

Résumé de l'intervenant

La mobilisation scolaire des étudiants dans les réseaux sociaux : le dilemme de Facebook

Les médias sociaux présentent un formidable potentiel pour mettre en lien au sein de vastes programmes des étudiants qui, autrement, pourraient mener à bien un programme d'études de quatre ans sans apprendre à connaître leurs homologues ayant les mêmes intérêts scolaires qu'eux. Mais pour mobiliser ces étudiants, les établissements d'enseignement font face à une difficulté : doivent-ils opter pour une présence dans les plateformes publiques comme Facebook, là où les étudiants se trouvent déjà, ou construire un site nouveau et distinct axé exclusivement sur les intérêts scolaires? Un nouveau rapport publié par le Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur (COQES) se penche sur un projet pilote du département d'histoire et du département des études religieuses de l'Université de Toronto relativement à un nouveau site conçu précisément pour les étudiants de ces départements; au bout du compte, le site n'a pu atteindre un niveau viable d'activité. D'après les auteurs, pour être une réussite, ce site aurait dû s'inscrire dans une vaste initiative de développement d'un sentiment d'appartenance communautaire, comme un club, une association d'étudiants ou une autre activité à caractère scolaire axée sur les événements sociaux.

Description de projet

Le document *Si vous le construisez, viendront-ils? Une évaluation de Whiteboard, un projet de profils scolaires mis en réseau* traite des leçons apprises relativement au projet Whiteboard, un site de réseautage social qui permettait aux étudiants de constituer une page de profil, de repérer d'autres étudiants ayant les mêmes intérêts, de créer des liens avec les membres du corps professoral, de communiquer le contenu des cours et de faire le suivi de leurs progrès scolaires. On a sondé anonymement des étudiants de première et de deuxième année dans trois cours de premier cycle où les inscriptions étaient nombreuses, après quoi on a constitué des groupes de discussion avant le développement du site pour déterminer le mode d'utilisation des médias sociaux par les étudiants de même que leur attitude envers l'apprentissage collaboratif et les communautés en ligne. L'étude réalisée fait également appel aux données sur l'utilisation du site Web durant trois ans.

Constatations

Bien que les étudiants soient pour la plupart d'avidés utilisateurs de Facebook, ils ne connaissaient ni les riches ressources propres à leur discipline, ni les communautés numériques. Fait surprenant aux yeux des auteurs, un grand nombre d'étudiants ne croyaient pas qu'Internet puisse être un lieu propice à la recherche ou à un engagement profond autour d'idées. Dans les groupes de discussion, les étudiants préféraient consulter des livres à la bibliothèque et avoir des discussions significatives en personne; ils ont également exprimé un profond scepticisme quant à la valeur des communautés en ligne comme Facebook, qu'ils voyaient comme une manière frivole de communiquer avec les amis et de commérer. Les auteurs conjecturent qu'un tel sentiment puisse se rapporter aux programmes à l'étude et que les étudiants des domaines liés aux sciences ou à la technologie auraient pu réagir différemment.

Si certains étudiants utilisaient déjà Facebook pour communiquer avec d'autres étudiants d'un cours et échanger de l'information, d'autres estimaient ne pas se sentir « invités » à prendre part aux groupes d'études indépendants qu'ils jugeaient exclusifs. D'après les concepteurs du site Whiteboard, nombreux sont les étudiants qui peuvent être plus à l'aise d'afficher dans un portail réservé aux étudiants de l'Université de Toronto plutôt que dans un réseau social public. L'avantage des communautés Facebook, c'est que les étudiants ont le réflexe de consulter le site sans se sentir obligés de le faire, ce qui s'est révélé une préoccupation dans la mise en place du site Whiteboard.

Le projet Whiteboard s'est révélé beaucoup plus exigeant que prévu du point de vue technique, et il a fallu prêter beaucoup attention à sa fonctionnalité et à sa conception. Malgré l'investissement accru en temps et en ressources, le projet est demeuré techniquement très inférieur à Facebook et à d'autres plateformes populaires en ce qui touche la conception et la convivialité. Par rapport au niveau de perfectionnement technique des plateformes de médias sociaux, les étudiants ont des attentes très élevées auxquelles le site Whiteboard n'a pu satisfaire. Au total, 237 personnes se sont inscrites au site et, parmi elles, 113 y ont activement affiché des contenus, une large proportion de ces affichages provenant d'étudiants qui intervenaient directement dans le projet. Enfin, les auteurs font remarquer que d'autres réseaux sociaux de type scolaire remportent du succès, mais que la participation à ceux-ci est souvent obligatoire dans les cours en question.

Les auteurs du document *Si vous le construisez, viendront-ils? Une évaluation de Whiteboard, un projet de profils scolaires mis en réseau* sont Stian Håklev, Frances Garrett et Matt Price, de l'Université de Toronto.