

LES ÉTUDIANTS INTERNAUTES

L'intégration d'internet dans la vie quotidienne soulève des interrogations quant à l'accessibilité des ressources, aux modes d'interaction sociale et à la vie collective. Sachant que le taux de fréquentation d'Internet est inversement proportionnel à l'âge et directement proportionnel au niveau de scolarité, les étudiants sont les plus susceptibles d'être touchés par cette intégration. L'objectif de deux enquêtes³ internationales successives est de comprendre comment les étudiants s'approprient Internet et quels sens ils donnent eux-mêmes, à leurs pratiques de ce média. Cette communication a pour but de présenter les résultats de la première enquête réalisée au Canada et en Suède en 2002 (Frenette, 2004 ; 2005), car c'est à partir de cette expérience que s'organise l'enquête aujourd'hui en cours, dans quatre pays : Canada, France, Mexique, Suède. Elle sert de base à l'actuelle définition d'outils communs de recueil de données internationales et à la co-création d'un cadre conceptuel visant une meilleure compréhension de l'appropriation⁴ d'Internet par les étudiants.

Des étudiants jeunes et dépendants, dont une majorité de femmes inscrites en sciences sociales

Les répondants à cette première enquête constituent un corpus de 785 étudiants dont 63 % de femmes et 37 % d'hommes. Ils sont très jeunes, puisque 81 % d'entre eux ont entre 18 et 24 ans. Ils sont inscrits dans trois domaines d'étude : 40 % en Sciences sociales (sociologie, psychologie), 31 % en Sciences (physique, mathématiques, informatique), 28 % en Arts et humanités (histoire, linguistique, littérature). Ils ne sont pas encore complètement indépendants du point de vue du logement (42 % des étudiants vivent avec leurs parents et 17 % avec leur conjoint, 25 % partagent leur appartement avec des amis), même si 55 % d'entre eux occupent un emploi à temps partiel.

Des usagers assidus d'internet

Parmi les répondants, 80 % utilisent internet depuis plusieurs années⁵, une heure ou plus par jour. Durant l'été, l'utilisation est légèrement en baisse, sauf pour les 11 % qui y consacrent plus de 3 heures par jour. Les lieux de consultation se répartissent principalement⁶ entre le domicile (87 %) et l'université (70 %).

Un plus grand intérêt pour les médias que pour les sites *web* de ces mêmes médias

Parmi les répondants, 66 % regardent quotidiennement la télévision, 54 % écoutent la radio, 43 % consultent les journaux locaux et nationaux de façon hebdomadaire et 31 % quotidiennement, 20 % lisent de façon hebdomadaire ou quotidienne les journaux internationaux et, à peine un peu plus, les

¹ Centre de Recherche sur l'Éducation, les Apprentissages et la Didactique (EA 3875).

² <http://www.e-pathie.org>

³ Deux phases organisent le recueil de données des chacune de ces enquêtes : un questionnaire recueille des données contextuelles concernant la vie des étudiants, leurs usages d'Internet ainsi que leurs représentations de ce média ; une série d'entretien vise à obtenir des précisions individualisées.

⁴ L'appropriation d'une technologie peut-être définie comme "la maîtrise cognitive et technique d'un minimum de savoirs et de savoir-faire permettant éventuellement une intégration significative et créatrice de cette technologie dans la vie quotidienne de l'individu ou de la collectivité" (Proulx, 2001).

⁵ 39% depuis 3 à 4 ans, 41% depuis plus de 4 ans.

⁶ Les étudiants sont très rarement limités à un endroit et l'incertitude demeure quand aux nombres de sites exacts exploités par personne.

magazines internationaux chaque mois. Pour ce qui est des sites *web* de ces médias, il est intéressant de constater que 47 % des étudiants n'ont jamais visité les sites *web* de télévisions locales/nationales et plus de 60 % des étudiants n'ont jamais visité les sites *web* d'une radio locale/nationale ou internationale. Si les sites *web* des télévisions internationales sont visités plus souvent que les sites *web* des radio internationales, 12 % des étudiants n'ont jamais consulté aucun site *web* d'aucun média, quel qu'il soit.

Cette enquête conduit donc à penser que la disponibilité des sites *web* ne fait pas concurrence au format imprimé des journaux locaux/nationaux, mais qu'elle n'augmente pas non plus la lecture des journaux internationaux : 68 % et plus des répondants n'ont pas changé leurs usages vis à vis des médias (presse écrite, radio et télévision).

Lorsque ces sites sont visités, ils le sont en premier lieu dans un but d'information (30 % chaque semaine, 22 % chaque mois, 20 % chaque jour), en second lieu pour consulter des archives (36 % chaque mois et 20 % chaque semaine). Dans les deux cas, 14 % des répondants déclarent ne jamais utiliser les sites *web* à ces fins. Les sites *web* des médias sont très peu utilisés par les étudiants pour effectuer des requêtes spéciales (76 % n'utilisent jamais le *web* dans ce sens) ou pour exprimer une opinion (72 % des étudiants n'ont jamais utilisé un site *web* de média pour s'exprimer).

Il apparaît intéressant de chercher à comprendre quels sont les usages spécifiques des sites *web* et dans quelle mesure ces usages sont complémentaires des médias dont ils rendent compte. Il semble que loin de remplacer les médias, ils soient utilisés en complément, comme une nouvelle source d'informations, avec l'avantage de donner la possibilité d'accéder aux publications prioritaires.

Un usage établi dans les sphères estudiantine et privée : rechercher de l'information et communiquer

Internet⁷ est très régulièrement utilisé pour des tâches académiques et pour la recherche d'informations relatives par exemple aux inscriptions académiques (programmes d'études, aides financières), hebdomadairement⁸ pour 45 % des répondants, mensuellement pour 28 % d'entre eux et quotidiennement pour 16 %. Parmi les étudiants interrogés, 10 % n'ont jamais utilisé Internet dans ce but.

Le loisir est la deuxième motivation d'utilisation d'internet, mensuellement pour 33 % et hebdomadairement pour 30 %, quotidiennement pour 12 %. Seulement 17 % des étudiants n'ont jamais utilisé Internet dans ce but.

Dans ce cadre d'activité, le "surf libre" est une pratique déclarée, hebdomadaire pour 28 %, mensuelle pour 23 %, quotidienne pour 15 %. Seulement 15 % n'ont jamais "surfé" sur Internet.

En ce qui concerne la communication, les amis sont les premiers destinataires des *e-mails* (43 % chaque semaine, 26 % chaque jour, 16 % chaque mois), puis la famille (33 % chaque semaine, 22 % chaque mois, 16 % chaque jour), et enfin les personnes en relation avec les études (enseignants, tuteurs, pairs) (42 % chaque mois, 23 % plusieurs fois dans l'année, 19 % chaque semaine). Seuls 13 % des étudiants interrogés n'utilisent jamais le courrier électronique à cette fin.

Cette communication peut avoir le loisir pour motif : plusieurs fois par an pour 24 %, par mois pour 21 %, ou par semaine pour 13 %. Parmi les répondants, 39 % déclarent ne jamais utiliser Internet à cette fin.

⁷ Internet est compris dans un sens large incluant les outils de communication, à domicile comme à l'université. Or, les étudiants obtiennent des notes et des documentations de l'université par Internet, il n'est donc pas possible de quantifier la proportion des étudiants qui utilise Internet dans l'institution universitaire et en dehors.

⁸ La fréquence d'utilisation d'Internet à différentes fins nécessite d'être contextualisée. S'il est normal pour un étudiant de travailler sur des devoirs académiques chaque jour, effectuer une transaction financière est en revanche une activité plus occasionnelle, quelque soit le moyen utilisé.

Lien social et expérimentation du "virtuel"

Malgré ce dernier résultat, 26 % des étudiants déclarent avoir développé des relations "virtuelles" sur Internet. 54 % ont établi une ou deux relations de ce type, tandis que 41 % déclarent avoir expérimenté entre trois et dix relations qui restent virtuelles à cause de la distance géographique.

20% des étudiants ont rencontré une personne qu'ils ont connue grâce à Internet. Ceci est arrivé une seule fois pour 42 % d'entre eux, deux fois pour 19 %, entre trois et six fois pour 21 % et entre dix et quinze fois pour 14 %.

Pour 59 % des répondants, la curiosité a été la motivation première, suivi par l'envie de consolider cette relation (40 %), voire de développer une relation amoureuse (38 %).

Le devenir de ce type de relation est aussi divers que dans le monde analogique⁹ : les amitiés s'enrichissent (40 %), se transforment en relation amoureuse (35 %), s'appauvrissent (38 %) ou s'arrêtent d'elles-mêmes (59 %).

Le site personnel : le sens de la mise en scène

Parmi les répondants, 11 % seulement ont réalisé un site *web* personnel. Pour 48 % d'entre eux, ce site est en relation avec les études, il permet également l'acquisition de nouvelles habiletés. Ce qui est valorisé en premier lieu, c'est le plaisir de partager les centres d'intérêt (54 %). Vient ensuite, la possibilité d'attirer l'attention d'employeurs potentiels (27 %). Dans ce cas et pour ces 11 % de répondants, le plaisir de l'expression précède les motifs pratiques.

Malgré les avantages apparents, une appréciation mitigée du média

Les étudiants qui ont répondu à cette enquête estiment qu'Internet augmente la fréquence de leurs contacts avec les amis, la famille et les collègues de travail ou d'études et contribue à accroître les qualités de certaines relations¹⁰. Ils différencient cependant quantité et qualité, puisque pour les deux tiers des répondants, ce support de communication n'aide pas à accroître la qualité des relations.

Une appréciation critique est exprimée par un nombre très faible d'utilisateurs (entre 8 et 10 % selon les réponses) dans le fait qu'Internet peut, au contraire, constituer un frein, un obstacle, un désavantage dans ce type de communication. En revanche, près de trois quarts des étudiants pensent qu'Internet n'est d'aucune aide dans la résolution de leurs problèmes personnels ou pour établir des relations de qualité.

En ce qui concerne les relations avec d'autres cultures et la fonction citoyenne de chacun, si presque deux tiers des étudiants pensent qu'Internet n'a rien changé dans un rapprochement avec d'autres cultures et 79 % pense qu'Internet n'a rien changé dans leur rôle de citoyen sur la place publique, il est remarquable de constater que ce média a joué un rôle positif pour un tiers des répondants. Il sera intéressant de tenter d'affiner ces résultats pour comprendre en quoi le média a pu constituer un pont entre des cultures et motiver une conduite citoyenne.

Difficultés intrinsèques au média ou difficultés d'usage ?

90 % des étudiants fustigent la superficialité et le manque de crédibilité des informations.

Pour 80 % d'entre eux, la quantité d'information disponible rend difficile son traitement et sa transformation en connaissance validable par les instances académiques.

⁹ Ces explications ne s'excluent pas mutuellement des étudiants ont eu différentes expériences avec des personnes différentes.

¹⁰ Deux tiers des étudiants estiment qu'Internet améliore, de manière significative (24 %), la fréquence des contacts avec les amis. Pour la moitié des étudiants, Internet est bénéfique pour la fréquence des contacts avec leur famille, 20 % se sentent très aidés à cet égard. Un trait similaire est observé dans la qualité des relations entre les membres de la famille. Un petit peu plus de la moitié pensent qu'Internet aide à garder le contact avec des collègues de travail ou d'études et 17% d'entre eux pensent que c'est un avantage de ce point de vue.

De 65 à 75 % des répondants ont fait l'expérience des difficultés suivantes : superficialité des interactions, difficultés techniques, risque de non confidentialité, temps passé (le média est perçu comme étant chronophage). Enfin, sont soulevés des aspects liés à des craintes pour l'avenir : voir se substituer des échanges sur Internet aux interactions en face à face, voir se développer la fraude ou le harcèlement, voir s'accroître une hégémonie culturelle ; assister à une augmentation des coûts d'accès.

La langue utilisée sur Internet n'est pas perçue comme un problème pour plus de la moitié des répondants. Pour l'autre moitié, c'est parfois le cas (30 %), souvent le cas (10 %), très souvent le cas (4 %).

Une appropriation ni simple ni linéaire : comprendre l'expérience singulière de manière contextualisée

L'analyse des résultats quantitatifs a mis en évidence la nécessité d'approfondir, de nuancer et de contextualiser les réponses des étudiants. Des entretiens non directifs centrés sur les usages singuliers dans la vie quotidienne des étudiants a tenté de retracer, avec la personne concernée, les étapes de son cheminement dans une situation donnée (Frenette, 2005). Ainsi, grâce à des entretiens individuels ou en petits groupes, les étudiants ont décrit leur contexte de vie, leurs premières expériences avec Internet, les défis qu'ils ont eu à relever, leurs satisfactions et leurs déceptions.

Trois grandes étapes ont été repérées dans cette première enquête : le point de départ d'une pratique d'Internet, le point de rupture dans cette pratique et ce que permet finalement cette pratique à chaque personne.

Au point de départ, comme pour tout autre expérience, chaque individu aborde Internet en fonction de sa personnalité, de ses acquis et de son contexte de vie. Il attribue alors à l'outil un/des sens singulier(s), qui prend forme dans un vécu intériorisé. Le rapport au média peut alors représenter "un passeport social", "une démonstration de son savoir-faire", "une preuve supplémentaire de son incompétence" (Frenette, 2005, p. 172).

Dés lors, il devient plus difficile de considérer qu'une personne est résolument "innovatrice" ou totalement "rétrograde". C'est le sens que prend son expérience qui infléchit le sens qu'elle accorde à sa pratique et qui, de ce fait, oriente socialement cette pratique (*ibid.*).

Les points de rupture surgissent dans l'enchevêtrement des multiples défis à court, moyen et long terme que se fixe chaque sujet. L'appropriation d'Internet n'est pas un processus linéaire (*ibid.*). Internet est vécu à la fois comme une solution et comme un problème, dans des proportions variables et constamment changeantes. Les résultats obtenus dans cette phase de l'enquête montrent comment les attributs d'Internet sont à la fois "des construits mentaux et affectifs" (*ibid.*). Parfois les étudiants interviewés s'en éloignent pour préserver l'intégrité de leurs relations interpersonnelles telles qu'ils les conçoivent, parfois ils s'y précipitent pour les mêmes raisons. D'une part, on entrevoit Internet comme une solution à différents problèmes, alors que dans d'autres cas, c'est Internet qui pose problème. Ce jeu de flux et de reflux constant est le contexte même dans lequel la pratique d'Internet acquiert un sens, lui-même en constante redéfinition (*ibid.*).

Les points d'aboutissement de chaque pratique est relative aux ressources exploitées par chaque usager dans le contexte de son activité quotidienne, mais elle est aussi relative à leur expérimentation, l'évaluation de leur pertinence, le type de cheminement accompli. En effet, la prise en compte de l'explicitation d'un vécu singulier tend à mettre en valeur davantage le processus et le parcours que la catégorie abstraite d'usage. Il tend à travailler davantage les significations intersubjectives que les sens socialement attribués à l'expérience vécue pour les uns (les usagers) et

observés pour les autres (les chercheurs). Les typologies alors se complexifient et "la multiplicité des sens construits à partir d'Internet" laisse entrevoir "l'incroyable diversité des cheminements d'appropriation" (*ibid.*).

Conclusion

Les études réalisées aujourd'hui sur Internet ont tendance à morceler le monde des internautes. En effet, elles portent tantôt leur attention sur une pratique spécifique (*chat*, forum, jeux vidéo, *blog*), tantôt elles s'attachent à une période particulière dans la vie des usagers (enfance, adolescence, troisième âge) ou encore elles appréhendent l'usage d'Internet du point de vue d'une discipline unique (histoire des techniques, psychologie cognitive, psychanalyse, sociologie des usages).

Dans un mouvement complémentaire mais plus globalisant, les deux recherches conduites (2002 et celle qui est en cours) tentent de comprendre comment les étudiants s'approprient Internet et quels sens ils donnent à l'évolution de leurs pratiques multiformes de ce média. De plus, dépassant le cadre local (régional et national) de l'étude, elles essaient d'identifier au niveau international, les aspects les plus partagés de l'appropriation du média et ceux qui sont culturellement spécifiques, dans un contexte de mondialisation accélérée.

Outre l'intérêt des données comparatives recueillies, le but de cette deuxième phase d'enquête est de relever un certain nombre de défis méthodologiques, par exemple : comment rendre compte de l'évolution singulière des usages d'internet et comment concilier les entretiens individuels coûteux en temps et les données recueillies par voie de questionnaire. En effet, comme le souligne M. Frenette (2005), "nous nous fions à nos méthodologies habituelles, mais nous faisons face à un phénomène nouveau pour lequel les approches antérieures ne sont pas pleinement adaptées, si l'on cherche à atteindre un niveau de compréhension supérieur. Il vaut donc la peine d'inventer des réponses nouvelles à ces questions" (*ibid.*, p. 179).

Références bibliographiques

FRENETTE M., 2005, "L'appropriation d'internet par des étudiants universitaires : quels sens pour de nouvelles pratiques ?", dans S. Proulx, F. Massit-Folléa, B. Conein, *Internet, une utopie limitée : nouvelles régulations, nouvelles solidarités*, Ste Foy, Qc, Presses de l'Université Laval, pp. 167-182.

FRENETTE M., 2004, *University students' experiences of the internet in Quebec – Overview of findings from the spring survey of 2002*, ECA Conference, Istanbul, April 17-20.

PROULX S., 2001, "Usages de l'internet : la 'pensée-réseaux' et l'appropriation d'une culture numérique", dans Guichard E. (eds), *Comprendre les usages d'internet*, éditions rue d'Ulm, pp. 139-145.