Discours, Facebook et activisme écologique: le Trashtag Challenge Green Bike Algérie

Dr. Sabrina MELOUAH
Département des Lettres et Langue Française, Faculté des Lettres et des Langues, Université Badji Mokhtar - Annaba, sabrina.melouah@univ-annaba.dz

Soumis le: 14/05/2025 **révisé le:** 02/11/2025 **accepté le:** 09/11/2025

Résumé
La présente contribution examine les discours du groupe Facebook Trashtag Challenge Green Bike Algérie, qui utilise une stratégie de communication mêlant descriptions, appels à l'action, images et récits inspirants. Ces éléments visent à sensibiliser, encourager la participation et valoriser les actions des participants. L'analyse quantitative et qualitative du corpus montre comment cette initiative locale mobilise une communauté numérique pour la protection de l'environnement. Elle illustre l'efficacité de la communication numérique dans la création d'un mouvement écologique dynamique.

Mots-clés: Discours écologique, langue, graphie, asynchrone, environnement, Facebook.

Discourse, Facebook, and Ecological Activism: The Trashtag Challenge and Green Bike Algeria

Abstract
This contribution examines the discourses within the Facebook group Trashtag Challenge Green Bike Algeria, which employs a communication strategy combining descriptions, calls to action, images, and inspiring narratives. These elements aim to raise awareness, encourage participation, and highlight the actions of the participants. The quantitative and qualitative analysis of the corpus shows how this local initiative mobilizes a digital community for environmental protection. It illustrates the effectiveness of digital communication in creating a dynamic ecological movement.

Keywords: Ecological discourse, language, script, asynchronous, environment, Facebook.

Auteur correspondant: Dr. Sabrina MELOUAH, sabrina.melouah@univ-annaba.dz

Introduction:

La crise environnementale mondiale représente l'un des défis les plus urgents du XXIe siècle, nécessitant une mobilisation rapide et étendue afin de limiter ses impacts. Au cours des dernières décennies, plusieurs phénomènes environnementaux préoccupants ont émergé, notamment le dérèglement climatique, le réchauffement global, la surexploitation des ressources naturelles, la dégradation des écosystèmes, ainsi que l'augmentation de la pollution, la déforestation et la désertification.

Ces perturbations spectaculaires de notre environnement, souvent mises en lumière dans les œuvres littéraires et cinema tographiques, soulignent la gravité de la crise écologique actuelle. Désormais, ces thèmes ne servent plus de simples décors narratifs, mais deviennent de plus en plus des éléments centraux des intrigues, incarnant des enjeux majeurs.

Bien que l'impact de la crise climatique soit de plus en plus visible à l'échelle mondiale, la conscience écologique varie énormément selon les régions. Alors que l'Europe du Nord et les États-Unis débattent des changements climatiques depuis les années 1980, la sensibilization restein égale dans d'autres parties du monde. A titre illustrative en Algérie, les medias sociaux numériques, notamment Facebook, jouent un rôle primordial dans la diffusion de l'information et la mobilisation des citoyens. Ces plateformes numériques ont révolutionné la manière dont les opinions se forment, permettant une propagation instantanée et large des informations clés pour éduquer et engager le public sur les questions environnementales. Prenons le cas du Trashtag Challenge, initié en 2015 par l'activiste algérien Younes, incarne parfaitement cette dynamique. Ce défi consiste à nettoyer des espaces pollués et à publier des photos avant/après sur les reseaux socionumériques, devenant ainsi rapidement viral grâce à son approche visuelle et engageante. Ce movement démontre comment cette initiative simple peut engendrer une prise de conscience écologique et encourager l'action collective.

Face à la menace croissante que représente la crise climatique pesant sur l'humanité, il est plus que jamais temps de sensibiliser les jeunes générations à l'environnement et au développement durable. Dans les régions, où la responsabilité écologique et l'engagement politique sur ces questions sont encore faibles, les reseaux socionumériques peuvent exercer un role déterminant. C'est pourquoi nous nous interrogeons: *Comment les pratiques discursive sécologiques sur Facebook, à travers des initiatives comme le Trashtag Challenge, se manifestent-elles en ligne? Comment influencent-elles la perception et l'engagement des citoyens en Algérie? Quels thèmes et strategies discursives émergent de ces interactions numériques*? *Dans quelle mesure ces discours encouragent-ils une prise de conscience et des actions concrètes pour l'environnement*? Cette recherche vise à répondre à ces questions tout en analysant les discours écologiques sur Facebook liés au Trashtag Challenge enAlgérie.

Il est important d'affirmer que la présente recherche se distingue par son analyse approfondie des discours écologiques sur le réseautage numérique, particulièrement sur le groupe Facebook GREEN BIKE Algérie, et leur impact sur la mobilization écologique dans les diverses villes de ce pays, notamment la ville d'Annaba. En explorant comment ces discours se forment et se propagent sur Facebook, la contribution fournit des perspectives précieuses sur les mécanismes de sensibilisation et de mobilization citoyenne dans le context algérien. Elle identifie également les leviers et les obstacles à l'engagement écologique dans l'espace numérique, proposant des recommandations pour améliorer l'efficacité des campagnes environnementales en ligne.

Notre recherche s'inscrit dans la continuité des travaux antérieurs qui ont largement démontré le role essentiel des discours médiatiques, tells socionumériques dans la formation de l'opinion publique et la mobilisation pour diverses causes sociales et politiques**(1)**. Concernant les initiatives écologiques, plusieurs recherches ont souligné l'efficacité des campagnes virales pour sensibiliser et motiver à l'action**(2)**. Néanmoins, peu d'étude sont spécifiquement examine l'impact des initiatives écologiques numériques en Algérie.

Cette investigation comble cette lacune en fournissant une analyse détaillée des discours écologiques sur Facebook liés au Trashtag Challenge dans ce contexte, en pregnant comme

exemples les initiatives menées par des groups comme l'association Sidra, JVE Algérie, Association Eco Djazair, et les Jeunes Volontaires d'Annaba.

Bref, cette contribution explore comment le Trashtag Challenge a utilisé Facebook pour inciter à l'action écologique en Algérie et analyse les discours écologiques associés. L'objectif est d'évaluer l'impact de ces discours sur la sensibilisation et l'action environnementale, en identifiant les themes récurrents et les strategies discursives employées pour mobiliser et sensibiliser les utilisateurs.

1- Appareil conceptuel et théorique:

L'analyse de cette recherche adopte un cadre conceptuel multidimensionnel intégrant des théories des sciences sociales, de la communication, des études environnementales et des sciences du langage pour analyser les dynamiques discursives et mobilisatrices de l'activisme écologique en ligne.

1-1- Réseaux socio-numériques et activismeenvironnemental:

Les réseaux socio-numériques, notamment Facebook, sont devenus essentiels pour la mobilization autour des causes environnementales. Ces sites sociaux facilitent la diffusion rapide des informations et la formation de communautés engagées, jouant un role essentiel dans les mécanismes de mobilization contemporaine[(3)].

Dans cette orientation, nous recourons à diverses théories, telles que: la théorie de l'agenda-setting (1972)[(4)] qui montre que les medias modernes influencent non seulement les sujets d'actualité, mais aussi leur perception. Sur Facebook, des groups comme GREEN BIKE Algérie, Association Sidra et JVE Algérie structurent les discours écologiques en mettant en avant l'urgence et la responsabilité citoyenne. Selon la théorie de l'engagement[(5)], les plateformes socio-numériques numériques facilitent la participation des citoyens aux actions collectives. Des initiatives comme le Trashtag Challenge, promues par des groupes Facebook précités en haut montrent comment les reseaux sociaux transforment les idées en actions concrètes. L'écocritique, décrite par Garrard (2012) [(6)], analyse la représentation de la nature dans les médias. Les discussions dans des groups comme le groupe Facebook *les Jeunes Volontaires d'Annaba* utilisent souvent des éléments visuels et émotionnels pour susciter une réponse du public, renforçant le sentiment de communauté et d'urgence écologique. Ainsi la théorie des reseaux sociaux (SNA) de Wasserman et Faust (1994) [(7)], qui examine les structures des interactions sur Facebook. En appliquant cette théorie à des groups comme *association Sidra et JVE Algérie*, on identifie les acteurs clés qui amplifient les messages écologiques, encourageant une participation plus large.

En somme, les réseaux socio-numériques, en particulier Facebook, offrent des outils puissants pour l'activisme environnemental, en facilitant la diffusion d'informations, la formation de communautés et la coordination d'actions. L'application de ces theories révèle des dynamiques prometteuses pour l'avenir de l'activisme environnemental traité par des chercheurs précités.

1-2- Trashtag challenge enAlgérie:Origine, principes et impact

Le Trashtag Challenge, lancé en 2015 par l'activiste algérien Younes, a rapidement gagné en popularité grâce à son approche visuelle et directe pour lutter contre la pollution. Ce défi incite les participants à nettoyer des espaces pollués et à partager des photos illustrant l'état des lieux avant et après l'intervention sur les réseaux sociaux, sensibilisant ainsi le public à l'importance de maintenir des environnements propres et favorisant l'action collective. Les réseaux sociaux, par leur capacité à diffuser rapidement les messages, jouent un rôle clé dans cette dynamique, renforçant le sentiment d'appartenance à une cause commune. En Algérie, des initiatives comme celles menées à Annaba, où des jeunes volontaires ont nettoyé les plages, ont rencontré un grand succès. Ces actions, relayées par des groupes tels que l'association Sidra, ont suscité des réactions positives et ont contribué à une prise de conscience croissante, tant parmi les participants que parmi les spectateurs. Les médias locaux ont également joué un rôle important en amplifiant l'impact de ces initiatives et en sensibilisant un public plus large à la pollution et à l'engagement écologique.

En consequence, le Trashtag Challenge a également réussi à mobiliser de nombreux jeunes, qui constituent une grande partie des participants. Les reseaux sociaux, étant des plateformes de prédilection pour cette génération, ont facilité leur engagement. Des témoignages de jeunes participants révèlent une forte motivation à participer à des actions collectives pour la protection de l'environnement. Des initiatives locales, telles que cellesmenées par l'Association Eco Djazair et JVE Algérie, ontobservé une augmentation notable de la participation des jeunes, démontrant l'efficacité de ce défi pour stimuler l'engagement citoyen.

En effet, le Trashtag Challenge en Algérie a démontré qu'une initiative simple mais bien orchestrée peut avoir un impact significatif sur la sensibilization environnementale et la mobilization citoyenne. En combinant l'action directe avec la puissance des reseaux sociaux, ce défi a non seulement contribué à nettoyer des espaces publics, mais a également renforcé le sentiment de communauté et de responsabilité partagée envers l'environnement.

1-3- Discoursécologique

Le «*discoursécologique*» combine la communication structurée «discours» et les préoccupations environnementales «*écologie*». Il s'agit de la manière dont les questions environnementales sont communiquées et représentées dans les interactions sociales et médiatiques, incluant des thèmes, narratifs et rhétoriques pour sensibiliser, éduquer et mobiliser les publics. Les discours écologiques abordent des themes varies comme le changement climatique, la perte de biodiversité et la pollution, utilisant des narratifs engageants et des rhétoriques persuasives pour influencer les attitudes et comportements**(8)**. Ces discours jouent un rôle vital dans la formation de l'opinion publique et la mobilisation pour des actions environnementales, transformant les perceptions et incitant à des actions concrètes en faveur de la durabilité écologique. Par exemple, les campagnes de sensibilisation sur le changement climatique ont fait de ce problème une priorité mondiale grâce à des discours bien articulés**(9)**. Le discours écologique, à travers des initiatives comme le Trashtag Challenge, joue un rôle essentiel dans l'éducation et la mobilisation des sociétés face aux enjeux environnementaux. L'analyse des pratiques socio-discursives en ligne permet de comprendre comment ces plateformes renforcent l'engagement citoyen. Il est fondamental d'examiner rigoureusement le corpus et la méthodologie adoptée pour garantir l'objectivité et la validité scientifique de la présente recherche.

2- Corpus et méthodologie:

Cette recherche s'inscrit dans le domaine des sciences du langage, en se concentrant spécifiquement sur l'analyse du discours dans les échanges médiatisés par la convergence numérique (ordinateur portable, smartphone, …), si nous osons l'écrire. Nous nous basons sur les travaux de Marcoccia**(10)** et de Melouah**(11)** pour comprendre la dynamique des interactions enligne. Notre contribution porte sur les discours écologiques au sein d'un groupe Facebook spécifique, en particulier l'activisme lié au « Trashtag Challenge » en Algérie. Ce défi mondial encourage les internautes à se mobiliser pour nettoyer les espaces publics et à partager des photos avant et après leur action sur les réseaux sociaux. En Algérie, ce mouvement a pris une ampleur notable, mobilisant de nombreux citoyens dans un contexte de crise.

2-1- Terrain de la recherche:

Le groupe Facebook «GREEN BIKE» (الدراجة الخضراء) constitue le terrain d'étude de cette recherche. Ce groupe, dédié à la promotion des actions écologiques et au nettoyage des espaces publics, regroupe une vaste communauté de 495K abonnés et 390K mentions «J'aime». Il génère une diversité de publications, commentaires et interactions qui reflètent les dynamiques sociales et linguistiques de ses membres. Le choix de ce groupe est motivé par l'engagement concret de ses membres dans des actions environnementales, la pertinence de ses contenus pour l'étude du discours écologique et des stratégies de mobilisation citoyenne, ainsi que par la richesse de ses échanges textuels et visuels. L'analyse de ce corpus permettra de comprendre l'impact des réseaux sociaux sur la sensibilisation et l'engagement

écologique, en mettant en lumière la coordination des actions collectives et le rôle des plateformes numériques dans la promotion des causes environnementales.

2-2- Processus intégral de gestion des données de recherche:

Pour analyser les discours écologiques sur le groupe Facebook visé, notamment l'activisme du Trashtag Challenge en Algérie face à la crise environnementale, nous avons structuré la collecte des données en trois phases distinctes:

2-2-1- Phase d'exploitation:

La phase de la collecte des données dans cette recherche vise à constituer une base de données représentative du discours écologique tenu au sein du groupe Facebook ciblé. La collecte de données se limite aux publications, excluant l'analyse des commentaires, afin de concentrer l'étude sur les messages publics et structurés qui reflètent directement la stratégie de communication des acteurs du groupe. Cette approche méthodologique permet d'explorer les dynamiques discursives et les appels à l'action, en assurant une analyse ciblée et cohérente avec les objectifs de la recherche. Un processus rigoureux d'identification, de sélection, de collecte et de validation des données est mis en place pour permettre des analyses quantitatives et qualitatives approfondies. Le tableau synoptique n°01 examine les publications, en se concentrant sur la langue, la graphie, les symboles et la modalité linguistique, révélant que les messages en arabe, avec une graphie arabe, dominent et génèrent un engagement élevé. Cette analyse souligne l'importance des messages de mobilisation et la dualité linguistique de la société algérienne dans la dynamique d'engagement communautaire.

Tableau n°01: Répartition linguistique et graphique des publications du groupe Facebook GREEN BIKE

N°/P	Langue	Graphie	Symbole	Modalité linguistique	Réactions	Commentaires	Partages
1	Arabe	arabe	Texte Dièse	Unilingue	1639	208	129
2	Arabe	Arabe	Texte Dièse	Unilingue	549	31	38
3	arabe	Arabe	Texte Dièse	Unilingue	2	16	13
4	arabe	Arabe	Texte Dièse	Unilingue	8	7	-
5	arabe	Arabe	Texte Dièse	Unilingue	785	5	25
6	Français	Latin	Texte Dièse	Unilingue	46	5	16
7	Arabe	Arabe	Texte	Unilingue	1064	185	76
8	Arabe	Arabe	Texte	Unilingue	940	196	28
9	Arabe	Arabe	Texte	Unilingue	1036	208	129
10	Arabe	Arabe	Aucun	Unilingue	738	50	80
11	Arabe	Arabe	Aucun	Unilingue	5,4K	4	496
12	Arabe	Arabe	Aucun	Unilingue	10771	132	157
13	Arabe	Arabe	Aucun	Unilingue	1530	96	91
14	Arabe	Arabe	Aucun	Unilingue	291	30	15
15	Arabe	Arabe	Aucun	Unilingue	227	12	41
16	Arabe	Arabe	Aucun	Unilingue	1090	208	129

Pour cette investigation, un corpus numérique a été constitué à partir de captures d'écran de publications issues du groupe Facebook GREEN BIKE, en utilisant un compte personnel authentique. La sélection des données repose sur trois critères principaux: la pertinence thématique, la popularité et la diversité géographique. La pertinence thématique garantit que les publications et échanges sont directement liés à l'objet de la recherche, en l'occurrence les pratiques écologiques autour du vélo vert. La popularité, évaluée à travers le nombre de mentions "J'aime", de commentaires et de partages, permet de cibler les publications les plus engageantes, révélant les sujets qui suscitent le plus d'intérêt et de débat au sein de la

communauté. Enfin, la diversité géographique est essentielle pour obtenir un corpus représentatif, en incluant des publications provenant de différentes régions, comme par exemple celles de (P 2) à Annaba, dans le nord-est de l'Algérie, et (P 3) dans le sud, afin de capturer des contextes variés et enrichir l'analyse des dynamiques locales et globales du groupe. Les données ont été collectées durant une période de forte activité, fin juillet et début août 2024, afin de maximiser leur pertinence. Cette approche méthodologique permet une collecte éthique, représentative et efficace, en respectant la confidentialité des participants grâce à l'anonymisation des profils.

2-2-2- P**hase de transcription:**

Cette phase vise à convertir les données visuelles, telles que les captures d'écran des publications et messages, en un format textuel exploitable tout en préservant leur contexte et leurs nuances. Elle garantit la fidélité des informations, y compris les émoticônes, hashtags et liens, et organise les données de manière systématique. Une vérification minutieuse est effectuée pour assurer leur exactitude et leur complétude. Ces données constituant le second corpus sont essentielles pour une analyse qualitative rigoureuse. Cette préparation est essentielle pour extraire des informations pertinentes sur les dynamiques de l'activisme écologique en Algérie et pour comprendre en profondeur les pratiques discursives et mobilisatrices en ligne.

2-2-3- Phase d'archivage:

La phase de sauvegarde et de documentation est essentielle pour organiser et sécuriser les données collectées, en les classant selon des critères tels que la date, l'origine géographique, et les thèmes abordés. Cette organisation facilite l'accès et la gestion des données en vue de leur analyse approfondie. Cependant, la collecte de données issues de plateformes publiques comme Facebook soulève des enjeux éthiques, notamment en matière de protection de la vie privée des utilisateurs. Bien que les échanges sur un groupe public soient accessibles, les utilisateurs peuvent partager des informations sensibles de manière involontaire. Il est donc crucial de respecter les principes éthiques de confidentialité et de consentement implicite, conformément aux régulations comme le RGPD. De plus, la sécurisation et l'anonymisation des données et leur archivage avec des métadonnées permettent d'assurer leur intégrité et leur réutilisation future pour une analyse rigoureuse. Ce processus méthodologique garantit une gestion fiable des données, tout en préservant la confiance des participants. Enfin, l'analyse des données ainsi collectées permettra de mieux comprendre les stratégies de mobilisation et les dynamiques interactionnelles dans le cadre de l'activisme écologique numérique, en particulier au sein du groupe Facebook GREEN BIKE Algérie.

3- Lecture des discours écologiques utilisés dans le groupe Facebook GREEN BIKE:

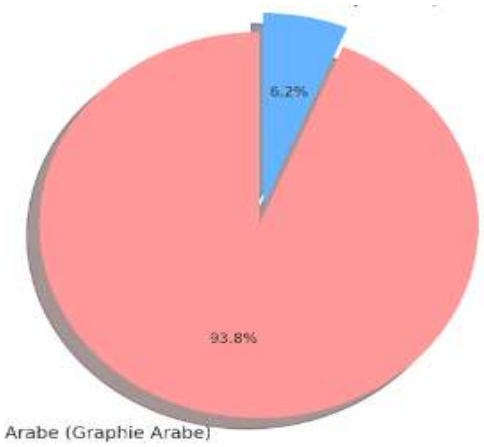
L'analyse des discours écologiques présents dans le groupe Facebook *GREEN BIKE* révèle les stratégies communicationnelles déployées pour sensibiliser et mobiliser la communauté autour des enjeux environnementaux, en mettant en lumière les pratiques linguistiques, les narratifs visuels et les appels à l'action qui animent cet activisme numérique. A savoir:

3-1- Visage linguistique:

L'analyse de la situation linguistique des publications de la page Facebook étudiée atteste d'une nette prédominance de l'arabe en graphie arabe. Comme l'illustre le graphique n° 01, sur les seize publications considérées, quinze relèvent de l'arabe (graphie arabe) contre une seule en français (graphie latine), soit 93,75 %contre6,25 %**.** Sur le plan méthodologique, ce résultat repose sur le décompte exhaustif des unités d'analyse définies comme « *publications* » (N = 16), après un codage explicite de la variable combinée « langue–graphie » et le calcul des fréquences relatives (15/16; 1/16), ce qui autorise une comparaison descriptive rigoureuse tout en appelant à la prudence au regard de la taille de l'échantillon. Cette configuration se retrouve dans la distribution des réactions et des commentaires, les contenus en arabe concentrant la part la plus importante des interactions: interactions agrégées

par publication puis par langue–graphie et comparées en parts relatives, sans inférer de causalité.

Graphique n°01: Répartition des langues et leurs graphies dans les publications



Il est important d'affirmer que cette prédominance de l'unilinguisme en arabe standard peut être expliquée par plusieurs facteurs sociolinguistiques du contexte algérien. Premièrement, l'arabe est la langue officielle de l'Algérie et est largement utilisé dans les communications scoralestique et de l'élite. L'utilisation de la graphie arabe dans les publications permet ainsi d'atteindre un large public local (en particulier dans les villes du nord telles qu'Annaba et El-Tarf, où se situe probablement la base principale des activités de «Green Bike»), assurant ainsi une meilleure compréhension et engagement de la communauté. Deuxièmement, l'arabe est également une langue d'identité culturelle forte en Algérie, et son utilisation renforce le sentiment d'appartenance et de solidarité parmi les membres de la communauté. L'usage de hashtags (dièses) et de textes en arabe dans les publications unilingues témoigne de l'effort de l'association pour s'adresser directement à la population locale dans une langue officielle et accessible.

En comparaison, l'utilisation du français, bien que minoritaire, représente l'héritage colonial et est souvent associée à l'administration, l'éducation et les communications formelles. La présence d'une publication en français pourrait viser à toucher un segment de la population qui est plus à l'aise avec cette langue, ou à donner une dimension plus formelle ou internationale à certaines annonces spécifiques.

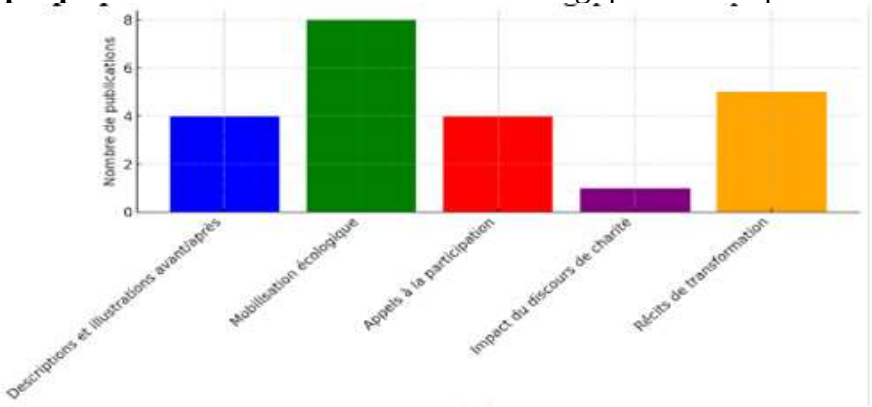
L'examen des publications de la page étudiée met au jour une *dualité linguistique* cohérente avec la réalité sociolinguistique algérienne: l'arabe (graphie arabe) constitue la langue d'animation communautaire, tandis que le français (graphie latine) sert ponctuellement d'interface institutionnelle et de vecteur d'ouverture. Ainsi, P1 illustre un *poste textuel mobilisateur en arabe standard*, centré sur l'adhésion et la proximité; P2 prolonge ce cadrage par un *récit visuel* (album) dont la *légende et les hashtags* ancrent l'action dans des référents locaux arabophones; P3 montre la *mise en scène d'interactions situées* (bénévoles, partenaires, dispositif logistique) où l'arabe demeure la langue de sociabilité et de coordination. Par contraste, la figure n° 01 (aperçu de la page) laisse apparaître des repères francophones (éléments d'interface et rubriques statiques), signalant l'utilité du français pour la présentation formelle et la circulation vers des publics plus larges. Sur le plan quantitatif, la prédominance de l'arabe (corroborée par le Graphique n° 01) repose sur un codage explicite de la variable « langue–graphie » appliqué à l'ensemble des unités d'analyse (N = 16), puis sur le calcul des fréquences relatives et la confrontation des interactions agrégées par publication et par langue, sans inférer de causalité et en tenant compte du type de contenu (texte/album) et de la fenêtre d'exposition.

En conséquence, la répartition observée confirme l'*importance structurante de l'arabe* pour la mobilisation et l'engagement locaux, tout en reconnaissant un *usage limité mais fonctionnel du français* pour l'affichage institutionnel et l'interconnexion de réseaux. *Cette stratégie de répartition des tâches discursives* (arabe pour la cohésion et la participation, français pour la crédibilité et la mise en relation) *maximise l'impact* des publications en s'ajustant aux préférences linguistiques du public et aux exigences de visibilité externe.

3-2- Réseau du discours écologique:

L'analyse des 16 publications révèle une répartition considérable des contenus illustrés à travers le graphique n°02, ci-dessous. Les descriptions et illustrations par des photos avant/après les opérations de nettoyage représentent 25% des publications. Ces publications visent à montrer l'impact visuel immédiat des efforts de nettoyage, renforçant l'idée de transformation positive. La mobilisation écologique constitue la majorité avec 50%, démontrant l'importance de sensibiliser et d'inciter les membres à s'engager activement dans des actions environnementales. Les appels à la participation, qui représentent également 25%, soulignent l'appel à l'action directe, incitant les utilisateurs à rejoindre les décisions écologiques. L'impact du discours de charité sur l'engagement écologique est minoritaire avec seulement 6,25%, mais il joue un rôle vital en soulignant les aspects humanitaires des actions de nettoyage. Dans le corpus de 16 publications, la catégorie « récits de transformation » représente 31,25 % (5/16), proportion obtenue après codage thématique des unités d'analyse (publication = unité), opérationnalisé par l'identification d'indices explicites de changement observable (p. ex. avant/après visuel, bilan chiffré des déchets, reformulation de la perception des lieux) et calcul de la fréquence relative p=516=0,3125p = \frac{5}{16} = 0{,}3125p=165 =0,3125, avec interprétation strictement descriptive compte tenu de la taille de l'échantillon. En conséquence, la configuration d'ensemble atteste d'une stratégie de communication intégrée qui articule visuels probants (effet de preuve), appels à l'action (fonction conative) et récits transformationnels (reconfiguration symbolique des espaces publics) afin d'optimiser l'engagement communautaire dans les initiatives écologiques.

Graphique n°02: Distribution du discours écologique dans les publications



À partir des données précédentes, nous notons que les interventions du groupe Facebook de cette recherche adoptent une variété de discours écologiques pour stimuler l'engagement des utilisateurs et les inciter à participer à des actions de nettoyage. Ces discours sont soigneusement conçus pour sensibiliser, motiver et valoriser les efforts des participants. Ils se caractérisent par plusieurs éléments clés:

3-2-1- Descriptions et illustrations par des photos avant/après les opérations de nettoyage:

Le groupe Facebook GREEN BIKE Algérie utilise de manière ingénieuse des discours écologiques pour sensibiliser et mobiliser ses membres autour des actions de nettoyage. En effet, l'examen des publications de ce groupe Facebook montre une stratégie discursive intégrée qui articule *appels à l'action***,** *épreuves visuelles « avant/après »* et *messages*

logistiques/recognitifs afin de convertir la visibilité en engagement (voir Figure n° 01, P1–P3). Les **posts textuels mobilisateurs** en arabe (P1) cadrent la problématique et transforment l'attention en participation; les *albums comparatifs «avant/après »* (P2) fonctionnent comme *preuves d'impact* en objectivant la transformation des espaces (photos + bilans chiffrés), reconfigurant ainsi la perception du « sale » au « propre »; enfin, les *messages de coordination et de gratitude* (P3) réduisent les frictions d'entrée (où, quand, comment) et stabilisent le collectif par la reconnaissance des contributions. Sur le plan sociolinguistique, la configuration est *majoritairement arabophone* (15/16 publications), tandis que le français, plus circonscrit, assure des *passerelles d'interface* (présentation formelle, circulation inter-réseaux). **C**es résultats reposent sur un *codage systématique* des unités (publication = unité), des variables langue–graphie**,** type de contenu et *fonction discursive*, puis sur le *calcul de fréquences relatives* et la *triangulation texte–image–métadonnées*; l'interprétation demeure descriptive et prudente, compte tenu de la taille de l'échantillon.

Les publications présentent souvent des photos avant et après les opérations de nettoyage, illustrant visuellement l'impact des efforts collectifs. Dans notre album, nous trouvons quatre publications, à savoir:

Les images montrent des sites initialement jonchés de déchets plastiques et autres détritus, qui, après le passage des bénévoles, se transforment en espaces propres et accueillants. Cette méthode visuelle renforce l'effet des actions menées et souligne la transformation positive de l'environnement. Le cas (P 2) affiche des messages écrits, principalement en langue et graphie arabe, utilisent des hashtags comme « *#ترمي_تخلص* », traduisible par « *Jette et débarrasse* », pour toucher un public local et encourager la participation. Ces messages sont courts, directs et motivants, appelant à l'action et félicitant les participants. Ils mettent en avant la responsabilité citoyenne et l'urgence écologique, créant ainsi un discours inclusif et mobilisateur. Les contenus publiés expriment des remerciements envers ceux qui ont contribué, valorisant ainsi leur engagement et renforçant le sentiment d'appartenance à une communauté engagée. « On observe par ailleurs une interactivité élevée, se traduisant par un volume important de mentions « J'aime », de commentaires et de partages. Ces réactions attestent d'un fort soutien communautaire: les utilisateurs y expriment régulièrement leur appréciation ainsi que des messages d'encouragement. Ce haut niveau d'engagement indique non seulement une réceptivité passive mais aussi une volonté active de diffuser le message et d'encourager d'autres à participer. Ainsi, il est indispensable de souligner que les photos avant/après jouent un rôle déterminant en montrant concrètement les résultats des efforts de nettoyage, tandis que les messages écrits mobilisent la communauté par un discours motivant et inclusif. Cette combinaison efficace d'éléments visuels et textuels, soutenue par une interactivité, permet de transformer la sensibilisation en actions concrètes et collectives pour la protection de l'environnement.

La même action discursive est reprise sur ce groupe Facebook sur (P 3) en utilisant également des photos avant/après pour illustrer les opérations de nettoyage, mettant en évidence la transformation des lieux pollués en espaces propres. Les messages écrits, en arabe, sont courts, motivants et appellent à la participation citoyenne, comme le montre le hashtag « *#ليست_قمامتي_لكنها_وطني* » (Ce n'est pas ma poubelle, mais c'est mon pays). L'interactivité élevée avec 549 mentions « *J'aime* », 31 commentaires et 38 partages démontre un fort engagement de la communauté. Les commentaires expriment souvent des remerciements et des encouragements, renforçant le sentiment d'appartenance et d'action collective pour l'environnement. Ainsi, les publications (P14 et P15) utilisent aussi des photos avant/après pour montrer l'impact des opérations de nettoyage. Ces visuels permettent de voir concrètement la transformation des sites, motivant ainsi les participants et sensibilisant le public à l'importance de la propreté. Elles mettent en avant l'engagement de la communauté locale, renforçant le sentiment de responsabilité collective. L'utilisation de l'arabe dans les descriptions garantit une large compréhension et un engagement maximal de la population algérienne. Les images des volontaires en action humanisent la cause, encourageant davantage

de personnes à rejoindre le mouvement. En bref, ces publications démontrent l'efficacité des actions de GREEN BIKE et jouent un rôle clé dans la sensibilisation et la mobilisation communautaire.

3-2-2- Mobilisation écologique:

Le réseau Facebook GREEN BIKE Algérie utilise efficacement les discours écologiques pour mobiliser ses membres autour des actions de nettoyage. Les photos avant/après montrent la transformation des lieux pollués en espaces propres, inspirant d'autres à participer. Les messages en arabe, courts et motivants, appellent explicitement à rejoindre les efforts de nettoyage, en utilisant des expressions inclusives et motivantes. L'interactivité élevée, avec de nombreuses mentions « *J'aime* », commentaires et partages, montre un fort engagement de la communauté. Les discours utilisés parviennent à transformer la sensibilisation en actions concrètes et collectives pour la protection de l'environnement. En effet, les annonces révèlent une mobilisation écologique active et engageante. A titre d'exemple:

Sur (P1) nous lisons que « *Chaque heure qui passe augmente notre certitude que résoudre le problème de la propreté du pays est possible - 1,639 réactions, 208 commentaires, 129 partages* »: Ce post utilise un ton affirmatif et prometteur, soulignant la certitude et la possibilité de résoudre les problèmes environnementaux, en particulier ceux liés à la propreté. L'utilisation de chiffres élevés de réactions et de partages montre une forte résonance avec le public, renforçant le sentiment de communauté et de responsabilité collective.

Sur (P5),s'affiche le message « *Nous espérons que la page facilite le suivi de tous les Algériens - 785 réactions, 5 commentaires, 25 partages* »: Ce post met en avant l'unité nationale et la facilitation de l'engagement environnemental à travers une plateforme commune, soulignant l'importance de la technologie et des médias sociaux dans la mobilisation écologique en ligne.

Sur (P6) « *Les gardiens de la Corniche se mobilisent - 46 réactions, 5 commentaires, 16 partages* »: En collaboration avec un article de journal, ce post met en lumière des actions spécifiques de nettoyage et de réhabilitation, illustrant des résultats concrets des initiatives écologiques locales, renforçant ainsi la crédibilité et la visibilité de l'organisation. Nous lisons des messages écrits, souvent en arabe comme l'exemple du hashtag #ترمي_تخلص, sont courts et motivants. Ils appellent explicitement les membres et le public à rejoindre les efforts de nettoyage, spécifiant les dates, lieux et modalités de participation. Des expressions inclusives et motivantes telles que «Rejoignez-nous», «Faites partie de la solution» et «Ensemble, nous pouvons faire la différence» sont utilisées pour renforcer le sentiment de communauté et d'action collective. L'interactivité est donc mémorable, montrant un fort engagement de la communauté.

Sur (**P7)** nous déchiffrons que « *Cette page est suivie par tous les Algériens - 1064 réactions, 185 commentaires, 76 partages* »: Ici, l'accent est mis sur l'inclusivité et la large portée de la page, valorisant l'engagement de toute la nation dans les initiatives écologiques.

Sur (P9)ils nous poussent à « *Ramassez tout ce que vous pouvez - 738 réactions, 50 commentaires, 80 partages* »: Ce post encourage une action directe et individuelle, utilisant une approche pragmatique et immédiate pour inciter les gens à participer activement aux efforts de nettoyage.

Sur (P10) montre que le « *Problème de déchets organiques - 5,4K réactions, 4 commentaires, 496 partages* »: Avec un nombre impressionnant de réactions et de partages, ce post traite des déchets organiques, soulignant un aspect spécifique et prépondérant de la gestion des déchets, montrant une prise de conscience et une préoccupation écologique accrues parmi les suiveurs.

(P11)affiche que « *Pas de bien en nous si cette terre est sale - 10771 réactions, 132 commentaires, 157 partages* »: L'accent sur la moralité et la responsabilité collective dans la propreté environnementale est fort dans ce post, utilisant des valeurs éthiques pour motiver l'engagement écologique. (P13) annonce qu'il faut l'» *Unité pour la propreté du pays - 1530 réactions, 96 commentaires, 91 partages* »: Le post appelle à l'unité et à la coopération

nationale pour résoudre les problèmes environnementaux, renforçant le sentiment de solidarité et de communauté dans les initiatives écologiques.

Ces huit (08) publications montrent une utilisation stratégique de la langue et des graphies pour mobiliser et engager le public. L'arabe est utilisé pour toucher un large public algérien, renforçant l'identité nationale et la solidarité. La présence de photos avant/après dans les publications montre des résultats tangibles des actions menées, ce qui aide à visualiser l'impact des efforts et à encourager la participation continue. En combinant des messages motivants et des preuves visuelles de réussite, «GREEN BIKE» réussit à engager efficacement les communautés locales dans ses initiatives écologiques.

3-2-3- Appels à la participation:

Dans le corpus (N = 16), quatre publications (25 %) comportent des appels explicites à la participation. Rédigés majoritairement en arabe (graphie arabe) et relevant de la fonction conative des écrilectes, ces messages précisent dates, lieux et modalités, mobilisent l'impératif, des déictiques temporels et des hashtags, et indexent des normes civiques partagées (propreté, responsabilité collective), comme l'illustre P1. Sur le plan méthodologique, cette catégorie résulte d'un codage thématique de la variable « incitation à l'engagement » (critères: impératifs/actionnabilité, marqueurs spatio-temporels, éléments logistiques), consolidé par une double lecture et une feuille d'encodage (ID, URL, langue–graphie, type) assurant la traçabilité. Les résultats sont présentés en fréquences absolues et relatives (4/16; 25 %) et triangulés texte–image–métadonnées; ils indiquent (dans une interprétation strictement descriptive et sans inférence causale) la centralité de ces incitations dans l'économie discursive du groupe. Il y a également des phrases comme « *Rejoignez-nous* » et « *Faites partie de la solution* ». Elles sont couramment utilisées pour inciter les utilisateurs à s'engager activement. Ces messages renforcent le sentiment de communauté et d'action collective, encourageant chacun à contribuer, même par de petits gestes. Voire, l'interactivité de cette publication est impressionnante, avec 3573 mentions « J'aime », 377 commentaires et 851 partages, montrant un fort engagement de la communauté.

Nous trouvons également des sollicitations pour rejoindre la communauté à travers le message sur (P 7) sollicitant directement les utilisateurs à suivre la page et à s'impliquer dans les initiatives, le message crée un sentiment d'inclusion et de responsabilité collective. Cette stratégie renforce l'idée que chaque action compte et que la participation de chacun est essentielle pour atteindre les objectifs environnementaux. L'interactivité de cette publication est notable avec 785 mentions «J'aime», 52 commentaires et 25 partages. Cela montre un engagement communautaire considérable, où les commentaires et appréciations positives attestent d'une mobilisation efficace et d'un soutien important pour les initiatives.

Sur (P10), nous repérons les appels à la participation sont omniprésents et efficaces. Par exemple, la publication qui déclare « *كل ساعة تفوت يزداد يقيننا بأن حل مشكل النظافة في الوطن هو #ترمي_تخلص*» (Chaque heure qui passe renforce notre conviction que la solution au problème de la propreté dans notre pays est le hashtag #ترمي_تخلص) et « ساندونا في حملتنا و الكل سيستقيم بحول الله» (Aidez-nous dans notre campagne et tout ira bien, si Dieu le veut), souligne l'urgence et la nécessité de l'action collective.

Sur (P13), Des phrases comme « *Rejoignez-nous* » et « *Faites partie de la solution* » sont couramment utilisées pour inciter les utilisateurs à s'engager activement dans les efforts de nettoyage. Ces messages renforcent le sentiment de communauté et d'action collective, encourageant chacun à contribuer même par de petits gestes. L'interactivité des publications est frappante, avec une publication de l'image a reçu 1 071 mentions « *J'aime* », 132 commentaires et 157 partages, montrant un fort engagement de la communauté.

A partir de ce qui précède, nous soulignons que les appels explicites à la participation et les incitations à l'engagement constituent des éléments de base des discours utilisés dans le groupe visé, renforçant le sentiment de communauté et d'action collective. Les messages comme « *Rejoignez-nous* « et « *Faites partie de la solution* « motivent efficacement les utilisateurs à s'impliquer activement dans les initiatives de nettoyage, comme en témoignent

les niveaux élevés d'interactivité et d'engagement observés dans les publications. Cette stratégie de communication se révèle donc particulièrement efficace pour mobiliser les membres et susciter une forte participation communautaire en faveur des objectifs environnementaux.

3-2-4- Impact du discours de charité sur l'engagement écologique:

Nous identifions sur une publication (P 4), le message « *أفضل صدقة في هذا الوقت هي الماء* » (La meilleure aumône en ce moment est l'eau) utilise une rhétorique puissante pour encourager les contributions. En liant l'action écologique à une notion de charité ou d'aumône, le message motive les utilisateurs à agir, non seulement pour l'environnement, mais aussi pour le citoyen. Cette approche crée une double incitation à la participation, renforçant ainsi l'engagement. L'interactivité de cette publication est substantielle, avec 81 mentions « *J'aime* », plusieurs commentaires et partages, témoignant de la force mobilisatrice de ce discours et de son efficacité à motiver la communauté.

4- Récits de transformation:

Les récits de transformation sont intégrés dans les discours pour montrer comment des efforts collectifs peuvent avoir un impact significatif. Cela explique les publications racontent souvent des histoires de lieux autrefois négligés et pollués qui, grâce à l'effort de la communauté, sont redevenus des espaces accueillants et propres. Ces récits incluent des témoignages de participants, des anecdotes sur les défis rencontrés et surmontés, et des descriptions des réactions des membres de la communauté locale. En partageant ces histoires, le groupe crée un narratif inspirant qui montre que le changement est possible grâce à l'engagement collectif.

L'analyse des discours sur la page Facebook du groupe étudié montre une communication stratégique incluant des descriptions détaillées, des appels à l'action, des remerciements, des images percutantes et des récits inspirants pour sensibiliser et encourager la participation. Cette approche efficace mobilise la communauté et valorise les efforts pour la protection de l'environnement, démontrant l'impact des médias sociaux sur les initiatives locales. A titre illustratif sur nous remarquons que les récits de transformation présentés dans les trois publications (P 2, P 3, P14, P15) utilisent efficacement des éléments visuels et narratifs pour promouvoir un discours écologique puissant. En illustrant de manière tangible le changement positif résultant des actions individuelles et collectives, ces récits encouragent la prise de responsabilité citoyenne et l'engagement environnemental dans de diverses régions du pays. Les photos avant/après montrent de manière frappante l'impact des efforts de nettoyage, renforçant ainsi la motivation des membres de la communauté à participer à des initiatives similaires. Cette mobilisation à grande échelle est amplifiée par des messages courts et directs, souvent accompagnés de hashtags mobilisateurs, qui incitent explicitement à l'action. Tout à fait, comme nous l'avons déjà justifié en haut. En mettant en avant les efforts collectifs et en remerciant les participants, les contenus diffusés renforcent également le sentiment d'appartenance à une communauté engagée pour la protection de l'environnement. De plus, les récits de transformation jouent un rôle éducatif en montrant clairement les effets néfastes de la pollution et les bénéfices des actions écologiques, contribuant ainsi à une sensibilisation accrue.

La publication (P8) présente un récit de transformation à travers l'hommage rendu à un membre fondateur récemment décédé, en soulignant son engagement envers la cause écologique. La juxtaposition de deux images - une montrant le membre en train de ramasser des déchets et une autre avec un message de condoléances - illustre son dévouement et l'impact positif de ses actions individuelles. Le message renforce la responsabilité citoyenne en rappelant l'importance des efforts personnels pour la communauté et l'environnement. En mettant en avant les contributions significatives du défunt, la publication incite d'autres membres à suivre son exemple, amplifiant ainsi l'engagement communautaire. Les nombreuses réactions et commentaires témoignent de la solidarité et du respect envers ses contributions, créant un fort sentiment de communauté. De plus, cette publication sert

d'éducation et de sensibilisation, en montrant comment les actions écologiques peuvent laisser un héritage durable et inspirer des générations futures à s'impliquer dans la protection de l'environnement.

À la lumière de ce qui a été exposé, nous déduisons que les quatre piliers fondamentaux de l'efficacité des récits de transformation écologique sont: le renforcement de la responsabilité citoyenne, la mobilisation à grande échelle, la création d'un sentiment de communauté, l'éducation et la sensibilisation. Sur la base des points évoqués, nous avançons, tout d'abord, que le renforcement de la responsabilité citoyenne est capital, car il incite les individus à prendre part activement à des actions écologiques, en comprenant l'impact de leurs efforts personnels. Ensuite, la mobilisation à grande échelle permet d'amplifier l'effet de chaque action individuelle en encourageant un plus grand nombre de personnes à participer à des initiatives similaires, créant ainsi un effet multiplicateur. Par ailleurs, la création d'un sentiment de communauté joue un rôle déterminant en consolidant les liens entre les membres et en renforçant leur engagement collectif pour la cause environnementale. Enfin, l'éducation et la sensibilisation, à travers des récits visuels et narratifs, permettent de montrer clairement les effets néfastes de la pollution et les bénéfices des actions écologiques, contribuant ainsi à une prise de conscience accrue et durable. Ces piliers, intégrés dans les récits de transformation, démontrent comment des actions écologiques peuvent avoir un impact significatif et inspirer un changement positif au sein de la communauté.

À la lumière de cette analyse, il apparaît que les discours écologiques diffusés sur le groupe Facebook *GREEN BIKE* reposent sur une stratégie communicationnelle structurée, articulant efficacement éléments linguistiques, visuels et narratifs pour mobiliser, sensibiliser et renforcer l'engagement communautaire en faveur de l'environnement.

Conclusion: Résultat de la recherche et suggestions

L'analyse des publications de la page Facebook «Green Bike» montre une prédominance de l'arabe avec 15 publications sur 16, maximisant l'engagement communautaire en Algérie. Cette répartition reflète la dualité linguistique du pays, où l'arabe renforce l'identité nationale, tandis que le français, bien que minoritaire, apporte une dimension formelle. Les publications se concentrent principalement sur la mobilisation écologique, suivies par des descriptions avant/après nettoyage, des appels à la participation, et des récits de transformation. Les visuels et récits sont utilisés efficacement pour sensibiliser, motiver et encourager la participation de la communauté dans les initiatives environnementales, démontrant l'impact positif des efforts collectifs pour la protection de l'environnement. Cette analyse ouvre une perspective de recherche en sociolinguistique pour explorer comment la dualité linguistique en Algérie influence l'engagement communautaire dans les initiatives environnementales. Il serait pertinent d'examiner l'impact de l'utilisation de l'arabe et du français sur la perception et la participation des différentes couches de la population, ainsi que de comparer les dynamiques linguistiques entre les régions du nord et du sud du pays.

Références:

1-Shirky Clary, Le pouvoir politique des médias sociaux: la technologie, la sphère publique et le changement politique, Council on Foreign Relations, Vol. 90, No. 1, 2011, pp. 28-41. Disponible sur: https://www.jstor.org/stable/25800379 (Consultée, le 29/02/2025).

2-Leiserowitz et al., Climate Change in the American Mind: April 2020: https://climatecommunication.yale.edu/publications/climate-change-in-the-american-mind-april2020/(Consultée, le 29/02/2025).

3-Castells Manuel, Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. *PolityPress*, 2012.

4-Maxwell E. *McCombs*, Donald L *Shaw*, The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 1972, 176-187.

5-Dahlgren Peter, Media and Political engagement. Citzen, Communication and democracy, Cambridge universityPress, 2009.

6-Garrard Greg, Ecocritisme. London/ NewYork: Routledge, 2012.

7-WassermanStanley et Faust Katherine (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge UniversityPress.
8-Dryzek John, La politique de la Terre: discours sur l'environnement. Oxford: Oxford UniversityPress, 2005.
9-Odum, EP, *Fundamentals of Ecology.* Troisième édition, WB Saunders Co., Philadelphie, 1971, 1-574.
10-Marianne Doury et Marcoccia Michel, Forum internet et courrier des lecteurs: l'expression publique des opinions,, Dans *Hermès*, 2007/1 (n° 47), pages 41 à 50.
11-Melouah Sabrina, Créativité langagière des utilisateurs Algériens de la messagerie instantanées Facebook, thèse de doctorat, option sciences du langage, université Badji Mokhtar d'Annaba, Algérie, 2018.

Bibliographies:

– Castells, Manuel (2012), *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, PolityPress, Royaume-Uni.
– Dahlgren, Peter (2009), *Media and Political Engagement. Citizen, Communication and Democracy*, Cambridge UniversityPress, Royaume-Uni.
– Doury, Marianne et Marcoccia, Michel (2007), *Forum internet et courrier des lecteurs: l'expression publique des opinions*, Dans *Hermès*, 2007/1 (n° 47), pages 41 à 50.
– Dryzek, John (2005), *La politique de la Terre: discours sur l'environnement*, Oxford UniversityPress, Royaume-Uni.
– Garrard, Greg (2012), *Ecocritisme*, London/New York: Routledge, Royaume-Uni/États-Unis.
– Leiserowitz, et al. (2020), *Climate Change in the American Mind: April 2020*, Yale University, https://climatecommunication.yale.edu/publications/climate-change-in-the-american-mind-april-2020/(Consultée, le 29/02/2025).
– Maxwell, E. McCombs et Donald L Shaw (1972), *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
– Melouah, Sabrina (2018), *Créativité langagière des utilisateurs Algériens de la messagerie instantanée Facebook*, Thèse de doctorat, option sciences du langage, Université Badji Mokhtar d'Annaba, Algérie.
– Odum, E.P. (1971), *Fundamentals of Ecology*, Troisième édition, WB Saunders Co., Philadelphie, États-Unis, 1-574.
– Shirky, Clay (2011), *Le pouvoir politique des médias sociaux: la technologie, la sphère publique et le changement politique*, *Council on Foreign Relations*, Vol. 90, No. 1, pp. 28-41, https://www.jstor.org/stable/25800379 (Consultée, le 29/02/2025).
– Wasserman, Stanley et Faust, Katherine (1994), *Social Network Analysis: Methods and Applications*, CambridgeUniversityPress, Royaume-Uni.

Annexes:

Annexe 01: Captures d'écran issues du groupe Facebook GREEN BIKE (à grandir)



Figure n°01 **P1** **P2** **P3**

N.B.: En raison de la capacité limitée de l'article, veuillez consulter les publications du corpus sur le compte Visé en ligne, en prenant en considération les dates de consultation et de collecte des données.