

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

DEPARTEMENT DE SOCIOLOGIE

Mémoire de fin d'étude

Thème

**L'usage des outils de communication
traditionnels et numériques par les étudiants
dans la recherche**

Etude pratique : université de Bejaia

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sociologie

Option : Sociologie de la communication

Réalisé par

Chemache Moussa

Encadré par

ALLOUANE Farida

Année universitaire 2022-2023

Remerciement

En premier lieu je remercie le seigneur Dieu, le tout puissant de nous avoir
donné du courage et de la volonté pour la réalisation de ce travail.

Principalement, je tiens remercier mon encadrant madame Allouane Farida qui
m'a encouragé et motivé pour finaliser et réussir ce mémoire, aussi me faire
découvrir le monde de la recherche.

Sans oublier M. Boumegoura et Madame Boulahouate d'avoir accepté de faire
partit du membre du jury.

A tous ceux qui ont contribué à la réussite de ce travail

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce travail de près ou de loin, fortement à toute ma famille surtout mon cher père qui m'a toujours aidé et motivé durant ma carrière d'étude, pour mes frères pour leurs soutiens et d'être toujours à mes côtés aussi à mes chers amis.

Liste des tableaux

| N° | Les titres des tableaux |
|-----------|--|
| 01 | La répartition de la population d'étude selon le sexe. |
| 02 | La répartition de la population d'étude selon l'âge. |
| 03 | La répartition de la population d'étude selon le niveau d'étude. |
| 04 | La répartition de la population d'étude selon la spécialité étudiée. |
| 05 | La répartition de la population d'étude selon le choix de spécialité entre choix et orientation. |
| 06 | La répartition de la population d'étude selon le domicile des étudiants en fin de journée. |
| 07 | La corrélation entre la spécialité étudiée et la fréquence de l'utilisation des outils de communication selon les enquêtés avec le niveau d'étude. |
| 08 | La corrélation entre le type d'outil de communication préféré et le sexe. |
| 09 | L'utilité des types d'outils de communication selon les enquêtés et le niveau d'étude. |
| 10 | La corrélation entre le niveau d'étude et l'outil de communication préféré selon les enquêtés. |

| | |
|-----------|---|
| 11 | La relation entre l'outil de communication préféré selon les étudiants et avec la catégorie d'âge. |
| 12 | La dépendance du choix de type de recherche selon les étudiants enquêtés avec la spécialité d'étude |
| 13 | La corrélation entre l'outil de communication numérique préféré et le niveau d'étude |
| 14 | La corrélation entre la fiabilité de l'information avec le niveau d'étude des étudiants |
| 15 | La préférence de l'outil numérique pour sa facilité d'accès selon les enquêtés avec le domicile des étudiants en fin de journée |
| 16 | La relation entre le nombre d'étudiant dans une recherche et le choix d'outil numérique pour son économie de temps |
| 17 | Le niveau d'étude des enquêtés et le choix d'outil de communication numérique pour son actualité des sources d'informations. |

Liste des tableaux annexes

| N° | Titre du tableau |
|-----------|--|
| 01 | Posséder un ordinateur. |
| 02 | Posséder un smart phone |
| 03 | Consultation des bibliothèques |
| 04 | Achat des livres pour la documentation. |
| 05 | Difficulté à utiliser certain outils traditionnels |
| 06 | Difficulté à utiliser certain outil numériques |
| 07 | L'utilisation des outils numériques pour le partage de connaissance. |
| 08 | Type d'outil traditionnel utilisé |

Sommaire

Remerciements

Dédicace

Liste des tableaux

Liste des tableaux annexes

Introduction

Chapitre I : le cadre méthodologique de la recherche

Chapitre II : le cadre théorique de la recherche

Section 1 : l'évolution des sources d'information..... 14

Section 2 : les outils de communications traditionnels 21

Section 3 : les outils de communication numériques 25

Chapitre III : le cadre pratique de la recherche

Section 1 :Présentation du terrain d'enquête 39

Section 2 : lecture, analyse, interprétations des données et vérification des hypothèses..... 42

Conclusion..... 71

Liste bibliographique

Les annexes

INTRODUCTION

Introduction

L'accès à l'information était toujours essentiel dans la vie de l'être humain et dans la recherche des chercheurs.

Au fil de l'histoire, notre manière de communiquer et accéder à l'information a évolué et transformé le domaine de recherche académiques, les sources d'informations ont également été touché par ce changement en réponse aux progrès de la communication, aux avancés technologiques et aux changements sociaux-culturels et dans les moyens de communication des sources d'informations dans la recherche des étudiants.

Au paravent, dans l'éducation et la recherche les étudiants s'appuyaient principalement sur les sources d'information traditionnels et physiques tels que les manuels de recherches imprimés et les documents papiers disponibles dans les bibliothèques universitaires, les étudiants devaient consacrer de nombreuses heures sur la recherche des ouvrages nécessaires à leur recherches qui sont accessibles localement, l'avènement de l'imprimerie grâce à l'invention de Gutenberg au XVe siècle, les ouvrages, les documents papiers et livres sont devenues plus largement disponibles, ainsi les étudiants trouvent la possibilité d'accès aux sources d'informations physiques qui restes toujours limités dans les bibliothèques pour consulter ces sources d'informations nécessaires à leurs recherches. Cependant l'avènement de l'ère numérique a véritablement révolutionné la recherche d'informations pour les étudiants, l'arrivée de l'internet a permet aux étudiants d'accéder à un nombre important d'informations dans un temps précis pour la recherche d'informations et de connaissances sans se référé uniquement aux ouvrages disponibles localement dans les bibliothèques, cet explosion de l'internet et la création des bases de données numériques a enrichi également la disposition des sources d'informations chez les étudiants.

De cette perspective, nous allons étudier l'usage des outils de communication traditionnels et numériques dans la recherche des étudiants dans un travail devisé en trois chapitres :

Le premier chapitre concerne le cadre méthodologique de la recherche qui porte sur : la problématique de recherche, les hypothèses, les raisons de choix du thème, les objectifs de notre recherche, définition des concepts, la méthode et la technique utilisées, la population d'étude, puis la pré-enquête et le déroulement de l'enquête, enfin les difficultés rencontrés lors de notre recherche.

Dans le deuxième chapitre est réservé au cadre théorique de la recherche qui est devisé en trois (03) sections ; la première section intitulée l'évolution des sources d'information, la deuxième sous le titre les outils de communication traditionnels, enfin la troisième section intitulée les outils de communication numériques.

Dans le 3^{ème} chapitre on a présenté la partie pratique de notre recherche qui est devisé en deux (deux) section ; la première section concerne la présentation du terrain d'étude et la deuxième dédié à l'analyse et l'interprétation des données suivies de la vérification des hypothèses.

On finalise notre travail par une conclusion générale, une liste bibliographique et les annexes.

Chapitre 1 : le cadre méthodologique de la recherche

1. La problématique

La communication occupe une place centrale dans la vie des individus, car elle implique la transmission et la réception de message, d'information et l'ensemble des interactions dans le groupe.

« La communication est un processus dynamique au cours duquel un émetteur et un récepteur échangent des informations, des idées, des opinions, des sentiments, ou des réactions. »¹

Elle représente donc un processus essentiel dans les différents domaines personnels, académiques ou professionnels.

Entre autre, dans le domaine universitaire, la communication est une compétence cruciale pour les étudiants dans l'acquisition des connaissances et des informations pour bien mener leur travail de recherche.

Elle dispose des moyens et des outils de communication qui permettent aux étudiants d'acquérir des savoirs théoriques nécessaires à la recherche et à l'évolution de leur niveau et la qualité de leurs études.

Dans ce contexte on a deux types de moyens de communication que les étudiants utilisent dans leurs recherches.

En premier, les outils de communication traditionnels qui sont : l'ensemble des activités d'apprentissage permettant de connaître et utiliser les sources d'informations et les ressources documentaires de façon optimale à fin de répondre à des besoins d'informations pour fin d'études, de recherche et de ressourcement permanent ².

Dans la recherche traditionnelle la bibliothèque, la version papier et les catalogues universitaires sont les outils de base d'apprentissages et les ressources d'informations pour le travail de recherche universitaire.

¹FAO (Organisation de l'alimentation et de l'agriculture), *Guide méthodologique d'élaboration d'une stratégie de communication multimédia*, Rome, 2002, p.2.

² DUPONT Lissette, *La place de la formation documentaire dans la formation universitaire*, Documentation et bibliothèque, Québec, 1992, p 35.

En deuxième, les outils de communication numériques qui sont : « l'ensemble des habilités pour lire, comprendre, écrire et naviguer sur le web à fin de trouver une diversité d'information pour ensuite s'en servir éthiquement avec une multitude d'outils numériques pour créer et communiquer dans une culture numérique ». ¹

Ainsi, l'intégration des technologies de l'information et de communication et l'usage des moyens digitales dans l'enseignement supérieur à permet une transformation des pratiques d'apprentissages et l'accès à l'information chez les étudiants.

Quant à notre étude consacrée à l'usage des outils de communication traditionnels et des outils numériques chez les étudiants, nous l'avons menée auprès des étudiants de différents niveaux (L2, L3, M1, M2, doctorat) de notre faculté (science humaines et sociales, appartenant à de différentes spécialités (sociologie, communication, santé) il nous a convenu de poser les questions suivantes :

- Les étudiants préfèrent-ils les outils de communication numériques ou les outils traditionnels dans leurs recherches, et à quel degré ?
- Si les étudiants choisissent et préfèrent beaucoup plus les outils de communication numériques aux outils traditionnels, quels sont leurs raisons, les facteurs contribuant à ce choix et à cette préférence ?

¹PETTER Martine et GERVAIS S, Littératie et créacollage numérique, Québec, 2016, p65.

2. Les hypothèses

Selon QUIVY Raymond « une hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui selon les cas peuvent être des concepts ou des phénomènes, une hypothèse est donc une réponse provisoire, une présomption qui demande à être vérifiée »¹ .

Dans le cadre de notre travail nous avons formulé deux hypothèses qui nous permettront de répondre aux questions de la problématique et analyser les données collectées sur le terrain

Première hypothèse

-Les facteurs estudiantins-personnels (Age, sexe, niveau d'étude, spécialité d'étude, domicile ...) mènent les étudiants à la préférence des outils de communication numériques aux outils traditionnels dans leurs recherches (exposés, avant-projet, mémoire, thèse).

Deuxième hypothèse.

-Les conditions des études (niveaux, travail de groupe ...) poussent les étudiants à opter pour les outils de communications numériques en raison de leurs commodités (fiabilité, facilité d'accès, économie de temps, actualité des sources d'informations)

3. Les raisons du choix de thème

Dans la spécialité sociologie de la communication et de l'information les thèmes sont multiples, le chercheur doit avoir une intention vers un sujet bien déterminé qui correspond avec sa spécialité et répond à sa curiosité scientifique

De notre côté nous avons opté pour un thème « L'usage des outils de communication traditionnels et numériques par les étudiants dans la recherche » pour les raisons suivantes :

¹QUIVY Raymond, Manuel de recherche en science sociale, Dunod, Paris, 1995, p138.

- ✓ L'importance du thème par rapport à notre spécialité sociologie de la communication.
- ✓ Vu que la majorité des jeunes utilisent les outils numériques, notre curiosité nous a menée à choisir ce sujet, ainsi nous saurons si ce sont les mêmes les plus utilisés par les étudiants dans leurs travaux de recherche ou utilisent – ils toujours la version papier.
- ✓ En raison que le thème proposé est un sujet d'actualité.

4. Les objectifs de la recherche

Dans le cadre de notre recherche nous avons visé l'ensemble des objectifs suivants :

- ✓ Connaitre le changement dans les pratiques de recherche des étudiants entre la méthode classique et la méthode moderne.
- ✓ Mesurer les degrés d'influence de l'internet et les TIC sur les études et les recherches des étudiants.
- ✓ Découvrir l'évolution des modalités de recherches utilisées par les étudiants dans leurs travaux de recherches et leurs influences sur les méthodes de recherches universitaires.

5. Définition des concepts

- L'information

Se définit comme « toute représentation d'une connaissance transmise par n'importe quel média textuel, graphique, narratif, sonore, cartographique, ou audiovisuel »¹

La définition opérationnelle

L'information est toute donnée ou connaissance que reçoit un étudiant à travers des différents moyens de communication (traditionnels ou numériques)

¹BAUMARD Philippe et BENVENUTI Jean-André, Compétitivité et systèmes d'information, Dunod, Paris, 1998, P232.

pour effectuer ces travaux scientifiques (mémoire, thèses, mini projet) dans ses recherches faites par n'importe quel type de moyen de communication.

- **La communication**

« Du latin *communicar* rendre commun.

Le sens général implique un rapport avec d'autres. La notion s'est précisée et compliquée avec la cybernétique et la théorie de l'information Transmission d'une information d'un émetteur à un récepteur».¹

La définition opérationnelle

La communication est un processus de recueil d'informations et d'idées par l'étudiant à travers les différents moyens.

La recherche scientifique

La recherche scientifique se définit comme « Activité scientifique consistant en processus de collecte et d'analyse de données dans le but de répondre à un problème de recherche déterminé»².

Définition opérationnelle

Nous entendons par recherche tout travail qui s'effectue par un étudiant durant ses années universitaires, exposé, rapport de stage, mémoire, thèse de doctorat...

6. La méthode et la technique utilisée

Dans chaque recherche l'utilisation de la méthode et la technique se fait selon son appropriation avec le sujet de recherche.

¹GRAWITZ Madeleine, Lexique des sciences sociales, 8eme édition, 2004, p73

² ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Casbah, Alger, 1997.

6.1. La méthode utilisée

Selon MAURICE Angers la méthode se définit comme « l'ensemble des procédures, des démarches précises adoptées pour en arriver à un résultat »¹.

La méthode permet donc d'organiser et d'envisager la recherche, planifier le travail de recherche sur un objet d'étude bien déterminé avec un ensemble des procédures et démarches adoptées pour assurer des résultats précis.

Dans une étude sociologique la méthode quantitative se définit comme « Ensemble des procédures pour mesurer un phénomène »²

D'après notre sujet d'étude et nos hypothèses de recherches nous avons opté pour la méthode quantitative en vue de mesurer le taux d'étudiants qui préfèrent l'utilisation des outils de communication traditionnels et les outils numériques, et les raisons qui les poussent pour ce choix.

6.2. La technique utilisée

Dans chaque étude on trouve des techniques propres à la méthode utilisée (qualitative ou quantitative).

Dans notre enquête nous avons utilisé la technique du questionnaire pour faire un prélèvement quantitatif et établir des comparaisons chiffrées.

Le questionnaire «est un moyen de communication essentiel entre l'enquêteur et l'enquêté. Le questionnaire comporte une série de questions concernant les problèmes sur lesquels on attend de l'enquêté une information »³

Le questionnaire est utilisé pour fonction de vérifier statistiquement les hypothèses et recueillir des informations et des données sur la population étudiée.

¹ ANGERS Maurice, Op cit, p 9.

²Ibid., p 60

³GRAWITZ Madeleine, Lexique des sciences sociales, Paris, Dalloz, 1986, p728

Notre questionnaire est destiné aux étudiants de différents niveaux du département sociologie, composé de 26 questions dichotomiques où l'enquêté choisit de répondre par oui ou non, regroupés en 3 axes.

- Axe N°1 : porte sur les caractéristiques personnelles et étudiantes (sexe, âge, niveau d'étude, spécialité d'étude ...)
- Axe N°2 : porte sur les outils de communication (traditionnels, numériques), la recherche et l'information.
- Axe N°3 : les raisons de choix d'outil de communication dans la recherche des étudiants.

Dans notre enquête nous avons opté pour les deux formes de questionnaires (version papier, en ligne), la majorité des réponses que nous avons obtenues ont été par la version en ligne (virtuelle) parce que il est plus pratique et rapide pour la collecte des données. On a réalisé notre questionnaire sur Google drive (forms)

7. La population d'étude

La population d'étude se définit comme « un ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distingues d'autres éléments et sur les quels porte l'investigation »¹

Notre étude a été effectuée à l'université de Bejaia en particulier à la faculté des sciences humaines et sociales avec les étudiants du département sociologie, le choix de notre échantillon est lié à notre sujet de recherche consacré pour l'usage des outils de communication traditionnels et numériques dans la recherche qui touchent tous les niveaux.

Sauf que les niveaux 11 et 12 ont été éliminé de notre population d'étude pour des raisons qu'on va citer ultérieurement dans les difficultés de la recherche.

¹ANGERS Maurice, Op cit., p 226.

Ainsi, nous avons visé un échantillon de 120 étudiants réparti sur les différents niveaux (13, master1, master2, doctorat) du département sociologie et des différentes spécialités (santé, communication, organisation, sociologie).

Donc l'opération de notre échantillon est appelé dans l'opération de l'échantillonnage un échantillon par cotas.

L'échantillonnage par quotas est un « prélèvement d'un échantillon de la population de recherche par la sélection d'éléments catégorisés suivant leur proportion dans cette population »¹

Notre échantillon est réparti en quatre niveaux 40 étudiants 13, 19 doctorants 31 étudiants master1 et 30 master2.

8. La pré-enquête et le déroulement de l'enquête

8.1.La pré enquête

L'après enquête est une phase très importante dans la recherche surtout en sociologie, elle permet de cerner le thème de recherche et de tester les variables de l'hypothèse et les questions du questionnaire et aide à reconstruire la problématique.

Selon Madeleine GRAWITZ «La pré enquête consiste à essayer sur un échantillon réduit les instruments (questionnaires, analyses de documents) prévus pour effectuer l'enquête, si l'on a des doutes sur telle ou sur le rendement de telle technique, on peut explorer de façon limitée le problème à étudier, avant même de préciser définitivement ses objectifs ».²

Nous avons effectué notre pré enquête aux prés de dix (10) questionnés de département sociologie qui s'est déroulée du 11 mai au 18mai.Mais Malheureusement on a pu récupérer que quatre (04) questionnaires.

¹ ANGERS Maurice, Op cit, p237.

² GRAWITZ Madeleine, Méthodes des sciences sociales, 10eme édition, Dalloz, Paris,1996, p501

N'empêche-nous avons pu grâce à cette pré enquête de corriger notre questionnaire et revoir nos hypothèses.

8.2.Le déroulement de l'enquête

Sur une période de 30 jours on a pu effectuer notre enquête définitive par la distribution de 150 questionnaires pour un échantillon visé de 120 étudiants soit version papier ou version virtuelle (en ligne). Une fois arrivé aux 120 questionnaires nous avons interrompu la collecte.

9. Les difficultés rencontrées

- ✓ Dans notre travail nous avons trouvé des difficultés concernant la disponibilité des ouvrages sur les outils de communication traditionnels à la bibliothèque des sciences humaines et sociales de Bejaia.
- ✓ Les difficultés de récupérer les questionnaires distribués aux étudiants de première année et deuxième année, ce qui nous a poussé à les écartés de notre échantillon et de travailler qu'avec les autres niveaux.
- ✓ Difficulté d'avoir les listes des étudiants ce qui nous a conduit à se contenter des listes contenant leurs nombres.

Chapitre 2 : le cadre théorique de la recherche

Séction1 : l'évolution des sources d'information

1. Définition de la communication

Selon **SILBERMANN** la communication se définit comme « Le mécanisme par lequel les relations humaines existent (tous les symboles spirituels et les moyens qui servent à les transporter dans l'espace et dans le temps) ; il comprend l'expression du visage, les mots et l'écriture, l'imprimerie, le chemin de fer, le télégraphe, le téléphone, et y compris la dernière performance, ce qui sert à la conquête de l'espace et du temps. »¹

La communication selon Bourdieu se présente ainsi comme un essai programmatique visant « à suggérer de nouveaux usages, de nouvelles formes d'importation des grilles de lecture bourdieusiennes, pour enrichir la compréhension de la *communication comme enjeu de société et jeu social* ». ²

Pour Bourdieu la communication vise à proposer l'introduction de nouvelles formes et usage pour enrichir la compréhension et l'étude des pratiques de la communication et les structures sociales.

2. Les types de communication

- **La communication interpersonnelle** : c'est la communication entre deux individus. Les relations sont définies selon les caractéristiques suivantes : - La symétrie. - La distance ou la proximité. - La congruence (Tous les signaux de communication indiquent le même sens. L'expression verbale correspond à la langue du corps. Le contenu verbal et le langage du corps se concordent). - L'incongruence (Les signaux de communication ne sont pas clairs et mènent dans des directions différentes. L'incongruence est une contradiction entre les signaux verbaux et non verbaux)³.

¹SILBERMANN Alphonse., *Communication de masse*, Hachette, Paris, 1981. p.30.

² Fabian Granjon, « Stéphane OLIVESI, *La communication selon Bourdieu. Jeu social et enjeux de société* », *Communication* [En ligne], Vol. 26/2 | 2008, Mise en ligne le 12 septembre 2013, consulté le 15 mai 2023. URL : <https://journals.openedition.org/communication/519>

³ MOURI Fouzia, *La communication*, Université frères Mentouri –constantine1. Année universitaire 2020-2021.

- **La communication de groupe** : Ce type de communication se déroule entre les membres d'un groupe qui peuvent échanger entre eux. La communication de groupe dépend des caractéristiques de la communication interpersonnelle. ¹

- **La communication de masse** : ce type de communication correspond à la diffusion d'un message d'un émetteur vers un très grand nombre de récepteurs à l'aide des techniques de diffusion collective. Les instruments de cette communication sont les mass media (presse, radio, affiche, cinéma, Internet, tv...). Il n'y a pas d'interaction entre les individus qui sont exposés à cette communication².

- **La communication assistée par ordinateur** : c'est une communication qui se déroule entre les individus à l'aide d'un ordinateur (échanger des textes, des images, des sons, des vidéos, etc..). Il existe plusieurs moyens qui permettent la communication à travers l'ordinateur comme le courrier électronique, les forums de discussion ou de chat, les transferts en ligne de fichiers, les recherches sur le Web, etc..³.

-**La télécommunication (communication électronique)** : la télécommunication est une communication à distance, elle permet de transmettre des informations à distance en utilisant des technologies électroniques et informatiques⁴.

3. Histoire des médias

-l'écriture

Entre 1430 et 1440, à Mayence, Johannes Gutenberg invente et fabrique des caractères suffisamment résistants pour permettre l'invention de la presse à

¹ MOURI Fouzia, Op Cit, p 2

² Ibid, p02

³ Ibid, p3.

⁴ Ibid, p3.

Imprimer de la Bible, avec 42 lignes par page. Cet évènement historique posait la première pierre pour la presse.

L'invention de l'imprimerie fait reculer l'emploi du manuscrit. Il reste à la plume des documents officiels et les écrits privés.

La diffusion de textes typographies semble avoir favorisé le relâchement et la personnalisation de l'écriture manuscrite et c'est grâce aux imprimeurs que de plus en plus des gens ont accès à la lecture.

En 1631, Théophraste Renaudot lance à Paris *La Gazette*, une feuille imprimée hebdomadaire pour laquelle il obtient du roi Louis XIII un privilège concurrence avec *Les Nouvelles*, du libraire Vendsome.

La révolution industrielle, avec ses rotatives, au milieu du XVIIIème siècle, permettront l'avènement des journaux quotidiens.

En 1783, Didot améliore la vieille presse à bras de Gutenberg pour augmenter le tirage, limité alors à 300 feuilles par jour. Il met encore au point la fabrication du papier sans fin, en bobines.

Puis vient la Révolution. L'article 19 de la Déclaration des droits de l'homme définit la liberté d'expression :

« Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répondre sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit. »

Il s'ensuit la création de plus de 300 journaux d'information et d'opinion en 1790.

Au XIXème siècle, l'industrialisation de l'imprimerie, avec les presses rotatives (1846) et la Linotype (1880), offre une diffusion large et rapide de l'information textuelle.

Le XXème siècle se charge alors d'améliorer les technologies nouvelles et d'apporter son lot d'inventions et de découvertes. Si l'industrie du livre est mature

depuis longtemps (mais elle vivra une nouvelle mutation comme on le verra), les autres médias sont encore jeunes ou germent à peine¹.

-La radio

Le brevet de la télégraphie sans fil (TSF) est déposé par Marconi en 1896 en Angleterre. Suprématie de l'information 'chaude' (nouvelle manière de recevoir l'information).

Après 1940 succession d'inventions puis avènement de la microélectronique (années 1970). Arrivée des semi-conducteurs ouvre voie aux transistors : miniaturisation rend radio plus mobile et moins onéreuse.²

-La télévision

- La télévision par câble

Début en 1947 en Pennsylvanie puis développement technique (câble passif, coaxial, fibre optique) : images de qualité, insensibles aux perturbations atmosphériques. Le câble devient interactif et s'impose dans la TV à péage (pay per view). En plus des chaînes hertziennes il offre de nouveaux services (dont Internet) et chaînes (gratuites et/ou payantes)

- La TV à haute définition (TVHD)

Bataille industrielle. Apparition au Japon dans les années 1970. Européens proposent leur standard à 1250 lignes en 1988. Mais dès 1994 ils se tournent vers le numérique.

- L'ère numérique

Signaux analogiques transformés en signaux numériques sous forme binaire : transmission sans dégradation des données. Reconstitution fidèle du départ.³

¹ KROCHEL Nadine, L'histoire des médias, Munich, Grin verlag, 2003
<https://www.grin.com/document/5817>

² MASSIN A, Histoire des médias, Culture générale, Reponse3, p 38

³ MASSIN A, Op cit, p 57

4. Les types des médias

« Un medium chaud est celui qui amène un sens unique à un niveau de haute définition ; il est riche en informations spécifiques et laisse peu de place à l'activité des individus. Selon Macluhan, l'imprimerie est chaude, tout comme la radio et le cinéma. À l'opposé, les media froids sont à basse définition en termes d'information. Ils nécessitent la participation du public, ce qui implique la sollicitation de plusieurs sens. L'oralité est froide, de même que le téléphone et la télévision »¹

Les sociologues distinguent les médias selon leur définition, cette classification signifie qu'une faible résolution ou un média froid force la personne de faire un effort mental et intellectuel pour comprendre le sens du message reçu. Donc le mot est un média impitoyable car le destinataire reçoit peu d'informations et doit beaucoup réagir. Les médias froids encouragent la participation individuelle, Cela signifie que vous êtes prêt d'une Informations perspicaces indépendantes pour comprendre les médias et leurs messages. Contrairement aux médias chauds haute définition signifient moins d'engagement de l'individu, ce média chaud peut être un livre, une radio ou un film.

5. La recherche universitaire à l'ère pré-numérique

Cette conception fait référence à la période avant la numérisation des sources d'informations et l'intégration des technologies d'informations et de la communication dans les travaux de recherches universitaires.

Avant l'arrivée de l'internet et la digitalisation des sources d'informations universitaires, les chercheurs basaient sur des méthodes et des ressources classiques telles que les catalogues des bibliothèques, les supports physiques, les publications imprimées.

¹<https://journals.openedition.org/ticetsociete/2043>. Consulté le 13-05- 2023 à 13h45mn.

Parmi les caractéristiques de la recherche universitaire avant l'arrivée de l'internet on trouve :

- ✓ Les ressources et l'accès aux informations, les chercheurs reviennent donc aux bibliothèques physiques pour chercher des informations nécessaires pour les travaux de recherches cela dans les livres et les revues universitaires.
- ✓ Avant l'arrivée de l'internet les étudiants chercheurs pour référencier leurs informations collectées par des ressources physiques devaient les chercher et les saisir d'une méthode manuelle ce qui nécessite beaucoup d'effort et de temps pour trouver des informations nécessaires.
- ✓ Avant l'intégration de l'internet dans le système de recherche universitaire la méthode de collecte des données traditionnelles les chercheurs basaient sur des techniques plus traditionnelles comme les expériences acquises dans des laboratoires

6. L'impact des caractéristiques socio-économiques des étudiants

L'impact des caractéristiques économiques et sociales sur la performance des étudiants dans leurs recherches et leur étude est dû à leur milieu social et économique ou il appartient et le type d'étude qu'ils poursuivent aussi à leurs degrés de motivations.

Dans ces dernières années de différentes théories ont conduites a des recherches sur le rôle de la motivation dans la réussite des étudiants et le manque de motivation est parmi les principales raisons de l'abandon scolaire chez les étudiants, cependant c'est études attestent que les étudiants issus de niveaux économiques et sociales défavorisés et plus pauvres atteignent de faibles et moins de performances, par contre les étudiants qui appartiennent au milieux plus aisés obtient de meilleures performances.

Cette différence de performances est observable selon des différents facteurs structurels où l'endroit où se situe l'université par rapport au domicile de

l'étudiant, infrastructures de loisirs, les caractéristiques socio-familiales de l'étudiants marié ou célibataire, catégorie socioprofessionnelles des parents et leur niveau d'étude diplômés et possèdent une bibliothèque à la maison et les inégalités de chance d'accès à l'université chez les étudiants.

Section 2 : les outils de communications traditionnels

Les outils de communications traditionnels ont long temp étaient les principaux sources d'informations pour les étudiants et la recherche universitaire tels que les bibliothèques qui fournissent des bases solides de connaissances, aussi permettent aux étudiants d'approfondir dans leur sujet de recherche.

1. Les types d'outils traditionnels

-La bibliothèque universitaire(BU)

Est une bibliothèque rattachée à une université, les documents et les services présentés dans la bibliothèque universitaire peuvent ainsi servir à la double mission des universités, l'enseignement et la recherche. ¹

Alors la bibliothèque universitaire joue un rôle primordial dans l'apprentissage, la recherche et l'échange de connaissances parce qu'elle donne l'accès à une vaste gamme de ressources d'information académique qui aide les étudiants à mener leurs travaux de recherche approfondi et de qualité.

-Revue académique (scientifique)

Représente l'ensemble des articles et textes scientifiques publiés, les étudiants et les chercheurs utilisent ces revues comme des moyens de communication importantes pour s'informer du sujet de recherche.

-Thèses et mémoire

C'est documents déjà mené par les étudiants diplômés sont considérés comme des sources précieuses d'informations et de connaissances pour les étudiants chercheurs sur des sujets spécifiques.

¹<https://fmdoc.org/association/definition/>. Consulté le : 24-04-2023 à 09 :15.

-Manuel universitaire

Constitue les sources d'informations utilisés pour tenir au courant des dernières recherches actuelles et des sujets bien détaillés aussi comme guide d'étude et de recherche pour les étudiants chercheurs.

2. La bibliothèque et les étudiants

Depuis une dizaine d'années, on note un assez net regain d'intérêt des étudiants pour leurs bibliothèques d'université, mais également pour les bibliothèques municipales. La qualité et la variété de la documentation qu'ils y trouvent, surtout depuis la mise en œuvre des propositions du rapport Miquel, constitue sans aucun doute l'élément majeur de cette attractivité. Mais cette dernière est également due aux facilités matérielles qui leur sont faites. En effet, par l'intégration réussie des technologies de l'information, et l'offre de nombreux postes d'accès à la documentation en ligne, les bibliothèques sont devenues d'incontournables relais d'un savoir en perpétuelle réactualisation. Ajoutons que les bibliothèques universitaires ont su prendre en compte les nouveaux modes de travail, et ont, pour la plupart, réorganisé leurs espaces pour offrir aux étudiants des salles de travail en groupes. Citons encore quelques avantages proposés, tel le prêt d'ordinateurs portables que pratiquent avec beaucoup de succès certains services communs de documentation. Celui-ci augmente les possibilités d'accès aux ressources électroniques et offre aux étudiants qui y recourent, l'accès à une bureautique très utile pour la rédaction de leurs travaux universitaires¹.

3. La recherche en bibliothèque

Une bibliothèque universitaire a pour mandat de mettre à la disposition de la communauté universitaire les meilleurs documents possibles dans le but de faire progresser les travaux de recherche des étudiants, des chercheurs et des

¹<https://books.openedition.org/pressesenssib/345>
Consulté le 13-04-2023 à 21h 25

professeurs. Des ouvrages courants tels des dictionnaires, des manuels ou des romans côtoient des études très poussées ou des traités spécialisés que souvent les bibliothèques universitaires sont les seules à acquérir. Les bibliothèques universitaires sont également abonnées à un grand nombre de périodiques scientifiques et elles possèdent généralement une collection de livres rares, des documents audiovisuels et d'autres collections spéciales. Chaque bibliothèque universitaire propose aussi une collection de publications officielles d'organismes gouvernementaux et internationaux¹.

4-Les avantages et les limites des outils traditionnels

- Les avantages

- ✓ La crédibilité des informations trouvées à l'aide des outils de communication traditionnels.
- ✓ Un stockage des informations à long terme : les ressources d'informations traditionnelles assurent un stockage étendue et mémorisable d'informations.
- ✓ Des sources d'informations mise à la disposition des usagers qui ne possèdent pas de moyens électroniques.
- ✓ Les supports physiques et les documents en papier disponibles dans les bibliothèques offrent une large gamme d'informations.

-Les limites

La recherche d'information dans des articles imprimés et le partage de connaissances par le courrier postal ou des réunions académiques rend la communication limitée et nécessite beaucoup de temps pour collecter des informations pertinentes.

¹Gagnon Maryse et Francis Farley-Chevrier. *Guide de la recherche documentaire*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2004. Web<<http://books.openedition.org/pum/14204>>. Consulté le 23-05-2023

- ✓ Les résultats des travaux de recherche diffusés dans les revues académiques rend la consultation de ces résultats permit uniquement pour ce qui ont l'accès à ces revues.
- ✓ L'indisponibilité de certains ouvrages et livres dans les bibliothèques rend la consultation de ces documents difficile.

Section N°03 : les outils de communication numériques

A travers les moyens électroniques et l'utilisation de l'internet, les outils de communication numériques ont également ouvert de nouvelles possibilités en simplifiant aux étudiants le processus de collecte et l'analyse des données et de communiquer avec les autres, ils se référant à l'utilisation des technologies numériques pour échanger des messages, de contenu et d'informations par une diversité de support, ces outils numériques offrent une grande accessibilité grâce aux dispositifs mobiles tels que les Smartphones et les tablettes.

1. L'avènement de l'internet

L'explosion de l'internet dans les années 1960, puis l'émergence du système « WWW » ou le world wide web dans les années 1990 a permis aux utilisateurs de s'intégrer dans cette nouvelle forme de réseau et de source d'information, de créer des pages web et des sites internet et faciliter la navigation et la recherche d'information« Est un outil formidable, capable de miracles, on sait que tout est là sous la main, mais avec tout ce qu'il sait, ou plutôt avec tout le savoir qu'il rend disponible »¹

Les universités en rapidement intégrées à ce nouvel réseau qui permet le développement dans les travaux académiques et l'accès aux ressources d'informations en ligne, aujourd'hui l'internet est devenue un moyen indispensable dans l'enseignement à distance, les publications universitaires et les recherches des étudiants.

Les moteurs de recherches Google, Bing mettent à la disposition des utilisateurs et les chercheurs un accès facile aux informations sur internet en saisissant des mots-clés et en fournissant des résultats pertinents.

¹ GILBERT, Varet, La science et son information à l'heure de l'internet, Presses universitaires de France, Paris, 2000, p 65

2. Les réseaux sociaux

Depuis l'arrivée de l'Internet, les réseaux sociaux ont été créés et transformés les méthodes de communication chez les internautes, parmi ces réseaux : Face book, You Tube, Instagram, Twitter...En fait, ces réseaux sont devenus indispensables dans la vie des individus. Quoi qu'il en soit, ils ne sont plus utilisés dans la société actuelle.

« Un réseau social est un ensemble de relation entre un ensemble d'acteurs, lui-même organisé ou non. Ces relations peuvent être de nature forte différente et les acteurs sont principalement des individus, mais pas nécessairement ¹».

Les réseaux sociaux représentent un ensemble des liens et interactions qui permettent aux individus d'établir des relations avec d'autres individus, pour les réseaux sociaux permettent une convergence et une interaction entre les utilisateurs par l'utilisation de l'internet et créer des nouvelles connaissances, quelques réseaux sociaux :

Au début de l'année 2004, une idée émerge concernant la création d'un réseau social exclusif au campus universitaire. À ce moment-là, Zuckerberg avait lancé un site web intitulé Facemash, où les utilisateurs pouvaient comparer les photos de deux étudiantes pour élire la plus belle. Bien que l'université ait jugé ce concept peu sain, le site a rapidement été fermé. Toutefois, le succès initial de la plateforme a encouragé Zuckerberg à réfléchir à la création d'un réseau social destiné aux étudiants de Harvard.

Dans cette optique, une version améliorée et moins caricaturale du site est développée, dans le but de favoriser des interactions sociales authentiques. Pour cette nouvelle entreprise, Mark Zuckerberg est accompagné de ses amis Dustin Moskovitz, Chris Hughes, Andrew McCollum et Eduardo Saverin, chacun étant responsable de tâches différentes : programmation, design et développement

¹ MERKLÉ Pierre, Sociologie des réseaux sociaux, La Découverte, Paris, 2004, p128

commercial de The Facebook, le nom d'origine du site¹.

-Youtube

YouTube a été lancé en février 2005 par d'anciens employés de PayPal, Chad Hurley, Jawed Karim et Steve Chen. À peine 18 mois après la mise en ligne de la première vidéo, la plateforme a été acquise par Google dans un accord très médiatisé d'une valeur de 1.65 milliard de dollars.

YouTube est désormais le deuxième site Web le plus fréquenté sur Internet, avec environ 720,000 XNUMX heures de contenu téléchargées sur la plateforme chaque jour. Mais combien d'utilisateurs s'arrêtent et réfléchissent à l'histoire de YouTube et à son origine ? Certains des premiers jours de la plate-forme et des tournants clés sont expliqués dans l'article ci-dessous.²

- Instagram

Pour aborder l'histoire de l'origine d'Instagram, nous n'avons pas besoin de remonter trop loin dans le temps. C'est le 6 octobre 2010 que cette application fut lancée à San Francisco, par ses fondateurs Kevin Systrom et Mike Krieger. Ces deux messieurs tenaient un certain raisonnement au sujet de la prise et du placement des photos. Ils ont finalement développé ce raisonnement en un concept très fort sous la forme d'Instagram. Le lancement d'Instagram a été un événement de grande envergure. Les fondateurs étaient tellement convaincus de leur propre concept et avaient hâte de le partager avec le public. Leur conviction s'est vérifiée dans les faits, Instagram ayant été plutôt populaire dès le début.³

-WhatsApp

Fondé en 2004 par l'ancien Yahoo! employés Brian Acton et Jan Koum, il a finalement été vendu à Facebook pour 19 milliards de dollars. Il est entré dans

¹<https://etudestech.com/portrait/cofondateur-facebook-reseau-social-mark-zuckerberg/>

Consulté le 2023-05-15 à 22h25.

²<https://fourweekmba.com/fr/histoire-de-youtube/>

Consulté le 15-05-2023 à 21h 35

³<https://promodeo.com/fr/blog/lhistoire-dinstagram/>

Consulté le 10-05-2023 à 22h15

le Facebook Inc. empire, dirigé par Mark Zuckerberg avec Facebook et de Instagram. Par conséquent, Whatsapp est en train de devenir un Super appli ou un horizontal mobile plateforme où les utilisateurs peuvent faire n'importe quoi à partir de communication aux paiements¹.

3. Les réseaux sociaux et les pratiques pédagogiques

Les réseaux et médias sociaux nous offrent aujourd'hui de multiples possibilités d'enseignement et d'apprentissage. Ils permettent l'expansion des pratiques pédagogiques, des échanges entre étudiants et enseignants au-delà de la salle de classe. Tomé (2011) explique qu'il est possible, grâce à ces applications, de faire le partage et la socialisation des apprentissages, en relation avec la capacité des membres de la communauté à interagir entre pairs, à faire des liens entre les sujets et à transférer les apports de l'expérience des autres. L'auteur susmentionné indique également que ces outils permettent l'intégration de documents authentiques et de tâches pédagogiques dans des situations réelles de communication ou d'échange entre apprenants ou classes. Dans le même sens, Martin (2016) explique que Twitter peut être utilisé comme une sorte de cahier de texte virtuel, où des micros messages sont publiés rappelant le sujet d'un cours, ou partageant l'image utilisée comme déclencheur d'une activité de cours. Les élèves peuvent alors interagir avec le micro message publié, et publier eux-mêmes un message. Soodeh (2020), évaluant les attitudes des étudiants iraniens à l'égard de l'utilisation du réseau social Instagram comme dispositif d'apprentissage collaboratif des compétences écrites en français, montre que ces derniers ont « une intention comportementale positive » envers l'utilisation de ce réseau à des fins pédagogiques. Tout comme Juti (2021), ayant effectué une étude dans deux lycées suédois et en Finlande, montre qu'Instagram « aide à augmenter la confiance dans la maîtrise linguistique et soutient la motivation ». Messaibi

¹<https://fourweekmba.com/fr/histoire-de-WhatsApp/>
Consulté le 12-06-2023 à 19h 35

(2017), ayant conduit une recherche auprès d'étudiants de l'Université de Biskra en Algérie, souligne aussi l'efficacité des réseaux sociaux pour la motivation dans l'apprentissage du français comme langue étrangère.

Gambacorta (2020) relève également les effets positifs de l'usage des réseaux sociaux qui redonnent le goût de la lecture chez les élèves du secondaire en Wallonie¹.

4. Définition des TIC

Les TIC ont de majeure dans la transformation des moyens de communication et les sources d'informations grâce aux technologies qui utilisent l'internet, les technologies de l'information et de la communication se définissent comme : « Ensemble d'outils et de ressources technologiques permettant de transmettre, enregistrer, créer, partager ou échanger des informations, notamment les ordinateurs, l'internet (sites Web, blogs et messagerie électronique), les technologies et appareils de diffusion en direct (radio, télévision et diffusion sur l'internet) et en différé (podcast, lecteurs audio et vidéo et supports d'enregistrement) et la téléphonie (fixe ou mobile, satellite, visioconférence, etc. »²

Les technologies de l'information et de la communication se référant aux technologies tels que les réseaux sociaux, les logiciels, internet, médias sociaux qui sont utilisés pour s'informer, se communiquer, stocker, et partager des informations et la transmission des messages d'une manière facile et rapide, sont aussi« ensembles des techniques relatifs à l'audiovisuel, aux télécommunications, à l'informatique, et leur imbrications »³

¹Holo A K. et Koné T, Usages des réseaux et médias sociaux par les étudiants en contexte d'apprentissage à l'Université virtuelle de Côte d'Ivoire (UVCI). Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire / International Journal of Technologies in Higher Education, 19(2), 2022,148–159.
<https://doi.org/10.18162/ritpu-2022-v19n2-10>

²http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/guide-to-measuring-information-and-communication-technologies-ict-in-education-en_0.pdf, Consulté le 01-06-2023 à 18h20

³LAMIZET B et SILEM A. Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication. Paris : Édition marketing, 1997 p.414.

Les Tic ont révolutionnés le monde de la communication et la manière dont nous transmettons des messages et des informations d'une façon traditionnelle et physique à une transmission en ligne grâce aux technologies qui utilisent l'internet, les outils technologiques et toute communication virtuelle qui ont encouragé le système de partage et de manipulation dans les différents domaines de recherches, professionnels et informationnels aussi la création d'un environnement de recherche plus dynamique à la disposition de tous les chercheurs.

5. Histoire des TIC

Parler de l'histoire des Technologies de l'information et de la communication est essentiel de chercher sur la convergence entre la télécommunication de la radio et de la télévision etc... et les outils informatiques, car ces domaines sont évolués de manière interdépendante dans le temps.

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont marqué de leur empreinte tout le XXe siècle, comme en témoigne l'ample littérature qui porte sur leur développement industriel, économique, politique et culturel, l'implication de cette place, globalement reconnue par les manuels d'histoire contemporaine, est pourtant peu analysée en dehors des recherches des spécialistes du domaine, les usages des TIC, les changements qu'apporte le fait de manipuler ces objets, de communiquer, de s'informer par leur intermédiaire, d'agir dans un environnement équipé ont été longtemps négligés¹.

Au début, la communication se fait par des méthodes plus primitives telles que le système de signal de fumé, jusqu'à l'invention du télégraphe au 19^e siècle ce qui a révolutionné la rapidité dans la transmission de message par les différents codes comme le morse.

¹<https://www.cairn.info/revue-le-mouvement-social-2019-3-page-29.htm&wt.src=pdf> Consulté le 12 -06-2023 à 07h02

Au 20^e siècle le développement des téléphones fixes et mobiles ont permis à la télécommunication des avancées majeures et aux utilisateurs de se communiquer via des lignes téléphoniques terrestres, puis le développement de l'informatique a connu aussi une évolution tels que l'invention du premier ordinateur (Eniac) dans les années 1940 pour but de réaliser des fins militaires et des recherches scientifiques.

La réduction dans la forme, les ordinateurs sont devenues plus accessibles, dans les années 1970 sont devenues personnels (pc) grâce à la création des microprocesseurs, cela a ouvert la voie pour une généralisation de l'utilisation des outils informatiques dans les organisations et les institutions.

Le projet Arpanet aux Etats-Unis a permis le début des premiers travaux sur internet et aux deux ordinateurs de se connecter à distance, au fil de temps l'internet s'est développée pour être une infrastructure mondiale dans l'échange et le partage des informations et des messages, l'invention du système world wide web (www) en 1989 par Berner-lee pour a facilité la communication et le partage d'information à travers des documents électroniques.

Le web a transformé les méthodes dont nous communiquons et partageons des informations sur des différents sujets et domaines par la démocratisation de l'accès à l'information en offrant des sites internet et des pages web aux utilisateurs dans n'importe quel endroit dans le monde, ce développement dans les services présentés par le web entre interactivité et nouveaux services tels que les réseaux sociaux, le commerce électronique, les moteurs de recherches.

6. Les caractéristiques des TIC

- La vitesse

« Les outils électroniques automatisent les processus de traitement de données avec des performances de vitesse sans aucune commune mesure avec

celles d'un opérateur humain. Cela permet d'effectuer des calculs extrêmement lourds dans des intervalles de temps très brefs »¹.

Les machines et les logiciels spécialisés peuvent traiter et analyser des données dans un temps plus court que l'être humain pourrait faire et extraire des informations précieuses dans un temps précis comme les logiciels (Excel, Spss).

- La compression du temps et de l'espace

L'internet permet de transmettre des messages de manière quasi instantanée entre des ordinateurs distants.²

Les technologies d'information et de la communication permettent une communication rapide et en temps réel, les réseaux sociaux et les courriers électroniques facilitent aux individus le contact et la communication quelle que soit leur position géographique.

-La mémorisation

Les progrès continus dans les supports de stockage permettent aujourd'hui à l'utilisateur potentiel d'accéder sans difficultés à une quantité de connaissances stockées pratiquement illimitée³.

Les Tic sont dotés des caractéristiques qui permettent la numérisation et le stockage efficace des données et des fichiers numériques pour une meilleure consultation ultérieure

-La connectivité

La présence de plusieurs outils éventuellement compatibles accroît les possibilités d'action de chaque utilisateur qui peut ainsi jouer la complémentarité ou la substitution entre les différentes techniques⁴.

¹LOUIS MONINO-Jean, SEDLKAOUI Souraya, Marché et organisation, éd Harmathan, 2013, p182

² Ibid, p182

³Ibid, p 182

⁴Ibid. p182

Aujourd'hui la connectivité joue un rôle essentiel dans la communication et l'échange de connaissance chez les utilisateurs des technologies d'information et de la communication, établir des connexions entre eux.

- La flexibilité d'usage

Les outils électroniques de traitement de données possèdent un large éventail d'utilisations potentielles.¹

Les technologies de l'information et de la communication sont multifonctionnelles, ils offrent toujours les capacités d'accès aux plusieurs services et fonctions pour les utilisateurs en même temps, permettent aux internautes de choisir les paramètres des logiciels et les applications selon leurs besoins tels que les paramètres claviers taille de police et la couleur

7. Les TICE à l'université

Depuis les vingt dernières années, les technologies et l'avènement du numérique, guidée par la recherche en éducation et en science permet d'aspirer au développement d'environnement numérique de formation favorisant l'apprentissage, comme soutiens à l'enseignement traditionnel.

Ces perspectives de recherche et d'application pédagogique des TICE et du numérique sont appuyées par l'avènement d'ordinateurs personnels de plus en plus puissants, utilisant en outre la vidéo, les outils multimédias mais aussi des outils web qui ouvrent les frontières d'apprentissage².

Lors de son entrée dans le monde de l'éducation, l'ordinateur a été utilisé pour reproduire beaucoup des habitudes pédagogiques de l'école traditionnelle : la feuille du papier s'est transposée sur l'écran de l'ordinateur, comme de nombreux exercices répétitifs de nos manuels. Il en va de même aujourd'hui avec certains cours offerts à distance ou en ligne. En bien que de plus en plus de

¹LOUIS MONINO-Jean, SEDLKAOUI Souraya, Op cit, p182

² BELAHZEN Youness et TOUIAQ Mounia, Le numérique et l'éducation, L'harmattan, Paris, 2017, p 32

programmes de formation soient offerts à distance ou en ligne, beaucoup offrent encore des cours qui misent essentiellement sur la transmission et l'apprentissage de connaissances déclaratives. C'est là une limite importante du développement des compétences attendues qui devraient s'appuyer sur des connaissances procédurale et conditionnelles solides du domaine et être situées dans des contextes d'application variés¹.

8. Les TIC en pédagogie universitaire

L'usage des TIC en pédagogie universitaire a connu un accroissement exponentiel (Buckley, Pitt, Norton et Owens, 2010). Dans ce contexte, il semble essentiel de s'intéresser aux avantages réels des TIC pour cette discipline. Selon Margaryan, Nicol, Littlejohn et Trinder (2008), un des principaux avantages des TIC pour l'étudiant universitaire est l'accès à l'information : un accès facile, diversifié, décentralisé, libre, peu importe le lieu et le temps (Rogers, 2001) et souvent gratuit. Cet accès favorise, entre autres, la responsabilisation et l'engagement de l'étudiant face à son apprentissage et à sa réussite (Saunders et Klemming, 2003 ; Turney, Robinson, Lee et Soutar, 2009). Les activités en ligne et les outils technologiques favoriseraient également l'autorégulation et l'autonomie des étudiants (Monsakul, 2008). L'étude de Margaryan et al. (2008) démontre quant à elle que les TIC soutiennent l'autodétermination, l'exploration de l'identité, de même que la collaboration et le partage. De plus, comme le souligne Rogers (2004), l'intégration des TIC a un impact favorable et positif sur l'apprentissage et sur la métacognition. De manière plus générale, Rogers (2004) soutient que les TIC favorisent un apprentissage plus en profondeur [deeper learning] chez les étudiants universitaires. Dans le même sens, Monsakul (2008) compte parmi les bénéfices des TIC le fait qu'elles favorisent des discussions engendrant des apprentissages de haut niveau [higher-order learning]. Aussi, les

¹ Ibid, p33

résultats préliminaires d'une étude menée par Knight (2010) démontrent clairement que l'adoption d'approches pédagogiques favorisant des apprentissages en profondeur par le biais d'un accès régulier et cohérent à des ressources accessibles en ligne est associée à de hauts taux de réussite, comme mesurés dans l'étude par les notes finales des étudiants¹.

9. Le e-learning

-Définition

Le e-learning dans le domaine de l'enseignement et d'apprentissage se définit comme « est une méthode d'apprentissage à distance basée sur l'usage d'outils électroniques et numériques (ordinateurs, smartphones, tablettes, internet, etc.). Cette formule d'apprentissage consiste à donner aux apprenants des modules de cours incluant diverses interactions, et permet d'améliorer la qualité de l'enseignement et de l'apprentissage en facilitant les échanges, la collaboration à distance et l'accès aux ressources »²

-Evolution historique

Selon certaines données historiques, le premier cours d'enseignement à distance a été donné en 1728 par Caleb Philips. Cet enseignant de Boston faisait livrer chaque semaine les cours à ses étudiants par courrier postal. Plus tard dans les années 80, le concept a commencé à prendre une autre dimension avec l'émergence des cassettes audio ou vidéo et celle des CD-Rom et DVD-Rom.

Les années 90 marquent un tournant décisif, puisque l'usage des ordinateurs se démocratise. Par ailleurs, l'apparition d'internet et des emails permet aux pionniers du secteur d'échanger leurs connaissances. Ainsi en 1994 (CALCampus) la première école supérieure à proposer un cursus en ligne est

¹ RABY C et KARSENTI T et MEUNIER, H. & VILLENEUVE S. Usage des TIC en pédagogie universitaire : point de vue des étudiants. Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire / International Journal of Technologies in Higher Education, 2011, 8(3), 6–19. <https://doi.org/10.7202/1006396ar>

²<https://www.cress-midipyrenees.org/e-learning-retour-sur-lhistoire-dun-succes/> Consulté le 14-05-2023 à 21h10

créée. Un peu plus tard, l'Université de Virginia Beach met en place des cours uniquement dispensés par courrier électronique à des étudiants qui obtiennent leur Ph. D. ensuite.

Au début des années 2000, le secteur de l'e-learning se structure et se professionnalise, pendant que de nouvelles formes de formation en ligne se développent. L'année 2012 est particulièrement intéressante pour le secteur, car c'est l'année de création de trois plateformes d'e-learning, dont Coursera qui est l'une des plus grandes plateformes mondiales d'apprentissage en ligne¹.

10.L'impact des écrans sur l'apprentissage

Comment mesurer aujourd'hui l'impact que peuvent représenter la multiplication des écrans et la mise en avant des usages dans les apprentissages ? Des nouveaux travaux menés à l'Unesco en 2013, prennent en considération trois types d'apprentissages : l'apprentissage unifié, l'apprentissage par la foule et l'apprentissage par le jeu.

En ce qui concerne le premier, l'impact potentiel est estimé moyen à fort. Il s'agit là de la tendance observée de passer d'un terminal à l'autre, d'un environnement à l'autre, sans rupture d'apprentissage. Autrement dit, on peut commencer un travail sur son appareil ou dans les nuages en classe, le poursuivre à la maison ou sur le terrain, le traiter chez soit avec un groupe de travail à distance, et le partager enfin en classe le mouvement AVAN/ BRING (apportez vos appareils numériques) s'inscrit dans le droit fil de cette tendance de l'apprentissage diffus, non lié à un environnement spécifique. Le second type d'apprentissage, l'apprentissage par la foule comporte un impact potentiel fort. Il s'agit dans ce cas d'apprendre les autres via des réseaux numériques et les activités informelles partagés sur les net.

¹ Ibid, le 14- 05- 2023 à 21h50

L'apprentissage n'est pas toujours reconnu comme tel, dans la mesure où il survient au travers d'activités spontanées, en contexte informel. Le défi est alors d'accompagner les internautes dans la reconnaissance et la gestion de leurs apprentissages par le jeu relève d'un impact potentiel fort. ¹

¹ BELAHSEN Y et TOUIAQ M, Op cit, p124

Chapitre 3 : cadre pratique de la recherche

Section 1- Présentation du terrain d'enquête

1. Présentation de l'université de Bejaia¹

Crée en 1983, l'université de Bejaia compte plus de 42 000 étudiants inscrits cette année et plus de 1700 enseignants, environ de 1200 agents et techniciens services, répartis sur les facultés suivantes : faculté des sciences humain et sociales, faculté de médecine, faculté des lettres et des langues, faculté de droit et des sciences politiques, faculté de science de la vie et de la nature, faculté des science exact, faculté des sciences économiques et de gestion commercial, faculté de technologie, et dans les différentes campus de l'université (Aboudaou, Targa ouzemour, Amizour, El-Kseur).

L'université de Bejaia donne une importance majeure à la recherche, considérée comme un pôle de recherche scientifique en progression permanente, elle dispose d'une bibliothèque centrale et des bibliothèques de facultés : bibliothèque de la faculté des sciences humains et sociales, bibliothèque de la faculté des lettres et des langues, bibliothèque de la faculté de droit et des sciences politique, bibliothèque de faculté médecine, bibliothèque de faculté des sciences économiques et de gestion commerciales, bibliothèque de faculté technologie, la bibliothèque de faculté des sciences exactes, bibliothèque de faculté des sciences de la nature et de la vie. Elle contient aussi plus de 30 laboratoires agréé par le ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique dans les différentes domaines et campus de l'université.

L'université de Bejaia a manifesté sa volonté d'ouverture en signant plus soixante accords-cadres de coopération avec des universités et des centres de recherche de divers pays, tels que la France, le Canada, la Russie, l'Espagne, l'Ukraine ...

¹<http://www.univ-bejaia.dz/rectorat/index.php/statistiques>
Consulté le 01-06-2023 à 21h25

En outre, ces conventions et accords ont été élaborés dans le but de faciliter les échanges scientifiques, la mobilité des étudiants, enseignants chercheurs et d'autres personnels universitaires, l'objectif de l'Université et de créer des liens d'échanges d'expérience tels que la participation aux programmes européens de bourses Erasmus Mundus, le programme CMEP/Tassili, PCIM avec l'Espagne, d'améliorer les compétences et les méthodes pédagogiques et établir un réseau de coopération solide et durable

2. Organisation et fonctionnement de l'université de Bejaia ¹

L'université de Bejaia est composée d'un rectorat au campus d'aboudaou, de services pédagogique et décisionnels, de 8 facultés et plus de 30 départements et de personnel administratifs et techniques.

- ✓ Le restaurât placé sous l'autorité de recteur de l'université.
- ✓ Le vice-rectorat mise sous la responsabilité de vice-recteur.
- ✓ Une bibliothèque centrale mise sous la responsabilité d'un directeur du fonctionnement et la gestion des structures.
- ✓ Un secrétaire général de l'université mise sous sa responsabilité la gestion et le fonctionnement financière et administratif.
 - Les organes décisionnels.
 - Les organes pédagogiques.

3. Présentation de la faculté de sciences humaines et sociales²

La Faculté des Sciences Humaines et Sociales, est issue de la restructuration de la faculté des Lettres et des Langues en 2010, créé par le décret exécutif N° 10/309 du 05/12/2010, et qui était à l'origine un Département de Sociologie affiliait à la faculté des Lettres et des Langues, elle encadre cette année plus de 5700 étudiants, essentiellement, répartis sur Cinq (05) Départements.

- ✓ Département de sociologie

¹<http://www.univ-bejaia.dz/rectorat/index.php/statistiques>
Consulté le 20-05-2023 à 14h30

²<http://www.univ-bejaia.dz/rectorat/index.php/statistiques>
Consulté le 20-05-2023 à 14h40

- ✓ Département de psychologie et d'orthophonie
- ✓ Département d'histoire et d'archéologie
- ✓ Département des sciences de l'information et de la communication
- ✓ Département des sciences et techniques des activités physiques et sportives

La faculté des sciences humains et sociales compte 5722 étudiants, dont 22% ou 1276 étudiants dans le département des science sociales, 28% ou 1582 Etudiants dans le département de psychologie et d'orthophonie, 21% ou 1212 étudiants dans le département des sciences de l'information et de la communications, 24% ou 1360 étudiants dans le département d'histoire et d'archéologie et 5% ou 292 étudiants dans le département des stals.

Avec une équipe pédagogique pluridisciplinaire composée de 148 Enseignants –chercheurs et un staff administratif de 59 ATS (Agents techniques et Services).

La faculté veille au bon fonctionnement et assure un meilleur accompagnement des études et des recherches, à la fois, pour les étudiants et pour les enseignants-chercheurs.

Notre Faculté dispose de deux (02) Bloc Administratifs, de 06 Amphithéâtres, d'un Bloc d'Enseignement et d'une Bibliothèque.

Section 2 : lecture, analyse, interprétations des données et vérification des hypothèses

1. Les caractéristiques de la population d'enquête

Tableau N°1 : la répartition de l'échantillon selon le sexe

| Sexe | Effectifs | Pourcentage |
|-------|-----------|-------------|
| Homme | 53 | 44,2 |
| Femme | 67 | 55,8 |
| Total | 120 | 100,0 |

Ce tableau représente la répartition de la population d'étude selon le sexe, comme on constate que la majorité qui est représentée par le sexe féminin avec un effectif de 67 femmes et avec un taux de 55.8% contre un effectif de 53 hommes avec un taux de 44.2%.

Cette représentation majoritaire est due au nombre élevé des étudiantes par rapport aux étudiants dans la population mère.

Tableau N°2 : la répartition de la population d'étude selon l'âge

| Age | Effectifs | Pourcentage |
|-------|-----------|-------------|
| 20-25 | 91 | 75,8 |
| 26-30 | 17 | 14,2 |
| 31-35 | 6 | 5,0 |
| 36-40 | 3 | 2,5 |
| 41-45 | 1 | ,8 |
| 46-50 | 2 | 1,7 |
| Total | 120 | 100,0 |

D'après ce tableau, on remarque que l'âge de la majorité des éléments de

notre population étudiée varie entre [20-25] ans avec un pourcentage de 75.8%, puis un pourcentage de 14,2% pour la catégorie d'âge [26-30], suivi d'un taux de 5% pour la catégorie [31-35], ensuite une catégorie [36-40] relative à 2,5% de la population étudiée, puis, la catégorie [46-50] avec un pourcentage de 1,7%, en dernier un taux de 0,8% pour la catégorie [41-45].

Alors on peut dire que la catégorie de [20-25] est la plus présente parce que c'est la moyenne d'âge la plus adéquat par rapport à tous les niveaux d'études.

Tableau N°3 : la répartition de la population d'étude selon le niveau D'étude

| Niveau | Effectifs | Pourcentage |
|---------------|-----------|-------------|
| L3 sociologie | 40 | 33,3 |
| Master1 | 31 | 25,8 |
| Master 2 | 30 | 25,0 |
| Doctorat | 19 | 15,8 |
| Total | 120 | 100,0 |

Dans ce tableau on remarque le pourcentage le plus présent dans cette enquête est celui de L3 sociologie avec un taux de 33,30%, suivi d'un taux de 25,8% pour le niveau master1, ensuite les enquêtés de master2 avec 25,0%, les doctorants avec 15,80%.

Comme on constate, le niveau L3 sociologie est donc le plus présent dans notre enquête cela s'explique par le nombre le plus élevé des étudiants de ce niveau dans la population mère.

Tableau N°4 : la répartition de notre échantillon selon la spécialité d'étude

| Spécialité | Effectifs | Pourcentage |
|---------------|-----------|-------------|
| Communication | 21 | 17,5 |
| Organisation | 41 | 34,2 |
| Santé | 18 | 15,0 |
| Sociologie | 40 | 33,3 |
| Total | 120 | 100,0 |

D'après les résultats présentés dans ce tableau on trouve que la spécialité des étudiants les plus enquêtés est celle de l'organisation avec un pourcentage de 34,2%, tandis que la spécialité de sociologie représente 33,3% de la population étudiée, ensuite c'est la spécialité de communication avec un taux de 17,5% et en dernier on a la spécialité de santé avec un taux de 15%.

Alors, le pourcentage de la spécialité organisation est le plus présent dans notre terrain et cela s'explique par le nombre d'étudiants le plus élevé dans cette spécialité.

Tableau N°5 : la spécialité étudiée entre choix et orientation

| Spécialité étudiée | Effectifs | Pourcentage |
|--------------------|-----------|-------------|
| Mon choix | 81 | 67,5 |
| Orientée | 39 | 32,5 |
| Total | 120 | 100% |

D'après ce tableau on constate que la majorité soit 67,5% des étudiants enquêtés leurs spécialités étudiées étaient leur choix, par contre 32,5% de notre population d'étude leur spécialité d'étude été une orientation de l'administration.

On déduit d'après cette lecture statistique que la plupart des étudiants ont eu leur choix de spécialité grâce à leur obtention de la moyenne d'accès si elle est exigée ou simplement selon leur choix.

Tableau N°6 : les étudiants résidants dans les cités universitaires et les étudiants qui rentrent chez eux à la fin des cours

| Domicile | Effectifs | Pourcentage |
|-----------------|-----------|-------------|
| Résidant | 64 | 53,3 |
| Rentré chez moi | 56 | 46,7 |
| Total | 120 | 100,0 |

D'après les résultats présentés dans ce tableau on constate que 53,30% de notre population d'étude sont résidants dans les cités universitaires en parallèle 46,70% rentrent chez eux en fin de journée.

2. Analyse et interprétations des données

2.1. Analyse et interprétation des données de la première hypothèse

Les facteurs étudiants-personnels (Age, sexe, niveau d'étude, spécialité d'étude, domicile ...) mènent les étudiants à la préférence des outils de communication numériques aux outils traditionnels dans leurs recherches (exposés, avant projet, mémoire, thèse).

Tableau N°7 : la corrélation entre la spécialité étudiée et la fréquence de l'utilisation des outils de communication

| Spécialité D'étude \ Fréquence | | Rarement | Des Fois | Souvent | Très Souvent | Total |
|--------------------------------|----------|----------|----------|---------|--------------|--------|
| Communication | Effectif | 1 | 3 | 9 | 8 | 21 |
| | % | 4,76% | 14,29% | 42,85% | 38,1% | 100% |
| organisation | Effectif | 5 | 6 | 16 | 14 | 41 |
| | % | 12,2% | 14,63% | 39,02% | 34,15% | 100% |
| Santé | Effectif | 0 | 4 | 10 | 4 | 18 |
| | % | 0,0% | 22,22% | 55,56% | 22,22% | 100% |
| Sociologie (13) | Effectif | 3 | 2 | 18 | 17 | 40 |
| | % | 7,50% | 5,0% | 45% | 42,5% | 100% |
| Total | Effectif | 9 | 15 | 53 | 43 | 120 |
| | % | 7,5% | 12,5% | 44,2% | 35,8% | 100,0% |

D'après ce tableau on constate que la majorité de la population d'étude soit 44,2% utilisent les outils de communication souvent, suivit d'un pourcentage de 35,8% des enquêtés qui utilisent ces outils très souvent, ensuite ceux qui utilisent les outils de communication des fois par un taux de 12,5%, enfin ceux qui utilisent les outils de communication rarement avec un pourcentage de 7,5% seulement.

Par contre la répartition de l'échantillon selon la spécialité d'étude est différente car on trouve la majorité soit 55,56% des enquêtés qui utilisent souvent les outils de communication sont les étudiants de santé, puis on trouve ceux de la filière de sociologie avec un pourcentage de 45%, suivi des enquêtés de la filière

communication avec un taux de 42,85%, enfin on trouve les étudiants des organisations avec un pourcentage de 39,02%, pour ceux qui

Utilisent les outils de communication très souvent on remarque les étudiants de sociologie avec un taux de 42,50%, suivi des enquêtés de la filière communication 38,10 % puis les étudiants d'organisation avec 34,15%, et en dernier les enquêtes de santé avec seulement 22,22%.

Pour la deuxième modalité « des fois » on trouve les étudiants de santé avec 22,22%, suivi de ceux de organisation avec 14,63% , ensuite on remarque les enquêtés de communication avec 14,29%, en dernière position ceux de sociologie avec 5,0%, pour la modalité « rarement » on trouve les étudiants de sociologie des organisations avec un pourcentage de 12,20%, suivi des étudiants de sociologie avec 7,5%, ensuite la filière de communication avec un taux de 4,76% seulement, enfin les étudiants de santé qui n'utilisent pas rarement les types d'outils de communication.

Du moment que notre but est de savoir lesquelles des spécialités étudiées par les enquêtés utilisent le plus souvent les outils de communication d'une manière général (numérique ou rationnels) on a pensé à additionner les réponses 'souvent' et 'très souvent' et d'un autre côté des fois 'et 'rarement'.

Pour la catégorie qui utilisent le plus les outils de communication en générale (traditionnel et numérique) c'est-à-dire pour ceux qui ont répondu par souvent ou très souvent on a la spécialité sociologie avec un taux de 87,5% qui sont les étudiants de 13 sociologie qui entament leur première expérience dans une recherche académique universitaire. Suivi des enquêtés de la spécialité communication qui ont choisi la spécialité communication donc censés à travailler plus que d'autres avec les sources d'informations numériques ou traditionnels.

Tableau N°8 : corrélation entre le type d'outil préféré des enquêtés dans la recherche et le sexe

| Outil Préféré Sexe | | Traditionnel | Numérique | Total |
|--------------------------|----------|--------------|-----------|--------|
| | | Homme | Effectif | 6 |
| | % | 11,32% | 88,68% | 100% |
| Femme | Effectif | 7 | 60 | 67 |
| | % | 10,44% | 89,55% | 100% |
| Total | Effectif | 13 | 107 | 120 |
| | % | 10,8% | 89,2% | 100,0% |

Dans ce tableau, on constate en premier que la plupart de nos enquêtés préfèrent les outils de communication numériques pour la recherche d'information avec un pourcentage de 89,2%, contre 10,8% seulement qui préfèrent les outils de communication traditionnels dans la recherche d'informations.

On trouve la majorité des enquêtés qui préfèrent les outils numériques sont les femmes avec un pourcentage de 89,55%, suivi par les hommes avec un taux de 88,68%, et pour ceux qui préfèrent les outils de communication traditionnels on sélectionne les hommes avec un taux de 11,32%, par contre on trouve les femmes avec un pourcentage de 10,44%

En analysant ces données on constate que les étudiants enquêtés quel que soit leur sexe préfèrent les outils de communication numériques dans la recherche d'information avec une toute petite différence de pourcentage (moins de 1%) Ce qui montre que le sexe n'influence pas sur le type d'outil de communication préféré par les étudiants enquêtés dans la recherche d'information.

Tableau N°9 : l'utilité des types d'outils de communication selon les enquêtés et le niveau d'étude

| L'utilité des types d'outil de communication dans la recherche | | peu utile | utile | inutile | Total |
|--|----------|-----------|--------|---------|-------|
| | | | | | |
| L3 sociologie | Effectif | 1 | 38 | 1 | 40 |
| | % | 2,5% | 95% | 2,5% | 100% |
| Master1 | Effectif | 2 | 29 | 0 | 31 |
| | % | 6,45% | 93,55% | 0,0% | 100% |
| Master 2 | Effectif | 4 | 24 | 2 | 30 |
| | % | 13,33% | 80% | 6,67% | 100% |
| Doctorat | Effectif | 0 | 19 | 0 | 19 |
| | % | 0,0% | 100% | 0,0% | 100% |
| Total | Effectif | 7 | 110 | 3 | 120 |
| | % | 5,80% | 91,70% | 2,5% | 100% |

Sachant qu'on a posé une question qui s'intéresse aux degrés que donnent les étudiants des quatre niveaux par rapport à l'utilité des outils de communication on a pensé à analyser la relation entre leurs réponses et leur niveau d'étude.

D'après les résultats présentés dans ce tableau qui illustrent la relation entre le l'utilité des types d'outils de communication selon les étudiants et leur niveau d'étude, on constate que la majorité de nos enquêtés avec un pourcentage de 91,70% déclarent que les moyens de communication sont utiles dans la recherche des informations pour la recherche universitaire, contre un taux de 5,80% seulement des enquêtés qui trouvent l'usage des outils de communication est 'peu utile' pour la recherche de l'informations et l'acquisition des connaissances, reste qu'on a quand même un certain pourcentage de 2,5% de cette population étudiée qui trouvent que les outils de communication inutiles dans leurs travaux de recherches.

Quant à la répartition des réponses selon le niveau d'étude on a la majorité soit 95% des enquêtés qui trouvent les outils de communication utiles sont des I3 sociologie, suivi de 93,55% pour les enquêtés du niveau master1, ensuite un pourcentage de 100% pour les doctorant et un taux de 80% pour les étudiants enquêtés du niveau master2. Pour les enquêtés qui trouvent les outils de communications peu utiles on souligne un pourcentage de 13,33% pour les enquêtés de master2, suivi d'un pourcentage de 6,45% pour les étudiants de master1, enfin on trouve les étudiants I3 sociologie avec un pourcentage de 2,5% seulement et pour les doctorants on remarque qu'il Ya aucun enquêté qui souligne que les outils de communication sont peu utile, enfin pour les enquêtés qui soulignent que les outils de communication sont totalement inutiles on trouve un pourcentage de 6,67 % pour les étudiants de master2, et 2,5% pour les enquêtés de I3 sociologie, et enfin on remarque nettement un pourcentage de 0% pour les deux niveaux master1 et doctorat.

Pour but de savoir si les outils de communication sont utiles ou inutiles dans la recherche d'information chez les étudiants on a pensé à jumeler entre les deux réponses 'utiles' et 'peu utiles' 97,50 %

Ce qui nous a permis de constater que selon les étudiants enquêtés quel que soit leur niveau d'étude ; les outils de communication qu'ils soient traditionnels ou numériques sont à leurs yeux utiles dans les travaux de recherche, en raison de l'intérêt que portent ces étudiants face aux outils de communication comme sources d'informations.

Tableau N°10 : la corrélation entre le niveau d'étude et l'outil de communication préféré chez les enquêtés

| Niveau d'étude \ Outil de communication préféré | | Traditionnel | Numérique | Total |
|---|----------|---------------|-----------|--------|
| | | L3 sociologie | Effectif | 7 |
| % | 17,5% | | 82,5% | 100% |
| Master1 | Effectif | 1 | 30 | 31 |
| | % | 3,23% | 96,77% | 100% |
| Master 2 | Effectif | 5 | 25 | 30 |
| | % | 16,67% | 83,33% | 100% |
| Doctorat | Effectif | 0 | 19 | 19 |
| | % | 0,0% | 100% | 100% |
| Total | Effectif | 13 | 107 | 120 |
| | % | 10,8% | 89,2% | 100,0% |

D'après ce tableau on constate que la majorité des enquêtés soit 89,20% des enquêtés préfèrent les outils de communication numériques dans leur recherche d'information par contre uniquement 10,80% de notre population d'étude préfèrent les outils de communication traditionnels.

Comme on constate aussi que la répartition des enquêtés selon le niveau d'étude est déficient car on trouve les doctorants avec un pourcentage de 100% qui préfèrent les outils de communication numériques dans leurs travaux de

recherche, suivi par des master1 avec 96,77%, ensuite les master2 avec un taux de 83,33%, puis les l3 avec 82,5%, pour les enquêtés qui préfèrent les outils de communication traditionnels on trouve un pourcentage de

17,5% pour les étudiant de L3 sociologie, suivi des enquêtés de master2 avec un taux de 16,67%, ensuite ceux de master1 avec 3,23%.

D'après cette lecture statistique on peut dire amplement que les outils de communication numériques sont les sources d'informations préférés pour tous les niveaux, avec une faible dégradation des pourcentages (doctorants, master 1, master2, l3), donc à une faible signification statistique. Ce qui induit que le niveau d'étude a une faible influence-sans importante explication sociologique sur la préférence des outils de communication numériques, bien sûr aux traditionnels.

Tableau N°11 : la relation entre l’outil de communication préféré avec la catégorie d’âge

| Outil préféré | | Traditionnel | Numérique | Total |
|------------------|----------|--------------|-----------|--------|
| Age | | | | |
| [20-25] | Effectif | 9 | 82 | 91 |
| | % | 9,89% | 90,11% | 100% |
| [26-30] | Effectif | 4 | 13 | 17 |
| | % | 23,53% | 76,47% | 100% |
| [31-35] | Effectif | 0 | 6 | 6 |
| | % | 0,0% | 100% | 100% |
| [36-40] | Effectif | 0 | 3 | 3 |
| | % | 0,0% | 100% | 100% |
| [41-45] | Effectif | 0 | 1 | 1 |
| | % | 0,0% | 100% | 100% |
| [46-50] | Effectif | 0 | 2 | 2 |
| | % | 0,0% | 100% | 100% |
| Total | Effectif | 13 | 107 | 120 |
| | % | 10,83% | 89,17% | 100,0% |

D'après les données relatives à ce tableau on constate que la majorité de nos enquêtés soit 89,17% préfèrent les outils de communication numériques dans leur recherches d'information, par contre on trouve uniquement 10,83% de nos enquêtés qui préfèrent les outils de communication traditionnels.

On constate aussi que la répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge est différente car la plupart soit 90,11% de ces étudiants qui préfèrent les outils de communication numériques leur âge varie entre [20-25], suivi d'un taux de 76,47% pour la catégorie d'âge [26-30], ensuite un pourcentage de 100% pour la catégorie [31-35], et 100% revient à la catégorie d'âge [36-40], puis un taux de 100% pour la catégorie [46-50], en fin en déduit un taux de 100% pour la catégorie [41-45]. Par contre on constate un taux de 9,89% seulement pour ceux qui préfèrent les outils de communication traditionnels pour la catégorie d'âge

[20-25], suivi de 23,53% pour la catégorie [26-30], enfin on remarque un pourcentage de 0% pour les catégories suivantes : [31-35], [36-40], [41-45], [46-50] en raison que tous les enquêtés de ces catégories préfèrent les outils de communication numériques dans leurs travaux de recherches.

Donc d'après cette lecture statistique nous constatons que les étudiants enquêtés appartenant à toutes les catégories d'âge de ce tableau optent pour le type d'outil numérique comme source d'information, mais ce qui est flagrant c'est les taux élevés dans les catégories des plus âgés.

Tableau N° 12: l'influence du sujet de recherche sur le choix du type d'outil de communication selon les enquêtés et sa corrélation avec la spécialité d'étude

| L'influence du sujet de recherche Sur le choix d'outil de communication | | Oui | Non | Total |
|---|----------|--------|--------|-------|
| Niveau d'étude | | | | |
| Communication | Effectif | 14 | 7 | 21 |
| | % | 66,67% | 33,33% | 100% |
| Organisation | Effectif | 26 | 15 | 41 |
| | % | 63,41% | 36,59% | 100% |
| Santé | Effectif | 13 | 5 | 18 |
| | % | 72,22% | 27,78% | 100% |
| Sociologie (13) | Effectif | 28 | 12 | 40 |
| | % | 70% | 30% | 100% |
| Total | Effectif | 81 | 39 | 120 |
| | % | 67,5% | 32,5% | 100,% |

De ce tableau on constate que la plupart des enquêtés indiquent que le choix de type d'outils de communication dépend de la nature du sujet de recherche et cela avec un taux de 67,5%, par contre 32,5% de la population d'étude trouvent aucune dépendance entre le sujet de recherche et le choix d'outils de communication.

Pour la répartition des réponses selon la spécialité d'étude ,on remarque que le taux de ceux qui sont pour la dépendance est élevé dans la spécialité de santé avec un pourcentage de 72,22% suivi des enquêtés de la spécialité sociologie avec 70%,ensuite 66,67% pour la spécialité communication , enfin on trouve les enquêtés de la spécialité organisation avec un pourcentage de 63,41%.Quant aux enquêtés qui ne trouvent aucune dépendance on a les étudiants des organisations avec un taux de 36,59%, suivi des enquêtes de la spécialité communication avec 33,33%, ensuite la spécialité de sociologie avec 30%, en dernier les enquêtés de sociologie de la santé avec un pourcentage de 27,78%.

Donc on peut dire que la majorité des enquêtés quelle que soit leur spécialité confirment la relation entre le choix d'outil de communication et la nature du sujet de recherche en raison de chercher toujours des sources d'information pertinentes pour le travail de recherche d'information.

Tableau N° 13 : la corrélation entre l'outil de communication numérique préféré des étudiants enquêtés et le niveau d'étude

| Outil de communication Numérique Préféré | | Moteurs de recherche | Bases de données en ligne | Réseaux Sociaux | Jamais | Total |
|--|----------|----------------------|---------------------------|-----------------|--------|--------|
| Niveau d'étude | | | | | | |
| L3 sociologie | Effectif | 21 | 9 | 8 | 2 | 40 |
| | % | 52,50% | 22,5% | 20,0% | 5,0% | 100% |
| Master1 | Effectif | 11 | 11 | 9 | 0 | 31 |
| | % | 35,48% | 35,48% | 29,03% | 0,0% | 100% |
| Master 2 | Effectif | 20 | 7 | 2 | 1 | 30 |
| | % | 66,67% | 23,33% | 6,67% | 3,33% | 100% |
| Doctorat | Effectif | 11 | 7 | 1 | 0 | 19 |
| | %1 | 57,89% | 36,84% | 5,26% | 0,0% | 100% |
| Total | Effectif | 63 | 34 | 20 | 3 | 120 |
| | % | 52,5% | 28,3% | 16,7% | 2,5% | 100,0% |

D'après ce tableau on constate que la plupart de nos enquêtés préfèrent les moteurs de recherche est ce avec un pourcentage de 52,5%, suivi des étudiants

qui utilisent les bases de données en ligne avec un taux de 28,3%, ensuite les enquêtés qui utilisent les réseaux sociaux avec 16,7%, en dernier les étudiants qui n'utilisent jamais les outils de communication numériques avec un taux de 2,5% seulement.

Pour la répartition des réponses selon le niveau d'étude est différente, car on trouve la majorité de ceux qui préfèrent les moteurs de recherches sont les enquêtés de master2 avec 66,67%, suivi des étudiants de doctorat avec 57,89%, puis L3 sociologie avec un pourcentage de 52,50% enfin les master1 avec 35,48%. Pour le deuxième outil « Bases de données en ligne » on trouve les enquêtés du niveau doctorat avec 36,84%, ensuite le niveau master1 avec 35,48%, suivi des enquêtés de master2 avec un taux de 23,33% en dernier on a les enquêtés de L3 sociologie avec un taux de 22,5%. Pour la troisième modalité de réponse « réseau sociaux » on trouve les étudiants de master 1 avec 29,03%, suivi par les L3 sociologie avec 20,0%, ensuite les master2 avec 6,67%, enfin les doctorants avec 5,26% seulement, et pour la quatrième modalité les étudiants qui n'utilisent jamais les outils de communication numérique on trouve un pourcentage de 5,0% du niveau L3 sociologie et 3,33% pour le niveau master2.

D'après ces témoignages on a pu déduire en premier ; que les enquêtés préfèrent plus les moteurs de recherches (52.50%,) en raison que ces derniers ne servent pas uniquement dans la vie quotidienne mais aussi dans les différentes recherches universitaires. Et en second ; que le niveau d'étude influence sur le choix d'outil de communication numérique en raison du type de recherche effectuée pour chaque niveau.

2.1.1. La vérification de la 1^{ère} hypothèse

Après traitement des réponses du questionnaire relatif à la 1^{ère} première hypothèse et après certaines corrélations entre différentes variables (indépendantes et dépendantes) et après analyse et une certaine interprétation, on peut passer à sa vérification.

1^{ère} hypothèse : les facteurs estudiantins-personnels (Age, sexe, niveau d'étude, spécialité d'étude, domicile) mènent les étudiants à la préférence des outils de communication numériques aux outils traditionnels dans leurs recherches (exposés, avent projet, mémoire, thèse).

Pour répondre à la première hypothèse, les résultats de l'enquête de terrain, nous ont permis de déduire que sur un échantillon de 120 étudiants 89,20% des enquêtés préfèrent l'utilisation des outils de communication numériques dans leurs différentes recherches effectuées tout au long de leurs cursus universitaires.

Notamment les résultats du tableau N°10 qui approuvent que la totalité (100%) des doctorants enquêtés travaillent avec les outils de communication numériques ,96,77% sont du niveau master1 qui eux aussi préfèrent l'utilisation des outils de communication numériques dans la recherche d'information.

Cela est dû à l'importance et à l'utilité de ces outils dans la recherche universitaire et aussi à l'intérêt qu'accordent les étudiants aux outils de communication numériques comme sources d'informations.

D'après les réponses des questions de la première hypothèse on a que les tableaux n°07 avec (80%) concernant la spécialité d'étude et le tableau n°10 et 13 concernant le niveau d'étude avec (80,20%) et (52.50%) qui influencent sur le choix des outils numériques.

Cela déduit que la première hypothèse est à peine vérifiée (confirmée).

2.2. Analyse et interprétation de la deuxième hypothèse

Les conditions des études (niveaux, travail de groupe) poussent les étudiants à opter pour les outils de communications numériques en raison de leurs commodités (fiabilité, facilité d'accès, économie de temps, actualité des sources d'informations)

Tableau N°14 : la corrélation entre la fiabilité de l'information à travers le type d'outil de communication selon les enquêtés avec le niveau d'étude

| Niveau d'études | L'information fiable avec | Outils traditionnels | Outils Numérique | Total |
|-----------------|---------------------------|----------------------|------------------|--------|
| | | Effectif | | |
| L3 sociologie | Effectif | 8 | 32 | 40 |
| | % | 20,0% | 80,0% | 100% |
| Master1 | Effectif | 6 | 25 | 31 |
| | % | 19,35% | 80,65% | 100% |
| Master 2 | Effectif | 10 | 20 | 30 |
| | % | 33,33% | 66,67% | 100% |
| Doctorat | Effectif | 7 | 12 | 19 |
| | % | 36,84% | 63,16% | 100% |
| Total | Effectif | 31 | 89 | 120 |
| | % | 25,8% | 74,2% | 100,0% |

D'après ce tableau on constate que la majorité de nos enquêtés soit 74,20% souligne que l'information trouvée dans la recherche est fiable avec les outils de communication numériques, par contre 25,8% trouvent la qualité de l'information est fiable avec les outils traditionnels.

La plupart des étudiants qui déclarent que l'information trouvée dans la recherche est fiable à travers les outils de communication numériques sont les étudiants de niveau master1 avec un taux de 80,65%, suivi des niveau l3 sociologie avec 80%, ensuite les enquêtés de master2 de avec un pourcentage de 66,67 % , enfin les doctorants avec 63,16% .Pour les enquêtés qui trouvent l'information est fiable à l'aide des outils de communication traditionnels on remarque 36,84% pour les doctorants, suivi d'un taux de 33,33% pour le niveau master2, et 20% pour les l3 sociologie, en dernier 19,35% pour les master1.

D'après cette lecture statistique, on conclut d'une part que le choix des outils numériques est dû à leur fiabilité, d'une autre part on constate que plus on avance dans le niveau le pourcentage diminue, c'est-à-dire que le niveau joue un rôle dégradant quand il s'agit du choix des outils numériques pour sa fiabilité, qui peut s'interpréter par la maturité et l'expérience des étudiants plus anciens (doctorants, master2, master1, l3sociologie).

Tableau N°15 : la préférence de l'outil numérique pour sa facilité d'accès aux informations selon les enquêtés et le domicile des étudiants en fin de journée

| Facilité d'accès aux informations | | Oui | Non | Total |
|-----------------------------------|----------|--------|-------|--------|
| Résidant | Effectif | 62 | 2 | 64 |
| | % | 96,87% | 3,13% | 100% |
| Rentre chez Moi | Effectif | 53 | 3 | 56 |
| | % | 94,64% | 5,36% | 100% |
| Total | Effectif | 115 | 5 | 120 |
| | % | 95,8% | 4,2% | 100,0% |

D'après les résultats de ce tableau on constate que la majorité soit 95,8% de notre population d'étude confirme que les outils de communication numériques facilitent l'accès à un nombre important d'informations, par contre uniquement 4,2% de nos enquêtés sont contre l'idée ou la raison pour laquelle la préférence des outils de communication numériques est sa facilité d'accès.

On trouve 96,87% de ceux qui sont convaincus de la facilité d'accès aux informations par les outils numériques sont des résidents à la cité universitaire, et 94,64% sont des étudiants qui rentrent chez eux le soir.

Concernant ceux qui ne partagent pas l'idée de la facilité d'accès aux informations par les outils numériques, on remarque que 5,36% sont des enquêtés

qui rentrent chez eux le soir, et 3,13% sont des résidents dans les différentes cités universitaires.

Nous constatons d’après cette lecture statistique que contrairement à ce qu'on peut imaginer, de domicile des étudiants en fin de journée n’a pas une grande importance sur le fait que les étudiants aiment les outils numériques pour leur facilité d’accès, du moment que ceux qui rentrent chez eux ou ceux qui résident dans les cités universitaires partagent la même réponse concernant l'accès facile avec une petite nuance de 2% de plus pour les résidents aux cités universitaires.

Tableau N°16 : la relation entre le nombre d’étudiants dans une recherche et le choix d’outil numériques pour son économie de temps

| Permettent une économie de temps | | Nombre d’étudiants | | Total |
|-------------------------------------|----------|--------------------|-------|-------|
| | | Oui | Non | |
| Monôme | Effectif | 65 | 4 | 69 |
| | % | 94,20% | 5,80% | 100% |
| Binôme | Effectif | 35 | 1 | 36 |
| | % | 97,22% | 2,78% | 100% |
| Trinôme | Effectif | 14 | 1 | 15 |
| | % | 93,33% | 6,67% | 100% |
| Total | Effectif | 114 | 6 | 120 |
| | % | 95,0% | 5,0% | 100% |

D’après ce tableau on constate que 95% de notre population d’étude souligne que les outils de communication numériques permettent une économie de temps

dans la recherche des étudiants, par contre 5% des enquêtés rejettent l'expression que les outils de communication numériques permettent une économie de temps.

Pour la répartition des enquêtés selon le nombre d'étudiants dans une recherche on trouve que 97,22% des étudiants qui confirment que les outils de communication numériques permettent une économie de temps effectuent leurs travaux de recherche en binôme, suivi de 94,20% travaillent individuellement, ensuite ceux qui travaillent en trinôme avec 93,33%.

Pour les enquêtés qui déclarent que les outils de communication numériques ne permettent pas cette économie de temps on trouve ceux qui travaillent en trinôme avec 6,67%, suivi des monômes avec 5,80%, enfin un pourcentage de 2,78% pour les étudiants enquêtés qui travaillent en binôme.

D'après ces résultats on constate que les enquêtés quelque que soit leur nombre dans la recherche (monôme, binôme, trinôme) voient que les outils de communication présentent une économie de temps dans la recherche avec des taux rapprochés.

Tableau N°17 : corrélation entre le niveau d'étude des enquêtés et le degrés d'influence de l'actualité des sources d'informations sur le choix de l'outil de communication numérique

| Niveau d'étude \ Degré d'influence | | Degré d'influence | | | Total |
|------------------------------------|----------|-------------------|------------------|-----------------|--------|
| | | Aucune influence | Faible influence | Forte influence | |
| L3 sociologie | Effectif | 2 | 13 | 25 | 40 |
| | % | 5% | 32,5% | 62,5 % | 100% |
| Master1 | Effectif | 1 | 18 | 12 | 31 |
| | % | 3,23% | 58,06% | 38,71% | 100% |
| Master2 | Effectif | 7 | 4 | 19 | 30 |
| | % | 23,33% | 13,33% | 63,33% | 100% |
| Doctorat | Effectif | 3 | 8 | 8 | 19 |
| | % | 15,79% | 42,10% | 42,11% | 100% |
| Total | Effectif | 13 | 43 | 64 | 120 |
| | % | 10,8% | 35,8% | 53,3% | 100,0% |

D'après les résultats démontrés dans ce tableau on constate que la majorité des enquêtés avec un pourcentage de 53,30% trouvent que leurs préférences aux outils numériques ont été influencé par l'actualité des sources informations de

celle-ci, et 35,80% déclarent qu'il n'y a qu'une petite influence, enfin 10,80% admettent qu'il n'y a aucune influence.

On remarque également qu'un taux de 63,33% de ceux qui trouvent une forte influence de l'actualité des sources d'informations sur le choix d'outil numérique sont du niveau master2, suivi d'un pourcentage de 62,5% des enquêtés L3 sociologie, ensuite un taux de 42,11% de niveau doctorat, enfin les étudiants enquêtés du niveau master1 avec 38,71%.

Pour les enquêtés qui trouvent qu'il y a une faible influence de l'actualité des sources d'information sur le choix d'outil de communication on remarque 58,06% des master1, suivi d'un taux 42,10% des doctorants, ensuite 32,5% des enquêtés L3 sociologie, enfin 13,33% des master2, on remarque aussi pour notre population d'étude qui trouve aucune influence de l'actualité des sources d'information sur le choix de type d'outil de communication 23,33% sont des master2, suivi de 15,79% des doctorants, et 5% des L3 sociologie, enfin seulement 3,23% des enquêtés en master1.

Ce tableau nous fait penser au tableau n°13 dans lequel nous avons fait intervenir les types de recherches : mini projet pour les L3, mémoire, pour les master 2, et la thèse pour les doctorants.

De même, dans ce tableau nous avons pu relever l'influence de la modalité de l'actualité des outils numériques sur la préférence des outils de communication numérique selon les étudiants qu'on a lié avec le niveau d'étude.

C'est-à-dire leur thème (sujet) de recherche, particulièrement les master2 et les L3 qui cherchent des sujets d'actualité pour effectuer leurs mémoires et leurs rapports de stages.

2.2.1. *La vérification de la deuxième hypothèse*

Pour des raisons de commodités (fiabilité, facilité d'accès, économie de temps, actualité des sources d'informations) les étudiants optent pour les outils de communications numériques.

D'après les données recueillies auprès de nos enquêtés pour confirmer ou infirmer cette 2^{ème} hypothèse. On confirme que les étudiants optent pour les outils de communication numériques pour des raisons de commodités (facilité d'accès, fiabilité des informations économie de temps et pour l'actualité des sources d'informations).

Exemple dans le tableau n° 14 la majorité soit 74,20% des enquêtés optent pour les outils de communication numériques en raison de la fiabilité des informations obtenues à travers ces outils numériques.

Ainsi nous pouvons conclure que les outils de communication numériques sont les plus utilisés et adoptés dans les différents travaux de recherches des étudiants, pour les différentes raisons de commodité, comme la rapidité d'accès facilité, l'économie de temps etc. chez les étudiants.

Reste que pour cette deuxième hypothèse, ni l'âge (voir tableau dans les annexes) ni le lieu de résidence des étudiants n'influencent sur le choix d'outils numérique c'est-à-dire que tous les étudiants qu'ils résident dans les différentes cités universitaires ou rentrent chez eux ont les mêmes chances d'accès à l'internet par la wifi ou les données mobiles dans leur domicile, donc profitent des mêmes commodités des outils numériques. Et que le nombre des étudiants dans une recherche en groupe (binôme ou trinôme) ou monôme n'influence pas le choix pour les outils numériques. Ainsi la deuxième hypothèse ne se confirme qu'avec la variable du niveau. Variable du niveau d'étude, c'est dire que partiellement.

Conclusion

Conclusion

« L'usage des outils de communication traditionnels et numériques par les étudiants dans la recherche » est notre sujet de recherches, s'emble d'une évidence qu'on dirait qu'il n'a pas besoin d'être traité mais rien n'est évident en science plutôt même l'évidence vaut d'être étudiée en sociologie.

Dans le but d'illustrer ce thème aussi claire qu'il parait nous avons élaboré une mince partie théorique en raison de manque d'études et d'ouvrages traitant les outils traditionnels, une recherche où nous avons fait intervenir les conditions social-économique en adaptant la théorie de l'habitus de pierre bourdieu.

Donc nous avons réparti cette partie en en trois (03) sections ; la première concerne l'évolution des sources d'information, la deuxième nous avons basé sur les outils de communication traditionnels et la troisième sur les outils de communication numériques,

Les résultats de notre étude pratique nous ont révélé que les outils traditionnels semblent de moins au moins utilisés dans la recherche ou appréciés par les étudiants

Contrairement ou outils numériques qui ravagent l'esprit des étudiants sous prétexte qu'ils sont plus pratiques (rapide, à jour) quoi moins fatigant !

Fort heureusement que leurs ainés (doctorants, Master 2) ont compris qu'il ne faut pas négliger la version papier, cette révélation n'est pas venue du néant mais surement suite à une constatation de leurs recherches et documentations durant l'élaboration de leurs mémoire ou thèse et aussi des directions de leurs enseignants (encadrant directeur de recherche).

Enfin nous dirons que pour les plus conscients la version du NET ne peut jamais remplacer un livre qu'on feuillette entre les doigts et le papier ne peut jamais être remplacé par un écran. Pour cela nous invitons les étudiants à approfondir cette humble première recherche dans ce sens par une autre plus approfondie en s'adressant qu'aux doctorants et les étudiants de Master2.

Liste bibliographique

Ouvrages méthodologiques

- 1-GRAWITZ Madeleine, Méthodes des sciences sociales, 10eme édition, Dalloz, Paris, 1996.
- 2-GRAWITZ Madeleine, Lexique des sciences sociales, Dalloz, Paris, 2004.
- 3-MAURICE Angers, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Casbah, Alger, 1997.
- 4-QUIVY Raymond, Manuel de recherche en science sociale, Dunod, Paris, 1995.

Ouvrages sociologiques

- 1-BAUMARD Philippe et BENVENUTI Jean-André, Compétitivité et systèmes d'information, Dunod, Paris, 1998.
- 2-BELAHCEN Younes et TOUIAQ Mounia, Le numérique et l'éducation, L'harmattan, Paris, 2017.
- 3- GILBERT, Varet, La science et son information à l'heure de l'internet, PUF, Paris, 2000.
- 4-LOUIS MONINO-Jean, SEDLKAOUI Souraya, Marché et organisation, Harmattan, France ,2013.
- 5-MASSIN A, Histoire des médias, Culture générale,
- 6-MERKLÉ Pierre, Sociologie des réseaux sociaux, La Découverte, Paris, 2004.
- 2- SILBERMANN Alphonse, Communication de masse, Hachette, Paris 1981.

Dictionnaire

- LAMIZET B et SILEM A, Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, Paris, Édition marketing, 1997.

Sites internet

1-<https://journals.openedition.org/ticetsociete/2043>.

2-<https://fmdoc.org/association/definition/>.

3-<https://books.openedition.org/pressesensib/345/>

4-<https://etudestech.com/portrait/cofondateur-facebook-reseau-social-mark-zuckerberg/>

5-<https://promodeo.com/fr/blog/lhistoire-dinstagram/>

6-http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/guide-to-measuring-information-and-communication-technologies-ict-in-education-en_0.pdf,

7-<https://www.cairn.info/revue-le-mouvement-social-2019-3-page-29.htm&wt.src=pdf>

8-<https://www.cress-midipyrenees.org/e-learning-retour-sur-lhistoire-dun-succes/>

Annexes

Annexe N°1 questionnaire

Annexe N° 2 Tableaux des annexes

1- Possession d'un ordinateur

2- Possession d'un Smartphone

3-Achat des livres

4-Difficulté d'utilisation des outils traditionnels

5-Difficulté d'utilisation des outils numériques

6-Utilisation des outils numériques pour le partage de connaissances

7-Utilisation des outils numériques pour le partage de connaissances

8-Outils traditionnels utilisés

Annexe 1 : questionnaire

Université Abderrahmane mira Bejaia

Faculté des sciences humains et sociales

Département sociologie

Questionnaire de recherche

Thème du mémoire

L'usage des outils de communication traditionnels et numériques
Par les étudiants dans la recherche

En vue d'obtention d'un diplôme master en sociologie de la communication

Etudiant Encadrante

Chemache Moussa

Allouane Farida

Mes chers questionnés, ce questionnaire est juste Pour avoir des résultats quantitatifs sur notre thématique de recherche, on vous assure l'anonymat de vos réponses et coordonnées.

AXE 1/ Caractéristiques estudiantins

1-Sexe :

a- Homme

b-Femme

2- quel est votre âge _ _ _ _

3- Quel est votre niveau d'étude ?

a- L3 sociologie

b- Master1

c- Master2

d- Doctorat

4- Dans quelle spécialité êtes-vous inscrit ?

a- Communication

b-Santé

C- organisation

e- Sociologie (13)

5- Votre spécialité d'étude été votre choix ou une orientation de l'administration ?

a- Mon choix

b- Orientée

6- Etes-vous résidant à la cité universitaire ou vous rentré chez vous en fin de journée ?

a- Résidant

b- Rentrer chez moi

AXE/2 Les outils de communication dans la recherche des étudiants

7-Apropos de vos recherches de (mini projet, mémoire, thèse ...) travaillez-vous en groupe ou individuel ?

a- Monôme

b- Binôme

c- Trinôme

8-Possédez-vousun ordinateur ?

a- Oui

b- Non

9- Possédez-vousun smarte phone ?

a- Oui

b- Non

10- À quelle fréquence consultez-vous les bibliothèques universitaires ?

- a- Rarement
- b- Souvent
- c- Toujours

11- Acheter vous des livres pour la documentation ?

- a- Oui
- b- Non

12- A quelle fréquence utilisez-vous les outils de communications dans vos recherches (outils traditionnels et outils numériques) ?

- a- Rarement
- b- Des fois
- c- Souvent
- d- Très souvent

13- Selon l'utilité comment trouvez-vous ces outils de communication (outils traditionnels et outils numériques) dans votre recherche d'information ?

- a- Peu utiles
- b- Utiles
- c- Inutiles

14- Quels types d'outils de communication préférez-vous dans vos recherches ?

- a- Outils traditionnels
- b- Outils numériques

15- est ce que le choix des outils d'informations (outils traditionnels ou outils numériques) dépend de la nature de recherche ?

- a- Oui
- b- Non

16- Selon vous la qualité d'informations trouvée dans vous recherche est fiable avec ?

- a- La qualité des informations est fiable avec les outils traditionnels
- b- La qualité des informations est fiable avec les outils numériques

17- Avez-vous des difficultés à utiliser outils de communication traditionnels dans vos recherches universitaires ?

- a- Oui
- b- Non

18- avez-vous des difficultés à utiliser les outils de communications numériques dans vos recherches universitaires ?

- a- Oui
- b- Non

19- Lesquels de ces outils de communication traditionnels utilisez-vous pour chercher les informations ?
(Cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

- a- Bibliothèques universitaires
- b- Revue académique
- c- Encyclopédie
- d- Jamais

20- Lesquels de ces outils de communication numériques préférez-vous pour la recherche d'informations ?
(Cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

- a- Moteurs de recherches (bing, Google)
 - b- Bases de données en ligne (cairn, jstore)
 - c- Réseaux sociaux (Instagram, Facebook)
 - d- Jamais
-
-
-

21- Dans quelle mesure utilisez-vous les outils de communications numériques pour partager vos travaux de recherche et vos connaissances avec vos pairs ou vos enseignants ?

- a- Rarement
 - b- Toujours
 - c- Jamais
-
-
-

AXE 3/ Les commodités de choix des étudiants :

22- Selon vous, les outils de communication numériques facilitent-ils l'accès à un nombre important d'information par rapport aux outils de communications traditionnels dans vos recherches ?

- a- Oui
 - b- Non
-
-

23- La rapidité d'accès aux informations vous a poussé de préférer les outils de communication numérique ?

- a- D'accord
 - b- Tout à fait d'accord
 - c- Pas du tout d'accord
-
-

24-Comment évaluez-vous la facilité d'accès aux informations que vous trouvez à l'aide des outils de communications numériques dans votre recherche ?

- a- Facile
 - b- Très facile
 - c- Difficile
-
-
-

25-d'après vous, l'utilisation des outils de communication numériques permettent une économie de temps dans la recherche par rapport aux outils de communication traditionnels ?

- a- Oui
 - b- Non
-
-

26- A quelle mesure l'actualité des sources d'information s'influencent votre choix d'utiliser les outils de communication numériques dans votre travail de recherche ?

- a- Aucune n'influence
 - b- Faible influence
 - c- Forte influence
-
-
-

Annexe 1 : possession d'un ordinateur

| Possède | Effectifs | Pourcentage |
|---------|-----------|-------------|
| Oui | 110 | 91,7 |
| Non | 10 | 8,3 |
| Total | 120 | 100,0 |

Annexe 2 : Possession un Smartphone

| Possède | Effectifs | Pourcentage |
|---------|-----------|-------------|
| Oui | 114 | 95,0 |
| Non | 6 | 5,0 |
| Total | 120 | 100,0 |

Annexe 3 : consultation des bibliothèques

| Consultation | Effectifs | Pourcentage |
|--------------|-----------|-------------|
| Rarement | 59 | 49,2 |
| Souvent | 51 | 42,5 |
| Toujours | 10 | 8,3 |
| Total | 120 | 100,0 |

Annexe 4 : achat des livres

| Achat | Effectifs | Pourcentage |
|-------|-----------|-------------|
| Oui | 77 | 64,2 |
| Non | 43 | 35,8 |
| Total | 120 | 100,0 |

Annexe5 : difficulté d'utilisation des outils traditionnels

| Difficulté | Effectifs | Pourcentage |
|------------|-----------|-------------|
| Oui | 27 | 22,5 |
| Non | 93 | 77,5 |
| Total | 120 | 100,0 |

Annex6 : difficulté d'utilisation des outils numériques

| Difficulté | Effectifs | Pourcentage |
|------------|-----------|-------------|
| Oui | 15 | 12,5 |
| Non | 105 | 87,5 |
| Total | 120 | 100,0 |

Annexe 7 : utilisation des outils numériques pour le partage de connaissances

| Fréquence | Effectifs | Pourcentage |
|-----------|-----------|-------------|
| Rarement | 56 | 46,7 |
| Toujours | 57 | 47,5 |
| Jamais | 7 | 5,8 |
| Total | 120 | 100,0 |

Annexe 8 : outils de communication traditionnels utilisés

| Outil | Effectifs | Pourcentage |
|----------------------------|-----------|-------------|
| Bibliothèque universitaire | 66 | 55,0 |
| Revue académique | 31 | 25,8 |
| Encyclopédie | 20 | 16,7 |
| Jamais | 3 | 2,5 |
| | | |
| Total | 120 | 100,0 |

Table de matières

Introduction

Chapitre I cadre méthodologique de la recherche

| | |
|---|----|
| 1. <i>La problématique</i> | 4 |
| 2. <i>Les hypothèses</i> | 6 |
| 3. <i>Les raisons du choix de thème</i> | 6 |
| 4. <i>Les objectifs de la recherche</i> | 7 |
| 5. <i>Définition des concepts</i> | 7 |
| 6. <i>La méthode et la technique utilisée</i> | 8 |
| 6.1. <i>La méthode utilisée</i> | 9 |
| 6.2. <i>La technique utilisée</i> | 9 |
| 7. <i>La population d'étude</i> | 10 |
| 8. <i>La pré enquête et le déroulement de l'enquête</i> | 11 |
| 8.1. <i>La pré enquête</i> | 11 |
| 8.2. <i>Le déroulement de l'enquête</i> | 12 |
| 9. <i>Les difficultés rencontrées</i> | 12 |

Chapitre II le cadre théorique de la recherche

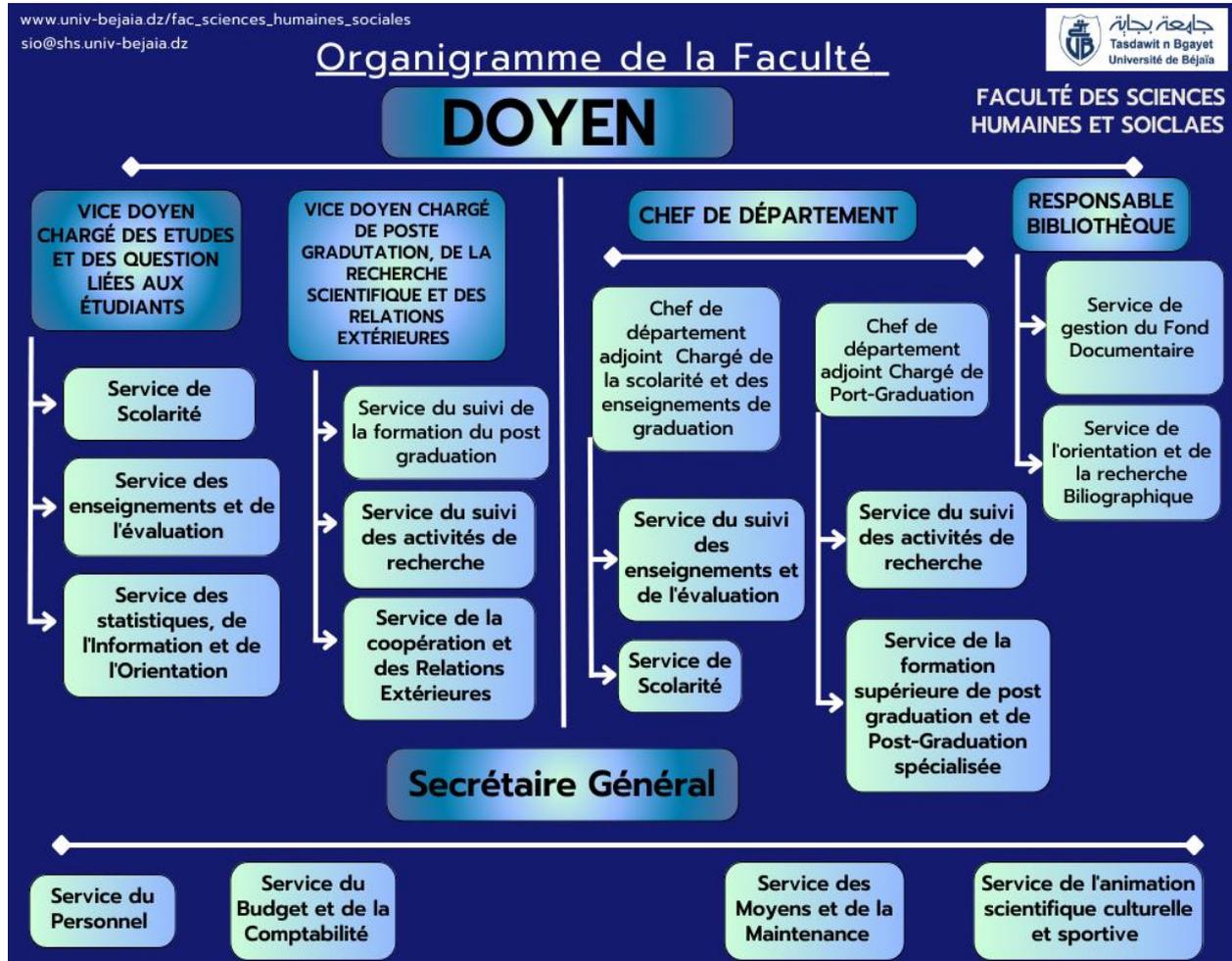
| | |
|---|----|
| <i>Séction 1 : l'évolution des sources d'information</i> | 14 |
| 1. <i>Définition de la communication</i> | 14 |
| 2. <i>Les types de communication</i> | 14 |
| 3. <i>Histoire des médias</i> | 15 |
| 4. <i>Les types des médias</i> | 18 |
| 5. <i>La recherche universitaire à l'ère pré-numérique</i> | 18 |
| 6. <i>L'impact des caractéristiques socio-économiques des étudiants</i> | 19 |
| <i>Section 2 : les outils de communications traditionnels</i> | 21 |
| 1. <i>Les types d'outils traditionnels</i> | 21 |
| 2. <i>La bibliothèque et les étudiants</i> | 22 |

| | |
|--|----|
| 3. <i>La recherche en bibliothèque</i> | 22 |
| <i>Section N°03 : les outils de communication numériques</i> | 25 |
| 1. <i>L'avènement de l'internet</i> | 25 |
| 2. <i>Les réseaux sociaux</i> | 26 |
| 3. <i>Les réseaux sociaux et les pratiques pédagogiques</i> | 28 |
| 4. <i>Définition des TIC</i> | 29 |
| 5. <i>Histoire des TIC</i> | 30 |
| 6. <i>Les caractéristiques des TIC</i> | 31 |
| 7. <i>Les TICE à l'université</i> | 33 |
| 8. <i>Les TIC en pédagogie universitaire</i> | 34 |
| 9. <i>Le e-learning</i> | 35 |
| 10. <i>L'impact des écrans sur l'apprentissage</i> | 36 |

Chapitre III : cadre pratique de la recherche

| | |
|---|----|
| <i>Section 1- Présentation du terrain d'enquête</i> | 39 |
| 1. <i>Présentation de l'université de Bejaia</i> | 39 |
| 2. <i>Organisation et fonctionnement de l'université de Bejaia</i> | 40 |
| 3. <i>Présentation de la faculté de sciences humaines et sociales</i> | 40 |
| <i>Section 2 : lecture, analyse, interprétations des données et vérification des hypothèses</i> | 42 |
| 1. <i>Les caractéristiques de la population d'enquête</i> | 42 |
| 2. <i>Lecture et analyse et interprétations des résultats</i> | 45 |
| 2.1. <i>Analyse et interprétation de la première hypothèse</i> | 45 |
| 2.1.1. <i>La vérification de la 1ère hypothèse</i> | 60 |
| 2.2. <i>Analyse et interprétation de la deuxième hypothèse</i> | 61 |
| 2.2.1. <i>La vérification de la deuxième hypothèse</i> | 69 |
| <i>Conclusion</i> | 71 |

Organigramme de la faculté des sciences humaines et sociales univ Bejaia



Résumé

Notre sujet de recherche intitulé « l'usage des outils de communication traditionnels et les outils numériques par les étudiants dans la recherche » est pour objectifs de connaître les changements dans les pratiques de recherche des informations et le type d'outil de communication préféré chez les étudiants de différents niveaux de département sociologie à l'université de Bejaia, après les différentes questions posées sur notre échantillon on déduit que les outils de communication numériques sont les plus préférés chez les étudiants dans leurs recherches d'informations.

Mots clés : outil de communication, traditionnel, numérique, recherche, information.

Summary

Our research subject entitled "the use of traditional communication tools and digital tools by students in research" aims to know the changes in information research practices and the types of communication tool preferred among students. students from different levels of sociology department at the University of Béjaia, after the different questions asked on our sample we deduce that digital communication tools are the most preferred among students in their search for information.

Keywords: communication tool, traditional, digital, research, information.