulmans de la métropole



En protestation contre les décrets portant réforme pour l'accession à la fonction publique

Grève générale illimitée

décident les étudiants

réunis hier soir à l'A.G.E.A. en assemblée générale extraordinaire

La Dépêche quotidienne, 5 mai 1956.

fonds documentaire de la Cité des mémoires étudiantes.



Grève illimitée des cours et des examens

décident les étudiants musulmans algériens de la métropole

Imitant leurs camarades d'Alger, les étudiants musulmans algériens de toutes les facultés et écoles métropolitaines ont décidé de désertir à partir de ce matin

vail, une vocation et peut-être leur carrière», c'est parce qu'ils estiment « ne plus pouvoir assister en spectateurs » au drame de leur pays.

« Comment se préoccuper désormais

Le Monde, mai 1956, fonds documentaire de la Cité des mémoires étudiantes.

Description : La coupure de presse du *Monde* apparu le 19 mai 1956 documente un moment important de l'histoire de la lutte pour l'indépendance de l'Algérie. Les étudiants protestent contre les décrets portant réforme pour l'accession à la fonction publique, qu'ils jugent discriminatoires.

La grève illimitée des étudiants algériens de la métropole est un événement important dans la lutte pour l'indépendance de l'Algérie. Elle témoigne de la détermination des jeunes et diplômés Algériens à s'émanciper du colonialisme et à construire leur propre avenir. La grève a également contribué à sensibiliser l'opinion publique française à la cause algérienne.

En résumé, elle met en lumière la mobilisation et l'engagement des étudiants algériens et leurs revendications pour la justice et l'égalité.

Annexes

Annexe n°02 : Les autres publications

Première publication



- Analyse de la publication

Cette publication a été postée le 14 juin 2023 à 18h35 par l'administrateur du groupe sous forme d'un texte informative, représentant une annonce célébrant la fin d'une longue lutte menée par des milliers de diplômés de master et de doctorat confrontés au chômage. Grâce à leur mobilisation, 7467 diplômés ont finalement été intégrés dans le monde du travail, marquant une victoire significative et un immense soulagement pour ces individus. Le nombre de réactions (786 j'aime, 475 commentaires et 23 partages) témoignent de leurs satisfactions envers l'objectif atteint.

Cette publication démontre ainsi l'efficacité des réseaux sociaux, en particulier Facebook, pour atteindre des objectifs, se faire entendre par les autorités, et générer une mobilisation collective.

Deuxième publication



Analyse de la publication

Dans cette publication publiée le 19 juin 2023 A 13h00 sous forme de texte, avec un ton urgent l'administrateur veut tenir en garde les diplômés en cas d'une atteinte à la décision présidentielle qui est le recrutement de 7467 diplômés chômeurs. Avec un taux d'engagement assis élevé au niveau des réactions (276 j'aime et 276 commentaires et 5 partages), ces chiffres démontre significativement l'engagement des membres en cas de non recrutement de ces chômeurs, nous avons constaté cela surtout à travers les commentaires.

Par ailleurs, cette publication est un appel à la mobilisation et à l'action collective en cas de malheurs, en outre elle a réussi à susciter un engagement significatif au niveau de la communauté en ligne.

Annexes

Annexe n°03 : Les grilles d'analyse des publications

1. La première publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	15 juin 2023 à 20h51
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Texte
Indicateur d'engagement	198 j'aime, 46 commentaires et 3 partages
L'objectif	Mobiliser et trouver une réponse aux difficultés auxquelles font face les diplômés

2. Deuxième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	15 juin 2023 à 19h31
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Texte
Indicateur d'engagement	159 j'aime, 37 commentaires et 1 partage
L'objectif	Se mobiliser pour ouvrir un dialogue direct avec le Ministère d'éducation supérieur

3. Troisième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	20 juin 2023 a 9h20
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Texte
Indicateur d'engagement	220 j'aime, 251 commentaires et 6 partages
L'objectif	Optimiser l'impact des revendications des diplômés.

Annexes

4. Quatrième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	14 juin 2023 à 00h03
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Audiovisuelle (vidéo live) et texte
Indicateur d'engagement	415 j'aime, 518 commentaires et 33 partages
L'objectif	Inciter les diplômés à s'engager pour défendre leurs droits

5. Cinquième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	19 juin 2023 à 11h21
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Audiovisuelle (vidéo) et texte
Indicateur d'engagement	268 j'aime, 243 commentaires et 14 partages
L'objectif	Informier du passage de groupe sur une chaîne de télévision

6. Sixième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	6 juin 2023 à 22h55
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Texte et Image
Indicateur d'engagement	341 j'aime, 235 commentaires et 44 partages
L'objectif	Réinscription des diplômés sur la plateforme de recensement

Annexes

7. Septième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	15 février 2023 à 18h20
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Texte et image
Indicateur d'engagement	102 j'aime, 15 commentaires et 3 partages
L'objectif	Organisation d'une manifestation

8. Huitième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	18 février 2023 à 17h17
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Audiovisuelle (vidéo live) et texte
Indicateur d'engagement	303 j'aime, 102 commentaires et 55 partages
L'objectif	Intégration des diplômés au chômage dans les universités algérienne

9. Neuvième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	7 juin 2023 à 18h52
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	Audiovisuelle (vidéo live) et texte
Indicateur d'engagement	518 j'aime, 540 commentaires et 47 partages
L'objectif	Organisation d'une manifestation

Annexes

10. Dixième publication

Critère d'analyse	Détails
Date et heure	7 mars 2023 à 15h49
Auteur	L'administrateur (Mourad Badi)
Le contenu (format)	sondage et texte
Indicateur d'engagement	18 j'aime, 01 commentaire, 01 partage et 95 participations
L'objectif	Organisation d'une manifestation

Résumé

L'essor des réseaux sociaux numériques a transformé le paysage de la communication et de l'engagement, ouvrant de nouvelles possibilités pour la mobilisation des diplômés universitaires. Cette recherche explore l'influence des RSN sur les mécanismes d'engagement et de mobilisation des diplômés, en analysant des publications d'un groupe Facebook en adéquation avec notre sujet de recherche et en s'appuyant sur une méthodologie mixte quantitative et qualitative.

La recherche s'interroge sur l'ampleur de l'influence des RSN sur les diplômés universitaires en matière d'engagement et de mobilisation. Comment ces plateformes numériques façonnent-elles les comportements et les motivations des anciens étudiants?

Une approche mixte (quantitative et qualitative) a été adoptée pour recueillir et analyser les données. L'étude quantitative a impliqué une analyse auprès des engagements sur certaines publications du groupe Facebook étudié, tandis que l'étude qualitative a consisté en une analyse approfondis sur les commentaires des publications du groupe Facebook en question.

Les résultats de l'étude confirment l'influence significative des RSN sur les diplômés universitaires en matière d'engagement et de mobilisation. Les plateformes numériques offrent aux diplômés des espaces dynamiques d'échange et de partage d'informations et surtout d'organisation d'actions collectives.

Mots clés: Engagement, Identité numérique, Communautés en ligne, Influence social, Mobilisation.

Abstract

The rise of digital social networks has transformed the landscape of communication and engagement, opening new possibilities for the mobilization of university graduates. This research explores the influence of DSN on the mechanisms of engagement and mobilization of graduates by analyzing posts from a Facebook group aligned with our research topic and using a mixed quantitative and qualitative methodology.

The research questions the extent of DSN's influence on university graduates in terms of engagement and mobilization. How do these digital platforms shape the behaviors and motivations of former students? A mixed quantitative and qualitative approach was adopted to collect and analyze the data. The quantitative study involved a survey of engagements on certain posts from the Facebook group studied, while the qualitative study consisted of an in-depth analysis of the comments on the Facebook group's posts.

The study's results confirm the significant influence of DSN on university graduates regarding engagement and mobilization. Digital platforms provide graduates with dynamic spaces for exchange and sharing of information and, most importantly, for organizing collective actions.

Keywords: Engagement, Digital identity, online communities, Social influence, Mobilization.