



HAL
open science

Pratiques en construction hors de l'école : le cas des usages informationnels des réseaux sociaux numériques (RSN) par les adolescents

Carine Aillerie

► **To cite this version:**

Carine Aillerie. Pratiques en construction hors de l'école : le cas des usages informationnels des réseaux sociaux numériques (RSN) par les adolescents. La numérisation de la vie des jeunes : Regards pluridisciplinaires sur les usages juvéniles des médias sociaux, L'Harmattan, pp.115-130, 2019, 978-2-343-18815-7. halshs-02464145

HAL Id: halshs-02464145

<https://shs.hal.science/halshs-02464145v1>

Submitted on 3 Feb 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

PRATIQUES EN CONSTRUCTION HORS DE L'ÉCOLE : LE CAS DES USAGES INFORMATIONNELS DES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES (RSN) PAR LES ADOLESCENTS

Carine AILLERIE

INTRODUCTION

Soulignant le caractère peu opérationnel de l'expression « médias sociaux », Stenger et Coutant y inscrivent toutefois la spécificité du sous-ensemble réseaux sociaux numériques (RSN), autant de par les usages qu'ils suscitent que par les efforts de définition conceptuelle qu'ils génèrent [Stenger et Coutant, 2011]. La présente contribution s'appuie sur l'une des définitions de ces RSN, initialement formulée en 2007 par Boyd et Ellison, depuis largement reprise dans la littérature du domaine. Au vu des évolutions techniques des plateformes ainsi que des usages qui en sont faits, cette définition a été revue par ses auteurs en 2013 pour aboutir à la description suivante des *Social Networking Sites* (SNS) : des plateformes agrégeant différents services, sur lesquelles il est possible de se créer un profil et d'articuler des contenus générés à la fois par le système et par les utilisateurs eux-mêmes¹.

La réflexion sur les réseaux sociaux, du point de vue de leurs applications numériques actuelles, est à mettre en perspective avec les écrits anténumériques sur le réseau social en tant que structure de base des interactions humaines [Mercklé, 2013]. Les plateformes offrant des services de réseautage numérique se sont multipliées, certaines ayant disparu, d'autres délimitant une cible circonscrite d'utilisateurs. Mais les usages de ces RSN sont, en tant que tels, à envisager au-delà des applications qui les rendent possibles et de la circulation de ces usages d'une plateforme à l'autre. Nous interrogeons ici les pratiques de ces RSN par les jeunes : élèves du secondaire, étudiants et étudiantes de premier cycle universitaire principalement. Notre propos n'est cependant pas de nous centrer sur telle ou telle plateforme plébiscitée par la jeunesse. Notre angle de lecture est bien spécifique, qui isole nommément les usages de ces RSN relatifs à l'information. Les usages informationnels des RSN sont en effet de plus en plus documentés dans la littérature. Nous gardons toutefois à l'esprit qu'ils demeurent à la marge de pratiques de socialisation amplement majoritaires, l'usage informationnel étant ici indissociable des processus de socialisation à l'œuvre. Il nous semble toutefois important de poser la question de la réalité de ces usages informationnels des RSN chez les jeunes, ainsi que de creuser la nature, et de ces usages et des domaines qu'ils concernent. Ainsi pensons-nous crucial, pour la population qui nous occupe, de poser entre autres la question des possibles usages informationnels *académiques* de ces RSN.

Dans le but d'apporter des éléments de réponse à ces questions, nous ne proposons pas de résultats liés à une recherche empirique précise, mais plutôt un tour de la question afin de déceler ce que la recherche nous dit de ces usages informationnels des RSN. Ainsi proposons-

¹ « A social network site is a networked communication platform in which participants 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-provided data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user generated content provided by their connections on the site. It is a networked communication platform in which participants 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user supplied content, content provided by other users, and/or system-level data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site » (Boyd et Ellison, 2013).

nous une revue de littérature, certes non exhaustive, mais centrée sur cette problématique informationnelle spécifique et à l'aune des enjeux éducatifs qu'elle porte.

SOCIABILITES CONNECTEES ET MOTIVATIONS INFORMATIONNELLES

Au centre de l'entreprise définitoire menée par Boyd et Ellison se trouve la mise en relation des internautes entre eux, ce qui fait le propre du réseau social numérique en tant que « *networked communication platform* ». Une grande majorité de la littérature internationale traitant des pratiques des RSN s'intéresse ainsi d'abord aux processus de sociabilité en jeu sur ces plateformes. C'est tout particulièrement le cas pour ce qui regarde les pratiques adolescentes des RSN, dont les fonctionnalités rencontrent des besoins typiquement juvéniles de construction identitaire par la présentation de soi et l'affichage d'appartenances communautaires. Mais, de façon de plus en plus saillante, la littérature internationale fait émerger des éléments relatifs à des usages informationnels des RSN, en particulier dès qu'il s'agit d'emprunter le point de vue d'approches centrées sur les motivations des usagers. C'est l'angle d'approche retenu par les études s'inscrivant dans le cadre théorique des « usages et gratifications » (*uses and gratifications*). Dans le prolongement des réflexions consacrées aux possibles effets des messages médiatiques sur les publics, cette option théorique cherche préférentiellement à identifier les raisons de ce public de recourir à tel ou tel média. Elle affirme que les individus consomment les supports et messages médiatiques qui, avant tout, répondent à leurs besoins et leur donnent satisfaction. Des chercheurs tendent par ailleurs à la faire évoluer, incluant l'idée d'une gratification obtenue mais n'ayant pas été initialement recherchée [Kunczik et Zipfel, 2006 cités par Tanta et al., 2014].

Cette approche s'avère pertinente pour ce qui concerne les usages des RSN en ce qu'elle permet de décrire de façon fine, au-delà des ressorts de la sociabilité connectée et d'imposants chiffres de fréquentation [Gallion, 2010 ; Gan et Wang, 2014], la multiplicité des motivations précisément basées sur cette sociabilité. Par exemple, sur la base de l'analyse d'entretiens qualitatifs auprès de 25 personnes âgées de 18 à 56 ans, Anita Whiting et David Williams inscrivent la recherche d'information au sein de sept motivations possibles à la fréquentation des RSN : « (1) *social interaction*; (2) *information seeking*; (3) *pass time*; (4) *entertainment*; (5) *relaxation*; (6) *communicatory utility*; (7) *convenience utility* » [Whiting et Williams, 2013]. 80 % des personnes interrogées mentionnent effectivement la recherche d'information en réponse à des questions cherchant notamment à mieux connaître les raisons pour lesquelles elles recourent aux RSN et le degré de satisfaction qu'elles estiment retirer de cet usage. Plus précisément, cette activité de recherche d'information s'applique aux produits marchands ou aux événements, mais également à l'auto formation, incluant la consultation de tutoriels, la recherche d'aide scolaire et l'apprentissage de nouvelles choses.

Si les usages informationnels des RSN sont examinés en tant que tels dans la littérature, émerge ces dernières années une problématique de recherche spécifiquement centrée sur les pratiques des jeunes. Les chiffres donnent en effet à voir une fréquentation importante des RSN par cette classe d'âge, qu'il est nécessaire de mieux comprendre. Ces usages renouvellent par ailleurs les questions de formation à l'information, nous y reviendrons. A partir d'une étude incluant 116 étudiants menée en 2008, Bonds-Raacke et Raacke identifient les motivations suivantes pour fréquenter un RSN : « *“to keep in touch with old friends”* (96.0 %), *“to keep in touch with current friends”* (91.1 %), *“to post/look at pictures”* (57.4 %), *“to make new friends”* (56.4 %), and *“to locate old friends”* (54.5 %). *Less commonly reported uses and gratifications included “to learn about events”* (33.7%), *“to post social functions”* (21.8 %), *“to feel connected”* (19.8 %), *“to share information about yourself”* (13.9 %), *“for academic purposes”* (10.9 %), and *“for dating purposes”* (7.9 %) » (Bonds-

Raacke et Raacke, 2008]. Sur la base d'un questionnaire diffusé en ligne auprès d'utilisateurs âgés de 16 à 29 ans (1200 réponses), l'étude menée en Norvège par Petter Bae Brandtzæg et Jan Heim dès 2009 [Brandtzæg et Heim, 2009] met à son tour en lumière la satisfaction de besoins informationnels *via* les RSN liés aux relations amicales, à l'actualité locale, à la mode, à la musique, aux événements culturels, aux loisirs mais également en lien avec le travail scolaire. Ces usages informationnels sont, de plus, à mettre en perspective avec l'information à laquelle les personnes accèdent *via* la télévision et la radio : l'information acquise *via* les RSN étant par eux décrite comme plus personnalisée.

Des usages informationnels des RSN en prise avec le quotidien

Un RSN peut être sollicité pour répondre à une grande variété de sujets d'information, le plus souvent liés de très près à la vie quotidienne [« *daily uncertainties* » chez Lampé *et al.*, 2012]. Certains auteurs orientent leurs recherches vers des motivations d'ordre informationnel thématiques ou concernant des domaines précis de cette vie quotidienne. Il s'agit principalement de l'information au service de l'engagement social et politique, de la santé, du tourisme ou des intentions d'achat en général, ainsi que de la recherche d'emploi. Ces domaines recoupent d'ailleurs en grande partie les centres d'intérêts susceptibles de provoquer l'activité informationnelle tels que les identifient les recherches modélisant les comportements informationnels ordinaires (*human information behavior*). Ainsi la dernière monographie coordonnée par Donald O. Case et Lisa M. Given discrimine-t-elle les cinq scénarios de recherche d'information suivants : « *Buying Products* », « *Finding Information in a Library* », « *Voting on a Political Issue* », « *Healing a Patient* », « *Curiosity: I want to Know More about Cancer* » [Case et Griven, 2016].

Du point de vue de l'information de presse et d'actualité, les acteurs économiques détenteurs des plateformes de RSN tendent stratégiquement à se positionner comme un rouage incontournable des modalités d'accès et de circulation de ce type d'information. Ils occupent, entre autres à ce titre, une place significative dans les pratiques journalières du public comme le montrent certaines enquêtes à grande échelle (Newman *et al.*, 2016, 2018 ; Shearer et Gottfried, 2017 ; Shearer et Masta, 2018]. C'est aussi l'objet d'une enquête récente menée par des chercheurs de l'observatoire du Web journalisme de l'université de Lorraine auprès d'une population de 18/24 ans [Mercier, Pignard-Cheynel, 2018]. Cette recherche s'appuie sur un corpus de tweets ainsi que sur des entretiens semi-directifs auprès d'utilisateurs de Facebook. Les résultats donnent à voir une activité de recherche d'informations d'actualité quotidienne voire pluriquotidienne chez les personnes interrogées. Cette activité s'exerce majoritairement sur les supports numériques, *via* le téléphone portable. Elle s'inscrit cependant dans des pratiques informationnelles plus globales qu'elles contribuent à redessiner, intégrant, même si dans une moindre mesure, la presse écrite, la radio et la télévision.

Ainsi perçoit-on l'omniprésence des RSN dans le paysage informationnel, du fait même de leur imbrication avec les préoccupations du quotidien, de leur capacité à satisfaire des besoins multiples et entremêlés, de leur parfaite adéquation avec des usages mobiles et instantanés. Dans cette perspective et depuis 2014, l'enquête Suisse JAMES considère les RSN et sites Web de partage de vidéos tels que YouTube en tant que canaux d'information. Cette enquête examine tous les deux ans et depuis 2010, les usages médiatiques d'un millier de jeunes (âgés de 12 à 19 ans) [Willemse *et al.*, 2014]. Les participants ont déclaré que ce type de sites Web n'était pas uniquement utile pour les loisirs, mais également pour la recherche d'informations. Les moteurs de recherche figurant toujours en tête des modes d'information en ligne les plus utilisés, y apparaissent comme devant partager les premières places avec les RSN. Tous âges confondus, les portails vidéo étaient alors utilisés à 83 % comme sources d'information sur le

Web, les moteurs de recherche à 78 %, de même que les RSN. Les RSN étaient utilisés à des fins d'information par 73% des 16-17 ans (vs 83 % pour les moteurs de recherche) et par 86 % des 18-19 ans (vs 89 % pour les moteurs de recherche). La dernière mouture de cette enquête confirme une stabilisation de ces usages informationnels en faveur des RSN : 83 % (à égalité avec les moteurs de recherche), des portails vidéo (78 %) et des tutoriels qu'ils proposent [Waller et al., 2016].

Pour ce qui concerne les jeunes d'âge scolaire, lycéens et étudiants, les travaux mettent en lumière la spécificité de leurs contraintes quotidiennes et de leurs besoins d'information [Livingstone et Helper, 2007]. Cet aspect de la question est directement en lien avec l'expérience de la scolarisation qui leur est commune, qui occupe une grande partie de leur temps, qui constitue un élément central des processus de socialisation et d'affiliation. Ce vécu scolaire ou universitaire est à prendre en compte dans la compréhension de leurs usages informationnels des RSN. Une enquête en ligne réalisée en 2015 par Aillerie et McNicol auprès de lycéens et lycéennes (15 à 18 ans) les interrogent précisément sur leur utilisation des RSN à des fins d'information (n=473) [Aillerie et McNicol, 2016]. Les résultats ont montré que plus de la moitié des répondants utilisaient régulièrement les RSN pour rechercher des informations, notamment sur Facebook, YouTube et Twitter. En ce qui concerne les thématiques, 13 catégories prédéfinies issues d'une revue de littérature et de deux entretiens collectifs de prétest ont été soumises au choix des répondants. Sans surprise, les informations relatives aux amis arrivent en tête (69,8 %). Viennent ensuite les informations relatives aux événements culturels, à l'actualité, les informations relatives à la beauté et à la mode. Les répondants ont ensuite coché l'option relative à la recherche d'informations à des fins scolaires : 27,7 % ayant déclaré avoir utilisé un ou des RSN pour rechercher des informations sur prescription d'un enseignant, 22,4 % des informations relatives à l'orientation scolaire et professionnelle, 20,3 % des informations scolaires hors prescription enseignante et 20,1 % en prolongement d'un cours.

Les travaux de Kim et collègues font apparaître des résultats de recherche allant dans ce sens chez les étudiants et étudiantes de l'enseignement supérieur [Kim et al., 2011, 2013, 2014]. Ces chercheurs ont mené plusieurs études afin de déterminer les usages informationnels des étudiants avec des RSN ou plateformes collaboratives telles que Youtube ou Wikipédia, ainsi que les modalités d'évaluation de l'information collectée sur ces sites. Leurs conclusions révèlent que si Wikipedia est la source la plus utilisée au quotidien, des RSN tels que Facebook, MySpace et LinkedIn sont également utilisés au titre de sources d'information. C'est également le cas des avis d'utilisateurs en ligne, de YouTube et des sites de questions-réponses (par exemple, Yahoo! Answers), des blogs et des microblogs tels que Twitter. Les chercheurs précisent que si certains de ces sites ne sont utilisés que dans le cadre de la vie quotidienne, certains autres sont mobilisés à la fois pour les informations de la vie quotidienne et pour les études (c'est notamment le cas de Wikipedia, de YouTube et des sites de questions-réponses).

Les interactions sociales au principe de la pratique informationnelle

Si l'usage informationnel des RSN est à replacer dans le contexte d'une pratique informationnelle quotidienne intégrant différents supports médiatiques et diverses sources, il faut noter la place réaccordée à l'information provenant d'autrui dans cette pratique. En effet, si le cadre théorique de référence ELIS [« *Everyday life information seeking* » chez Savolainen, 1995] a déjà mis en exergue l'importance de l'information dans la vie ordinaire des gens, des auteurs ont insisté sur le rôle d'autrui dans ces fonctionnements informationnels. La question informationnelle appliquée aux RSN permet de mettre en lumière cette place des autres et des interactions sociales dans les usages, notamment des plus jeunes [Counts et

Fischer, 2010]. Cela a été démontré par des chercheurs tels que Denise Agosto, ayant mené une étude qualitative à propos des sources d'information quotidiennement consultées par de jeunes urbains (27 jeunes de 14 à 17 ans) [Agosto et Hughes-Hassell, 2006]. L'enquête, d'approche ethnographique, permet de conclure que les participants recourent très fréquemment aux amis et à la famille lorsqu'ils sont en recherche d'informations. Nous pouvons retrouver cette place importante de la relation directe dans les processus informationnels dans des études plus récentes telles que l'enquête sur les stratégies d'information des jeunes bretons réalisée par le Réseau Information Jeunesse Bretagne en 2013. Les auteurs de l'enquête qualifient ce résultat de tendance forte au regard des conclusions des précédentes éditions (2007 et 2010). Ils expliquent ce recours de plus en plus important à la relation sociale directe par le besoin de fiabilité et d'échanges de ces jeunes, l'interrogation d'un proche étant gage de confiance en la personne plus que de fiabilité de l'information récupérée.

A partir d'entretiens individuels et collectifs (80 participants), Andrea Forte et ses collègues analysent l'usage des RSN par les lycéens relativement au fait de poser des questions et d'y répondre [Forte et *al.*, 2014]. Ce sont surtout Facebook, Twitter, MySpace, mais également Instagram, qui font l'objet de telles démarches informationnelles. Les questions posées sur les réseaux sont relatives à la vie quotidienne de ces adolescents, informations factuelles, notamment en lien avec la vie ou le travail scolaires. Les auteurs pointent en outre le fait que ces jeunes s'adressent surtout à leurs pairs avec lesquels ils partagent cette expérience quotidienne qui structure leurs besoins d'information. Ces jeux de questions réponses sont en outre décrits comme très ordinaires et de peu d'intérêt par les jeunes participants. Les conclusions de l'étude de Forte et collègues suggèrent que le fait de poser des questions *via* tel ou tel RSN l'instaure en tant que source d'information. En outre, si ces auteurs n'établissent pas de corrélation significative entre le fait de s'adresser au réseau social pour satisfaire un besoin d'information et le profil sociodémographique du participant ou son degré de maîtrise numérique, le fait de répondre à des questions s'avère directement corrélé avec le profil sociologique (et dans une très moindre mesure avec le niveau de compétence).

USAGES SCOLAIRES SPONTANES DES RSN

Deux éléments émergent, au principe des usages informationnels des RSN : la dimension sociale de ces dispositifs ainsi que leur ancrage quotidien. Concernant les plus jeunes, ces usages sont en lien direct avec leur vécu scolaire ou universitaire, y compris académique. Les travaux qui s'attachent à décrypter les usages informationnels des RSN par ces jeunes sont ainsi à mettre en perspective avec ceux, en sciences de l'éducation notamment, qui observent l'intégration scolaire de ces usages sociaux. Il est bien ici question des usages spontanés, par les jeunes eux-mêmes, des RSN à des fins directement ou indirectement formelles.

Citons entre autres les travaux de Selwyn, de Lampe et collègues ou de Roland pour ce qui regarde les étudiants et étudiantes du supérieur [Selwyn, 2009 ; Lampe et *al.*, 2011 ; Roland, 2013]. Ce sont des pratiques d'échanges d'informations et de coopération/collaboration académiques, d'expression de l'expérience étudiante sur les RSN, qui sont ici décrites. Les RSN sont sollicités car bien connus et quotidiennement utilisés (messagerie, constitution de groupes de classe ou de projets par exemple). Ces usages se construisent en parallèle des portails mis à disposition par les institutions universitaires. Ils interpellent très directement les conditions de réussite universitaire, entre autres par la maîtrise des codes du « métier d'étudiant » [Liu et *al.*, 2017].

Ces mêmes résultats, et les questionnements pédagogiques qu'ils impliquent, se retrouvent dans les travaux consacrés au travail scolaire des lycéens, qui mettent en lumière des usages tout à fait similaires venant confirmer le prolongement d'habitudes scolaires dans

l'organisation du travail étudiant [Cottier et Burban, 2016 ; Aillerie, 2017]. Ces usages académiques des RSN, à forte coloration informationnelle, se manifestent au cœur de ces « espaces intermédiaires » tels que les désignent Cottier et Burban, souvent hors du périmètre de prise en charge pédagogique. Or, ce sont de profondes inégalités entre élèves qui se jouent face à ce partage de savoirs en ligne (*Online sharing knowledge* ; Asterhan et Bouton, 2017].

Hétérogénéité des usages des RSN : capital social et motivations informationnelles

C'est la connaissance préalable, ou tout au moins l'identification possible des personnes connectées *via* l'application de réseautage, qui pousse les usagers à interroger directement leur réseau [Lampe *et al.*, 2006]. C'est très clairement le cas chez les usagers les plus jeunes [Forte *et al.*, 2014]. La recherche a déjà largement creusé la question des fractures numériques comme étant d'abord le reflet d'inégalités socio-économiques plus larges. S'agissant des usages des RSN de manière générale, les auteurs insistent ainsi sur la dimension de « capital social » de ces usages [Hargittai, 2007 ; Ellison *et al.*, 2011 ; Boyd, 2014]. Il est ici fait référence aux ressources matérielles et symboliques identifiées par la sociologie bourdieusienne, dont disposent individus et groupes sociaux pour maintenir ou amplifier leur position sociale. À côté du capital économique et du capital culturel, le capital social désigne les contacts et connaissances susceptibles d'être mobilisés à des fins socialement rentables.

D'une part, le capital social d'un individu, à savoir sa position dans l'échelle sociale ainsi que les relations qu'il entretient avec des personnes à l'intérieur et à l'extérieur de son milieu, s'exporte en tant que tel sur les RSN. D'autre part, l'association entre usage informationnel et capital social semble se jouer du point de vue des pratiques de participation et de recherche active de contenus [Burke *et al.*, 2010]. Sur la base d'une étude portant sur les usages de Facebook par des étudiants (n=450), les conclusions de Ellison et collègues précisent la spécificité de cette recherche sociale d'information (*social information-seeking*) essentiellement basée sur des stratégies de connexion [Ellison *et al.*, 2011]. Ces travaux documentent les comportements individuels visant à élargir un cercle social à la fois en ligne et hors ligne, par la connexion électronique avec des personnes déjà croisées et par la rencontre physique avec des personnes sollicitées sur le réseau. Ce type d'usagers utilise clairement le RSN pour rencontrer de nouvelles personnes et mieux connaître celles déjà fréquentées. Ce sont les mêmes qui témoignent de comportements informationnels avec le RSN. De telles conclusions se retrouvent dans les travaux orientés marketing de Constantinides et collègues, proposant une catégorisation des usagers de RSN comme : « *beginners* », « *habitual users* », « *outstanding users* », « *expert users* » [Constantinides *et al.*, 2010]. Ces mêmes auteurs, appliquant cette typologie à une population d'élèves de lycée (n=403), retiennent trois profils : « *beginners* », « *social users* », « *informational users* » [Constantinides et Zinck Stagno, 2011]. Le premier groupe (« *beginners* ») est constitué d'usagers occasionnels des RSN, les « *social users* » utilisent les RSN pour le loisir et la socialisation passive essentiellement. Le groupe des « *informational users* » se caractérise par des usages informationnels des RSN en même temps que par une large gamme d'usages de loisirs et d'interactions sociales.

L'enquête de Aillerie et McNicol mettait en lumière une différence notable de perception du RSN comme source d'information potentielle. L'hétérogénéité des usages s'énonce également en termes de consommation de l'information. La dernière édition de l'enquête internationale Reuters Institute Digital News Report mesure le niveau de littératie médiatique des usagers [« *news literacy* » chez Newman *et al.*, 2018]. Les plus compétents en la matière ont tendance à préférer les journaux à la télévision et à utiliser les RSN de manière spécifique pour ce qui

de l'information de presse. Ils se déclarent plus prudents vis-à-vis des informations émises et consultent un plus grand nombre de sources, y compris en ligne. Concernant leurs usages des RSN, ces usagers les consultent pour se tenir au courant de l'actualité mais semblent plus enclins à vérifier certains indices de crédibilité (source et auteur). Ils commentent et partagent eux-mêmes moins fréquemment des contenus. Les usagers représentatifs des groupes moins compétents sont pour leur part principalement sensibles au nombre de commentaires ou de partages de l'information.

Des enjeux éducatifs renouvelés

En guise de conclusion, insistons sur le fait que les résultats ci avant exposés révèlent un objet de recherche en émergence, impliquant des protocoles méthodologiques adéquats pour les chercheurs et des pistes de formation renouvelées pour les praticiens. Il y va du nivellement des inégalités entre les jeunes usagers. En premier lieu, l'angle informationnel ici choisi sur les usages des RSN, rejoint des réflexions anténumériques sur la place d'autrui dans les processus de réception, mais surtout, dans les processus de production et de circulation de l'information. Cette dimension sociale et collective de la pratique informationnelle est encore peu connue par la recherche. Elle rompt avec la représentation d'une interaction duale entre un usager et un dispositif d'information qui prévaut encore beaucoup dans les référentiels de formation. Du fait même de ces interrelations directes entre les usagers, mais également de par l'inscription dans ces relations de tiers n'étant pas des particuliers, elle interpelle très directement les stratégies d'évaluation de l'information, basées sur l'identification de la source et sur la notion d'auteur.

La recherche d'information avec les RSN passe, de façon active, par le biais des systèmes de messagerie par exemple. L'obtention d'informations peut également être atteinte de manière plus passive, en réception des contenus postés par « les autres ». Est à apprécier ici la place du « hasard » ou de l'« accidentel » dans ces processus. L'activité informationnelle est en effet classiquement envisagée comme la réponse activement recherchée à un besoin d'information par un usager qui sollicite à cette fin un outil ou une source d'information. Dans le cas des RSN, on voit (re)surgir les coïncidences de la conversation qui sont aussi les opportunités des algorithmes marchands. C'est là tout un pan de la formation de l'usager aux RSN comme objet d'apprentissage qui s'impose, quant aux fonctionnements de ces algorithmes, quant à l'évaluation de ces informations trouvées « par hasard » et, là encore, quant à la pertinence d'un partage.

Les RSN offrent en propre à tout un chacun la possibilité de produire et/ou diffuser des contenus. La dimension de production de l'information et de participation par les jeunes usagers des RSN doit être prise en compte en tant que telle, qui constitue un marqueur premier de l'hétérogénéité des usages. On le voit, les enjeux éducatifs, qui sont aussi pédagogiques, posés par les usages informationnels des RSN sont très directement en lien avec la spécificité profondément sociale de ces dispositifs. Cette même spécificité contribue à reléguer aux portes des institutions de formation les usages quotidiens des RSN. Des usages académiques spontanés des RSN par les élèves existent cependant, en marge des initiatives d'intégration pédagogique des RSN par certains enseignants. Ces usages spontanés s'hybrident avec d'autres usages relevant en propre de la socialisation juvénile ou du divertissement. En tant que tels, ils relèvent principalement du banal et de l'implicite. Ils peuvent cependant être très directement en prise avec l'expérience scolaire ou universitaire et contribuer à l'issue d'un parcours individuel. En tant que tels, ils s'inscrivent dans le métier d'élève ou d'étudiant d'aujourd'hui et participent de la « maîtrise de l'information » nécessaire au plein exercice de ce métier.

Nous proposons un tour d'horizon des usages informationnels des RSN et des questionnements qu'ils soulèvent, en particulier pour ce qui concerne les jeunes. Ces pratiques en construction viennent nourrir notre compréhension de la pratique informationnelle contemporaine et, plus largement, de ce qu'il est possible d'entendre par « culture informationnelle » à l'aune de ces écosystèmes éminemment sociaux. Elles portent en elles des questionnements de formation à des processus sociaux de partage et de construction de l'information, processus que la recherche s'attache encore à décrire. Elles sont en outre à replacer dans la multiplicité des contextes, des outils et des contenus qui ensemble contribuent à dessiner la pratique d'information.

BIBLIOGRAPHIE

- Agosto D. et Hughes-Hassell S., « Toward a model of the everyday life information needs of urban teenagers, Part 2: Empirical model », *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2006, vol.57, n°11, p.1418-1426.
- Aillerie Karine, « Le « numérique éducatif » à l'épreuve des pratiques scolaires : petits arrangements avec le marché », *Hermès*, 2017, n°78, p.23-30.
- Aillerie Karine et MC Nicol Sarah., « Are Social Networking Sites information sources: Informational purposes of high-school students in using SNS ? », *Journal of Librarianship & Information Science*, 2016, vol.1, n°12, p.2-12.
- Brandtzæg P.B. et Heim J., « Why People Use Social Networking Sites », in Ozok A.A. et Zaphiris, P. (dir.), *Online Communities and Social Computing*, OCSC, Berlin, Heidelberg : Springer, 2009
- Raacke J. et Bonds-Raack J., « MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites », *CyberPsychology & Behavior*, 2008, vol.11, n°2, p.169-74.
- Boyd D. et Ellison B N., « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol.13, n°1, p.210-230.
- Boyd D., *It's complicated: the social lives of networked teenagers*, New Haven, Yale University Press, 2004
- Burke M., Marlow C. et Lento T., « Social network activity and social well-being », in E. Mynatt (dir.), *Proceedings of the 2010 ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2010, New York : ACM.
- Case D. O. et Given M. L., *Looking for Information: A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior* (4ème édition). Bingley, UK, Emerald Group Publishing, 2016
- Constantinides E., Lorenzo-Romero C., Alarcon Del Amo M. C. et Gomez-Borja M. A., *Adoption of Social Networking sites by Dutch users*, Paper presented at 39th EMAC Annual Conference 2009, 2010, Copenhagen, Denmark.
- Constantinides E. et Zinck Stagno M. C., « Potential of the social media as instruments of higher education marketing: a segmentation study », *Journal of Marketing for Higher Education*, 2011, vol.21, n°1, p.7-24.
- Ellison N. B., Steinfield C., et Lampe C., « Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices », *New Media & Society*, 2011, vol.13, n°6, p.873-892.
- Ellison NB. et Boyd D., « Sociality through social network sites », in Dutton H. (dir.), *The Oxford handbook of internet studies*, Oxford, University Press, 2013
- Forte A., Dickard D., Magee R. M. et Agosto D. E., *What do teens ask their online social networks? social search practices among high school students*, CSCW, 2014.

Gallion A., « *Applying the uses and gratifications theory to social networking sites: A review of related literature* », Indiana University, Purdue University Fort Wayne, 2010. [En ligne] <https://www.academia.edu/1077670>

Gan C. et Wang W., « *Weibo or Weixin? Gratifications for Using Different Social Media* », Communication au 13th Conference on e-Business, e-Services and e-Society (I3E), Sanya, China. Springer, IFIP Advances in Information and Communication Technology, AICT-445, 2014

Granjon M., Lelong B. et Metzger J-L., *Inégalités numériques. Clivages sociaux et modes d'appropriation des TIC*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2008

Hargittai E., « Whose space ? Differences among users and non-users of social network sites », *Journal of Computer-mediated Communication*, 2007, vol.13, p.276-297.

Kim K., Yoo-Lee E. et Sein S., « *Social Media as Information Source: Undergraduates' Use and Evaluation Behavior* », Proceedings of ASIST, October 9-13, 2011

Kim K., Sein S., Kim K., et He Y., « Information Seeking through Social Media: Impact of User Characteristics on Social Media Use », *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology ASIST*, 2013, vol.50, n°1, p. 1-4.

Kim K., Yoo-Lee E. et Sein S. (2014). *Social Media as Information Sources: Use and Evaluation of Information from Social Media*. OCLC/ALISE research grant report 2013. Récupéré de <http://www.oclc.org/research/grants/reports/2013/kim2013.pdf>

Tanta I., Mihovilovic M. et Sablic Z., Uses and Gratification Theory: Why Adolescents Use Facebook ?, 2014 [En ligne] <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Effect-of-Content-and-Model-Type-in-Sidebar-on/b7559db73a59cf38264636abb6f6fe7f6b6263bf>

Lampe C., Ellison N. et Steinfield C., « A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing ». *ACM Special Interest Group on Computer-Supported Cooperative Work*, Banff, Canada, ACM Press, 2006

Lampe C., Wohn D. Y., Vitak J., Ellison N. et Wash R. « Student use of Facebook for organizing collaborative classroom activities », *International Journal of Computer supported Collaborative Learning*, 2011, vol.6, n°3, p.329-347.

Lampe C., Vitak J, Gray R. et Ellison N., *Perceptions of Facebook's Value as an Information Source*. Proceedings of the 2012 ACM Annual Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '12.

Livingstone S. et Helsper E., « Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide », *New Media Society*, 2007, vol.9, n°4, p.691-696.

Mercier A. et Pignard-Cheynel N., *#info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme, 2007, (coll. « Le (bien) commun).

Merckle P., « La « découverte » des réseaux sociaux: À propos de John A. Barnes et d'une expérience de traduction collaborative ouverte en sciences sociales, *Réseaux*, 2013, vol.182, n°6, p.187-208.

Newman N., Fletcher R., Levy D. et Nielsen RK., *Reuters institute digital news report*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016 [En ligne] <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2016>

Newman N., Fletcher R., Kalogeropoulos A., Levy David A. L. et Kleis R., *Nielsen Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018 [En ligne] <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>

Réseau Information Jeunesse Bretagne, *Les jeunes bretons et leurs stratégies d'information*. Récupéré du site *Information jeunesse bretagne*, 2013 [En ligne] http://www.ij-bretagne.com/img_bzh/enquete2013.pdf

- Roland N., « Facebook au service de l'apprentissage: Regards sur quelques pratiques d'étudiants universitaires », *Eduquer*, 2013, vol.102, p.17-19.
- Savolainen R., « Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of "way of life" », *Library and Information Science Research*, vol.17, n°3, 2005, p.259-294.
- Selwyn N., « Faceworking: Exploring students' education-related use of Facebook », *Learning, Media and Technology*, n°34, 2009, p.157-174.
- Shearer E. et Gottfried J., *News Use Across Social Media Platforms 2017*, Pew Research Center, September 2017, [En ligne] http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/09/13163032/PJ_17.08.23_socialMediaUpdate_FINAL.pdf
- Shearer E. et Mutsaers K. E., *News Use Across Social Media Platforms 2018*, Pew Research Center, September 2018. [En ligne] <http://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>
- Stenger T. et Coutant A., « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès*, 2011, n°59.
- Tabary-Bolka L., « Culture adolescente vs culture informationnelle : L'adolescent acteur de la circulation de l'information sur internet », *Les Cahiers du numérique*, vol.5, n°3, 2009, p.85-97.
- Waller G., Willemsse I., Genner S., Suter L. et Süss D. J., *Jeunes, activités, médias - enquête Suisse*, Zurich, Haute école des sciences appliquées de Zurich, 2016, [En ligne] https://www.swisscom.ch/content/dam/swisscom/de/ghq/verantwortung/documents/james2016/rapport_james_2016.pdf
- Willemsse I., Waller G., Genner S., Suter L., Oppliger S., Huber A. et Süss D. J., *Jeunes, activités, médias: enquête Suisse*. Zurich : Haute école des sciences appliquées de Zurich (ZHAW), 2014 [En ligne] http://www.zhaw.ch/fileadmin/user_upload/psychologie/Downloads/Forschung/JAMES/JAMES_2015/Rapport_JAMES_2014.pdf
- Whiting A. et Williams D., « Why people use social media: a uses and gratifications approach », *Qualitative Market Research: An International Journal*, vol.16, n°4, 2013, p.362-369.