

M.E.S., Numéro 110 Vol.2, Juillet-Septembre 2019

<https://www.mesrids.org>

Dépôt légal : MR 3.02103.57117

Mise en ligne le 11 janvier 2022

UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX PAR LES ETUDIANTS EN MILIEU UNIVERSITAIRE.

Cas de l'Institut Supérieur de Commerce de Bandundu

par

Papy DIMBU MBOMA

Assistant₂ à l'Institut Supérieur de Commerce de Bandundu

RÉSUMÉ

Les réseaux ont envahi le monde de l'enseignement et de la formation et ce depuis quelques années. Des universités, des écoles et des centres de formations utilisent aussi ces moyens de communication pour faciliter l'apprentissage et la formation de leurs étudiants. Mmmmm

Raison pour laquelle, nous avons menés une étude pour comprendre les motifs d'utilisation de ces réseaux au sein de l'Institut Supérieur de Commerce de Bandundu et quel impact de ces derniers auprès des étudiants.

Après analyse, il s'est révélé que les réseaux sociaux contribuent énormément à l'épanouissement intellectuel des étudiants car ils leur permettent à retrouver les amis, à partager les connaissances (scientifiques) dans les différents domaines d'une part et d'autre part, ces mêmes réseaux contribuent négativement dans la mesure où les étudiants les utilisent même pendant les heures de cours à des fins inutiles,

c'est-à-dire, certains étudiants sont dans les réseaux sociaux au moment où l'enseignant dispense le cours.

Ce qui entraîne une distraction totale chez les étudiants et peut même les amener à un échec.

De tout ce qui précède, nous avons dans cet article appelé à la conscience des étudiants sur l'utilisation des réseaux sociaux car, ceux-ci doivent être utilisés pour des fins utiles ». Ce qui implique, qu'ils doivent savoir où et quand utiliser ces réseaux malgré tous les avantages que ces derniers présentent, afin de ne pas tomber dans des distractions et bien parfaire leur parcours universitaire.

ABSTRACT

The social networks have invaded the world of education and training in recent years. Universities, schools and training centers also use these means of communication to facilitate the learning and training of their students.

Therefore, we conducted a study to understand the reasons for using these social networks within the Bandundu Higher Institute of Commerce and how they impact students.

After analysis, it turned out that social networks contribute enormously to the intellectual development of students because they allow them to find friends, to share knowledge (scientists) in different areas on the one hand and secondly these same networks contribute negatively to the extent that students use them even during class time for unnecessary purposes, that is,

some students are in social networks at the time the teacher delivers the course.

This causes total distraction among students and can even lead to failure.

Of all the above, we have in this article called to the students' awareness about the use of social networks because, these must be used for useful purposes. This implies that they must know where and when to use these networks despite all the advantages they present, so as not to fall into distractions and perfect their academic career.

INTRODUCTION

Depuis le début des années 1990, des énormes progrès technologiques en matière de communication ont profondément changé la circulation de l'information. Les distances n'ont aujourd'hui plus qu'une signification marginale, car tout est à la portée de tous et tout de suite. Cela est rendu possible, reconnaissons-le, avec l'avènement des ordinateurs, NoteBooks, téléphones, Internet qui, désormais font partie intégrante de la vie de nombreuses personnes. L'utilisation d'internet et le recours aux réseaux sociaux devient incontournable suite aux différents services que ces derniers proposent. N'est-ce pas de nos jours, les réseaux sociaux donnent à chacun la possibilité de créer de l'information, de donner son avis, d'interagir avec les autres et de partager tout ce qu'il veut avec le monde entier, sans effort particulier ?

Comme on le voit, les facteurs favorisant cette mutation sont les réseaux sociaux, des plateformes d'échange d'information de tout genre où chacun a la possibilité de créer son profil, des pages contenant des informations différentes selon le type de réseau, et

d'interagir avec le reste du monde de diverses manières. Ainsi, ces moyens de communication qui sont à la portée d'un grand nombre influencent la communauté à tel enseigne que même pendant les heures de cours, des réunions ou autres entretiens, ces utilisateurs ont souvent leurs ordinateurs et/ou téléphones à leur guise en bavardant en ligne.

C'est de ce recours obsessionnel à ces outils de communication que nous est venue l'idée d'écrire cet article, afin de savoir le pourquoi et pour quel but les étudiants et les enseignants utilisent les réseaux sociaux en milieu universitaire.

À l'université, les réseaux sociaux se présentent être des intermédiaires essentiels dans le cadre des échanges pédagogiques et répondent aux attentes des apprenants. Pour Anderson, l'intérêt d'avoir recours aux réseaux d'apprentissages pédagogiques dans un cadre d'enseignement supérieur peut « ouvrir des voies plus efficaces, plus efficaces et plus motivantes pour l'apprentissage que toutes les formes précédentes y compris l'éducation traditionnelle et la formation en ligne »¹.

Les réseaux sociaux évoluent d'un simple outil de communication sociale et de divertissement à un vrai outil pédagogique dans l'enseignement universitaire. Plusieurs recherches ont montré l'importance de l'intégration des réseaux sociaux dans les enseignements et en tant que plateforme de coordination et de partage d'expériences et de savoirs. Comme on le sait, aujourd'hui, les réseaux sociaux sont devenus la première préoccupation des jeunes ainsi que des adultes. Ils se trouvent aux premiers rangs en termes de nombre d'adhérents partout dans le monde. Les réseaux les plus fréquentés sont Facebook et Twitter pour échanger et communiquer de tout et de rien avec des personnes qu'ils choisissent d'accepter en

¹ PANCKHURST, R., Le téléphone portable à toute sa place en classe, Université Paul Valéry-Montpellier, 2013, p.3.

tant qu'amis et, par la suite, en différentes publications à leur actif².

Ces réseaux ont envahi le monde de l'enseignement et de la formation, et ce, depuis quelques années. Des universités, des écoles et des centres de formations ont créé leurs propres réseaux sociaux pour faciliter l'apprentissage et la formation de leurs étudiants. D'autres ont essayé d'utiliser des réseaux universels pour communiquer certaines informations administratives.

En effet, les réseaux sociaux peuvent aujourd'hui se révéler un excellent moyen de fonction des étudiants au monde mais aussi avec leurs enseignants dans le partage de leurs intérêts et pour leurs apprentissages notamment en posant des questions, en communiquant leurs difficultés aux autres et en disposant de l'abondante production de leurs collègues. On voit par-là, que l'entraide devient réciproque.

De tout ce qui précède, nous allons analyser tout au long de cet article, les objectifs de l'utilisation des réseaux sociaux en milieu universitaire par les étudiants de l'Institut Supérieur de Commerce de Bandundu.

I. LE CONCEPT RESEAUX SOCIAUX

1.1. Historique

« Pour toucher 50 millions d'utilisateurs, il a fallu 38 ans à la radio, 13 ans à la télévision, quatre ans pour Internet, trois ans à l'iPod... tandis que Facebook a conquis 100 millions de membres en moins de neuf mois »³.

Selon Boyd et Ellison, le premier site web présentant les caractéristiques de base décrites avant a été SixDegrees.com, ouvert en 1997⁴.

Ce site permettait de créer un profil personnel, d'ajouter une liste de connaissances et, suite à diverses mises à jour, de naviguer à travers cette liste. Toutes ces caractéristiques existaient déjà avant, mais SixDegrees.com a été le premier à les satisfaire dans leur ensemble.

Ce site avait pour but d'aider les utilisateurs à se connecter aux autres et de communiquer avec eux. Même s'il avait atteint le million d'utilisateurs, le service a fermé en 2000 pour être devenu un business insoutenable. Un autre grand pas dans l'histoire des réseaux sociaux a été l'ouverture de Friendster.com, en 2002.

Ce site web a été conçu pour essayer de faire concurrence à Match.com, un site de rencontres online qui se basait sur l'idée selon laquelle les amis des amis deviennent des meilleurs partenaires amoureux par rapport à des inconnus.

L'augmentation exponentielle du nombre d'utilisateurs amène de nombreux problèmes à ce nouveau site, causant la migration de beaucoup d'utilisateurs vers d'autres sites apparus les années suivantes. Ce fut seulement à partir de 2002-2003 que le nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux a commencé à augmenter considérablement⁵. L'un des acteurs principaux de ce succès fut MySpace. Ce nouveau réseau social a profité, entre autres, du mécontentement des utilisateurs de Friendster pour accroître rapidement son nombre d'inscrits et sa notoriété.

² Ben ABDALLAH LOTFI et BOUKTHIR HAFEDH, Les réseaux sociaux dans l'enseignement supérieur : un outil de partage et de coordination, Paris, Danoël, 2004, p.16

³ BALAGUE, C., et FAYON, D., *Réseaux sociaux et entreprise : les bonnes pratiques*, Paris éd. Pearson, 2012, p.1

⁴BOYD, D. M. E., "Social network sites: Definition, history, and scholarship", in *Journal of Computer-Mediated Communication*, article 11, 2007, p. 214.

⁵ BALAGUE, C. FAYON, D., *opcit.* p.14.

Parmi les autres sites apparus à partir de 2003, se trouvent aussi des réseaux sociaux professionnels, tels que LinkedIn. Ce site a été fondé dans le but d'aider les gens à améliorer leur propre succès personnel en agrandissant leur réseau de connaissances dans ce milieu.

L'année 2004 a vu la création d'un des réseaux les plus connus du moment, Facebook, suivi, plus tard, par le site de microblogging Twitter, fondé en 2006, et Google+, un des derniers arrivés, en 2011 (Hines, The 2013 Google+ Marketing Guide, 2013).

1.2. Définition

Sébastien Geindre et Bernard Dussuc, définissent les réseaux sociaux comme, « des sites Web où des gens peuvent s'inscrire pour communiquer entre eux ou encore comme une communauté d'individus reliés entre eux par différents centres d'intérêts, qui peuvent faire des échanges et partager des liens, des textes, des messages... »⁶.

Les réseaux sociaux numériques sont définis comme reposant sur des sites qui permettent aux individus de se construire un profil public ou semi-public dans un système inter relié, d'articuler ce profil avec des listes d'autres utilisateurs qui, eux-mêmes, partagent l'information et les profils.

La notion de réseau social existe déjà depuis longtemps. Ce terme a, en effet, été utilisé pour la première fois par l'anthropologue anglais John A. Barnes en 1954, pendant son étude concernant « *le fonctionnement des classes sociales sur une île de l'ouest norvégien* »

Balagué et Fayon définissent les réseaux sociaux en ligne comme des services web qui permettent à leurs utilisateurs de :

- créer un profil personnel représentant l'identité (réelle ou virtuelle) de l'utilisateur
- chercher d'autres utilisateurs du système
- ajouter d'autres utilisateurs à la liste des connexions personnelles
- voir et traverser le réseau des connexions propres et de celles faites par les autres à l'intérieur du système⁷.

1.3. Sortes des réseaux sociaux

On dénombre énormément de réseaux sociaux sur le web qui peuvent être divisés en des catégories différentes selon le type de fonctionnalités offertes, le public cible ou encore d'autres critères. La classification possible, proposée par Poncier, sépare les réseaux sociaux personnels des réseaux sociaux professionnels⁸. Ainsi, les sites qui correspondent à la première catégorie, que l'auteur appelle *réseaux grand public*, s'adressent aux masses et permettent, avant tout, de rester en contact avec ses propres connaissances. Pour cette catégorie, aussi bien le genre d'informations et de contenus que les utilisateurs ont la possibilité d'échanger avec les autres est très vaste et relève de la vie privée des individus. Il est possible de raconter des histoires, exposer des opinions, discuter avec d'autres personnes, publier des photos, des vidéos et tout autre type de contenu.

La deuxième catégorie regroupe par contre, les réseaux dont le but est de « *favoriser l'accroissement de sa notoriété professionnelle à travers les informations communiquées sur son profil* ».

Tous les réseaux offrent la possibilité d'établir une sorte de CV en ligne, de recommander ou de faire recommander par d'autres utilisateurs, de développer un réseau de contacts professionnels ou de rechercher entre autres, des informations sur des entreprises. Comme dans les réseaux grand public, tout cela peut être

⁶GEINDRE, S. et DUSSUC, B., *Réseaux : dimensions stratégiques et organisationnelles*. Paris, Person, 2002, pp.27-55.

⁷BALAGUE, C. et FAYON, D., *opcit.* p.9

⁸PONCIER, *Approche de l'information-documentation. Concepts fondateurs*, s.l éd. ISBN, 2011, pp. 27-30.

complété par la publication ou la création de liens vers différents types de contenus ou sources externes. C'est ainsi qu'après environ dix ans d'évolution, une grande quantité de réseaux sociaux différents ont fait leur apparition et il serait donc impossible de tous les citer. À titre d'exemple, nous citons les deux réseaux sociaux les plus utilisés qui sont Facebook et Twitter.

1.3.1. Facebook

Facebook est un site de réseautage social en ligne, lancé en février 2004 par Mark Zuckerberg, alors étudiant de 23 ans, à l'université de Harvard.⁹ Le nom de service Facebook, dérive du nom des carnets que certaines universités distribuent aux élèves de première année, contenant les photos des autres inscrits à l'université avec les noms respectifs, pour faciliter la socialisation entre les différents étudiants. A son début, accessible uniquement aux étudiants de Harvard, le site a connu une rapide expansion, d'abord vers d'autres institutions et entreprises, jusqu'à son ouverture au public, en 2006.

Lors de l'inscription, Facebook demande d'insérer nom, prénom, adresse email, mot de passe souhaité, genre, date de naissance et de confirmer l'inscription à travers un lien qui est immédiatement envoyé à l'adresse email fournie pour pouvoir commencer à utiliser les fonctions du site (Facebook, 2013).

Le réseau social offre plusieurs fonctions dont celles de base :

- **Journal** : c'est la page qui contient les informations qui concernent et décrivent l'utilisateur.
- **Amis** : un des buts principaux de Facebook est de connecter les utilisateurs avec leurs amis. Dans le cadre du site, le mot « ami » revêt quand-même une signification différente de celle normalement utilisée. Un ami est une personne inscrite au service et qui a accepté de

faire partie du réseau de l'utilisateur et de lui donner accès aux contenus publiés.

- **Fil d'actualité (ou news feed en anglais)** : une fois l'utilisateur identifié sur le site, la première page présentée est le fil d'actualité. Cet instrument représente un résumé des dernières activités des amis, des pages ou groupes auxquels s'est inscrit l'utilisateur et des contenus qu'ils ont publiés.
- **Statut** : le statut consiste en tout ce qui est partagé à travers la case prévue à cet effet et qui sera montré aux amis. Il peut inclure du texte, des images, des vidéos, des liens, notre position géographique, des références à d'autres personnes et autre encore.
- **Le bouton « J'aime » (ou « like », en anglais)** : une caractéristique distinctive de Facebook est son bouton « j'aime ». Ce bouton, présent pratiquement sur chaque contenu du site, permet à l'utilisateur d'exprimer son appréciation pour l'élément en question.
- **Identifier** : Facebook donne la possibilité de mentionner d'autres utilisateurs du site lors de la publication de contenus. Il est possible d'identifier quelqu'un dans une photo ou vidéo, faire référence à des amis dans un statut ou lors du partage de la position.
- **Chat** : en plus des fonctions décrites avant, le site offre aussi un système de messagerie instantanée avec fonctions d'appel vidéo et de partage privé de fichiers.
- **Groupes** : Les groupes permettent de créer un espace privé où les utilisateurs peuvent se retrouver, discuter et partager des contenus par rapport à un sujet précis.
- **Pages** : les pages sont des espaces publics utilisés pour représenter des entreprises, des marques, des produits ou des personnalités publiques. Elles donnent la possibilité aux utilisateurs de montrer leur appréciation pour le sujet et de voir les mises à jour sur leur journal.

⁹Alya Mlaiki, Hajer Kefi et Kalika, M., « Facteurs psychosociaux et continuité d'utilisation des réseaux sociaux numériques : le cas de facebook », in *Recherches en Sciences de Gestion*, 2012/5 (N° 92), pp. 83-111,

- **Confidentialité** : Facebook permet aux utilisateurs de définir plusieurs réglages qui concernent la confidentialité des actions effectuées sur le site. Il est par exemple possible de définir qui peut voir les contenus publiés, quelles informations rendre publiques ou destiner à un groupe particulier d'utilisateurs et lesquelles rendre invisibles.

1.3.2. Twitter

Twitter est un service gratuit de micro-blogging en temps réel, qui permet de partager de courts messages, appelés Tweets, et de suivre ceux publiés par d'autres utilisateurs à choix¹⁰. Le service a été fondé en 2006 et a connu une forte et rapide croissance.

L'inscription à Twitter est simple et rapide : il suffit d'insérer nom et prénom, adresse email, mot de passe et de choisir un nom d'utilisateur.

Le fonctionnement du site est plutôt simple, car une fois connus, les principaux termes et fonctionnalités sont illustrés de suite (Grandstaff, 2009).

- **Tweet** : un tweet est un message de texte d'une longueur maximale de 140 caractères, y compris espaces et ponctuation.
- **Timeline** : la timeline est une série de tweets, visualisés en ordre chronologique. Il y a plusieurs timelines qui diffèrent selon la source des tweets visualisés.
- **Profil** : le profil personnel montre les informations de base d'un utilisateur, telles que le nom d'utilisateur, une petite (et facultative) phrase de description ou slogan, une image personnelle ou avatar, les tweets publiés, les abonnements et les abonnés.
- **Abonnements et abonnés (following et followers en anglais)** : en visitant le profil

d'un utilisateur, il est possible de s'abonner à ses tweets. Les messages publics envoyés par les utilisateurs auxquels un abonnement a été souscrit seront regroupés et visualisés sur la timeline de la page d'accueil. L'abonnement aux tweets d'un utilisateur est normalement unilatéral.

- **Conversation** : il est possible d'adresser des tweets à un utilisateur précis en mentionnant son nom d'utilisateur précédé par le signe « @ » au tout début du message. De cette manière le texte n'apparaîtra pas sur la timeline des abonnés, mais seulement sur celle de la personne à laquelle il est adressé. Le message sera tout de même publiquement visible sur le profil.
- Pour adresser un tweet à quelqu'un sans le cacher aux followers, il suffit de citer le destinataire ailleurs qu'au début du message.
- **Retweet** : retweeter signifie partager sur la timeline un tweet d'un autre utilisateur, en cliquant sur le signe présent sur chaque message.
- **Hashtag** : les hashtags (ou mots-dièses en français) sont des mots-clés, précédés par le symbole « # » et écrits sans espaces, qui servent à catégoriser les messages envoyés et à regrouper les tweets qui parlent du même sujet. Twitter rassemblera automatiquement tous les tweets contenant le même tag, qui seront ensuite visibles en y cliquant dessus.

II. UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX EN MILIEU UNIVERSITAIRE

À travers ce deuxième point, nous nous proposons d'analyser sur la manière dont les étudiants utilisent les réseaux sociaux en se basant sur un entretien que nous avons eu avec ces derniers. Pour

¹⁰MARIE-ANNE PAVEAU, « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », in *CENEL (Centre d'Etudes sur les Nouveaux Espaces Littéraires)*.

cela, il sera question de voir pour quelles fins, les étudiants utilisent ces réseaux sociaux.

2.1. Cible d'étude

La cible concernée pour cette étude est les étudiants du premier cycle à l'institut supérieur de commerce de Bandundu. Ici l'échantillon sera fixé à 300 étudiants.

2.2. Méthodologie de l'étude

Pour bien mener notre analyse, les questions ont été posées à notre population cible, en utilisant la méthode dialectique, en utilisant le français comme langue de l'enquête.

2.3. Structure de l'étude

Cette étude compte plusieurs questions que nous pouvons énumérer en ce terme :

- L'accès au téléphone ou ordinateur ;
- L'utilisation des réseaux sociaux ;
- Les motifs :
 - Curiosité
 - Partager les connaissances
 - Causer avec les copains ou copines
- Où Utilisez-vous ces réseaux sociaux
 - A la maison
 - A l'Institut
 - A la maison et à l'institut

2.4. Etude et interprétation des résultats

2.4.1. De l'accès au Téléphone ou Ordinateur

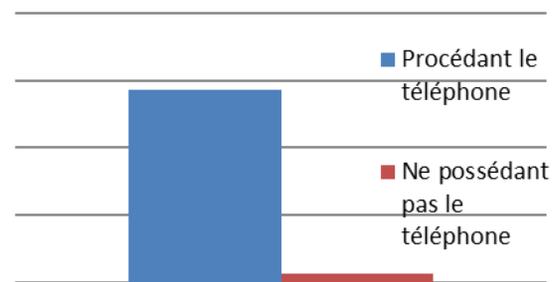
En ce qui concerne l'accès au téléphone ou ordinateur, le tableau ci-dessous nous donne le résultat suivant :

Tableau I : Tableau synoptique de l'accès au téléphone ou ordinateur par les étudiants.

Etudiants	Possédant un téléphone	Ne possédant pas un téléphone
	287	13

Ce tableau nous renseigne que sur les 300 étudiants répondant à cette question, ceux possédant des téléphones sont majoritaires que ceux qui n'en disposent pas, soit 287 contre 13.

Représentation graphique



2.4.2. De l'utilisation des réseaux sociaux

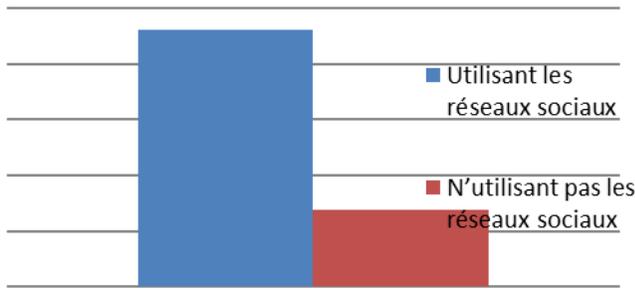
Concernant l'utilisation des réseaux sociaux, le tableau ci-dessous décrit la tendance ci-après :

Tableau II : Tableau synoptique de l'utilisation des réseaux sociaux par les étudiants

Etudiants	Utilisant les réseaux sociaux	N'utilisant pas les réseaux sociaux
	231	69

A la lumière des données de ce tableau, il ressort que sur les 300 étudiants interrogés sur cette question, ceux qui utilisent les réseaux sociaux battent record, soit 231 contre 69.

Représentation graphique



2.4.3. Des motifs

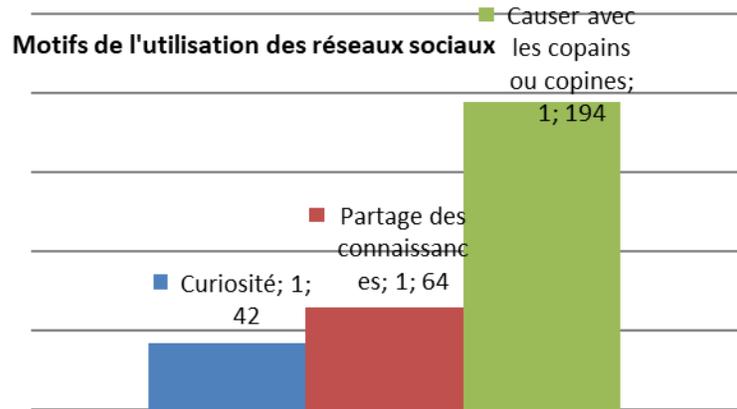
Le tableau ci-dessous analyse les différents motifs de l'utilisation des réseaux sociaux par les étudiants.

Tableau III : Tableau synoptique des motifs de l'utilisation des réseaux sociaux par les étudiants

Motifs	Curiosité	Partage des connaissances	Causer avec les copains ou copines
	42	64	194

Ce tableau révèle que sur les 300 étudiants répondant à cette question, 194 étudiants utilisent les réseaux sociaux pour des simples causeries avec des copains ou copines, contre 64 étudiants qui partages des connaissances scientifiques et 42 étudiants pour des raisons de curiosité.

Représentation graphique



2.4.4. D'où utilisez-vous ces réseaux sociaux

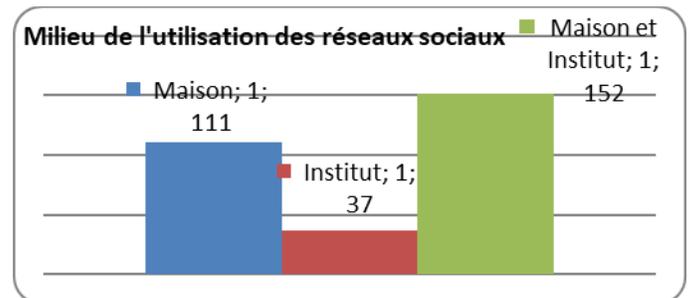
Répondant à cette question, nos enquêtés s'expliquent dans le tableau ci-dessous :

Tableaux IV : Tableau synoptique du milieu de l'utilisation des réseaux sociaux par les étudiants

Milieu	Maison	Institut	Maison et Institut
	111	37	152

Ce dernier tableau reporte que sur les 300 étudiants répondants à la question du lieu de l'utilisation des réseaux sociaux, 152 étudiants utilisent les réseaux sociaux à la maison et à l'institut, contre 111 étudiants qui les utilisent à la maison et 37 étudiants les utilisent aussi à l'institut.

Représentation graphique



CONCLUSION

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication offrent plusieurs moyens et outils afin de relier le monde, parmi lesquels on relève les réseaux sociaux. C'est ainsi qu'au terme de cette étude qui s'est proposé d'analyser l'utilisation des réseaux sociaux par les étudiants en milieu universitaire afin de déterminer la finalité et les motifs qui poussent les étudiants à recourir aux réseaux sociaux en milieu universitaire et pour quel profit.

Après une analyse approfondie, il sied de signaler que les réseaux sociaux contribuent énormément à l'épanouissement intellectuel des étudiants, car ils leurs permettent de retrouver les amis, de partager les connaissances (scientifiques) dans les différents domaines. Fort malheureusement, cet outil en milieu universitaire peut contribuer positivement ou négativement dans la vie des étudiants.

Une contribution positive des réseaux sociaux se justifie dans la mesure où, ils ces sont utilisés pour le partage des connaissances scientifiques entre les étudiants d'une même institution ou d'ailleurs.

Cette contribution se révèle négative lorsque, ces réseaux sociaux sont utilisés même pendant les heures de cours au moment où l'enseignant dispense le cours. Ce qui entraîne une distraction totale chez l'étudiant et peut même l'amener à un échec.

De tout ce qui précède, nous éveillons la conscience des étudiants sur l'utilisation des réseaux sociaux en disant que « les réseaux sociaux doivent être utilisés pour des fins utiles », notamment en les utilisant à bon escient même si cet outil d'information présente des avantages illimités qui peuvent conduire à la distraction.