

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

UNIVERSITE DE YAOUNDE I
ECOLE NORMALE SUPERIEURE
DEPARTEMENT DE SCIENCES DE
L'EDUCATION



REPUBLIC OF CAMEROUN

Peace – Work – Fatherland

UNIVERSITY OF YAOUNDE I
HIGHER TEACHER TRAINING COLLEGE
DEPARTMENT OF SCIENCES OF EDUCATION

**INTEGRATION DE NOUVELLES APPLICATIONS
MOBILES DANS LE PROCESSUS D'ORIENTATION
SCOLAIRE ET DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES
PSYCHOSOCIALES DES CONSEILLERS
D'ORIENTATION : CAS DU LYCEE DE LA CITE DES
PALMIERS**

Présentée en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur de l'Enseignement
Secondaire deuxième grade
Mémoire de D.I.P.E.S II

Par :

LOGMO MBENA Antoine Landry
Licence en Droit des affaires

Sous la direction
DZOUNESSE TAYIM Bruno
Enseignant à l'ENS



Année Académique
2015-2016



AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire de Yaoundé I. Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : biblio.centrale.uyi@gmail.com

WARNING

This document is the fruit of an intense hard work defended and accepted before a jury and made available to the entire University of Yaounde I community. All intellectual property rights are reserved to the author. This implies proper citation and referencing when using this document.

On the other hand, any unlawful act, plagiarism, unauthorized duplication will lead to Penal pursuits.

Contact: biblio.centrale.uyi@gmail.com

A

MES PARENTS

MBENA Dieudonné

NGO HOHI Julienne

TABLE DES MATIERES

DEDICACE	i
TABLE DES MATIERES	ii
REMERCIEMENTS	vi
Liste des tableaux.....	vii
Liste des figures.....	vii
Liste des abréviations.....	ix
RÉSUMÉ.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE 1 : PROBLEMATIQUE DE L'ETUDE.....	03
1.1 CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ETUDE	03
1.2 FORMULATION ET POSITION DU PROBLEME	06
1.3 QUESTIONS DE RECHERCHE	08
1.3.1 Question principale de recherche	08
1.3.2 Questions spécifiques de recherche	08
1.4 OBJECTIFS DE L'ETUDE	09
1.4.1 Objectif général	09
1.4.2 Objectifs spécifiques.....	09
1.5 INTERET DE L'ETUDE	09
1.5.1 Intérêt didactique	09
1.5.2 Intérêt psychologique	10
1.5.3 Intérêt pédagogique	11
1.5.4 Intérêt scientifique	11
1.5.5 intérêt social.....	11
1.6 DELIMITATION DE L'ETUDE	12
1.6.1 Délimitation thématique de l'étude	12
1.6.2 Délimitation spatiale	13

1.6.3	Délimitation temporelle	13
CHAPITRE 2 : INSERTION THEORIQUE DU SUJET		14
2.1	APPROCHE NOTIONNELLE	14
2.1.1	Processus d'orientation conseil	14
2.1.2	Développement des compétences psychosociales	17
2.1.3	Intégration des applications mobiles	18
2.1.3.1	Internet : International Network	19
2.1.3.2	Smartphone	20
2.1.3.3	Moteur de recherche	20
2.1.3.4	Google.....	20
2.1.3.5	Réseaux sociaux	21
2.1.3.6	Facebook	23
2.2	REVUE DE LA LITTERATURE	24
2.2.1	Travaux antérieurs sur l'usage des TIC	25
2.2.1.1	les performances des conseillers d'orientation scolaire au Cameroun par l'usage des applications mobiles	25
2.2.1.2	Les représentations des TIC dans l'orientation.....	26
2.2.1.3	Les usages des TIC dans l'orientation	26
2.2.2	Travaux antérieurs sur l'orientation dans d'autres contextes	27
2.2.2.1	La visibilité sociale des services de l'orientation	27
2.2.2.2	La valeur ajoutée des TIC sur les compétences du conseiller d'orientation.....	28
2.2.2.3	Finalité de l'orientation	29
2.2.3	Synthèse de la revue de la littérature	29
2.3	THEORIE EXPLICATIVE DU SUJET	30
2.3.1	Les modèles de diffusion et d'adoption des innovations technologiques	30
2.3.2	Le connectivisme	31
2.4	FORMULATION DES HYPOTHESES	34
2.4.1	Rappel de la question principale	35
2.4.2	L'hypothèse générale	35
2.4.3	Définition des variables de l'hypothèse générale	35

2.4.4 Hypothèses de recherche	37
CHAPITRE 3 : METHODOLOGIE DE L'ETUDE	39
3.1 TYPE DE RECHERCHE	39
3.2 PRESENTATION ET JUSTIFICATION DU SITE DE L'ETUDE	41
3.2.1 Présentation du site de l'étude	41
3.2.2 Justification du site de l'étude.....	41
3.3 POPULATION DE L'ETUDE	42
3.4 ECHANTILLONNAGE ET ECHANTILLON	42
3.5 INSTRUMENT DE COLLECTE DES DONNEES	43
3.5.1 Le guide d'entretien individuel.....	43
3.5.2 Cadre des entretiens individuels	43
3.5.3 Le déroulement des entretiens individuels	44
3.5.4 Présentation du guide d'entretien	44
3.6 METHODE DE TRAITEMENT DES DONNEES	46
3.6.1 Analyse de contenu des entretiens individuels ;;	46
3.6.2 La retranscription des données des entretiens individuels	47
3.6.3 Présentation de la grille d'analyse des données des entretiens individuels	47
3.6.4 Le codage	47
CHAPITRE 4 : PRESENTATION DES RESULTATS DE L'ETUDE	51
4.1 PRESENTATION DES RECITS DE VIE DES SUJETS	51
4.1.1 Présentation du cas CO1	51
4.1.2 Présentation du cas CO2	52
4.1.3 Présentation du cas CO3	52
4.1.4 Présentation du cas CO4	53
4.1.5 Présentation du cas CO5	53
4.1.6 Synthèse de la présentation des cas	54
4.2 ANALYSE DES RESULTAT	54
4.2.1 Analyse des résultats du CO1	54
4.2.2 Analyse des résultats du CO2	59

4.2.3 Analyse des résultats du CO3	64
4.2.4 Analyse des résultats du CO4	67
4.2.5 Analyse des résultats du CO5	71
4.3 SYHNTHESE DES RESULTATS	75
CHAPITRE 5 : INTERPRETATION ET IMPLICATION PROFESSIONNELLE.....	80
5.1 DE LA PERTINENCE DES FACTEURS LIES A L'USAGE DE GOOGLE ET FACEBOOK POUR LA DETERMINATION DU DEVELOPPEMENT DE NOUVELLES COMPETENCES VERBALES ET NON VERBALES DES CONSEILLERS D'ORIENTATION SCOLAIRE	80
5.2 DE LA PERTINENCE DU DEVELOPPEMENT DE NOUVELLES APTITUDES DE COMMUNICATION DU CONSEILLER D'ORIENTATION COMME FACTEUR DETERMINANT POUR SON EFFICACITE SUR LE PLAN PROFESSIONNELLE.....	83
5.3 PERSPECTIVES	85
5.3.1 Perspectives théoriques	85
5.3.2 Perspectives professionnelles	86
5.3.2.1 Modèle d'optimisation du rendement par l'usage professionnelle Google et Facebook.....	87
5.3.3 Suggestions	90
CONCLUSION GENERALE	93
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	95

ANNEXES

Annexe 1 : Formulaire de consentement éclairé ;

Annexe 2 : Attestation d'autorisation de recherche ;

Annexe 3 : Guide d'entretien.

REMERCIEMENTS

Ce travail n'aurait pu arriver à son terme sans la contribution de certaines personnes auxquelles nous tenons à exprimer notre profonde gratitude.

Le Professeur Pierre FONKOUA notre superviseur et le Docteur Bruno TAYIM DZOUNESSE qui non seulement nous ont toujours soutenu et encouragé sur les plans intellectuels que personnels pendant les étapes difficiles qui ont marqué la réalisation de ce travail et ont conduit nos premiers pas dans la recherche.

Madame NGO BINYET Claire proviseur du LYPALM de Douala pour toutes les ressources mise à notre disposition pour la réalisation de ce travail. L'ensemble des conseillers d'orientations en service dans cet établissement plus particulièrement Monsieur FIANGUEU FIANGUEU Polycarpe donc la disponibilité et le soutien morale que technique nous ont permis de mener nos entretiens.

L'équipe enseignante et administrative de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé I et particulièrement les enseignants du Département des Sciences de l'Education, de nous avoir offert un cadre intellectuel propice à la recherche.

Ma sœur HOHI Rita Ange Gabrielle et NKOMB II Augustine, ZANG ZE Lionelle, qui ont contribué à notre équilibre moral dans les moments pénibles qui ont jalonné l'aboutissement de ce travail. De même, nous ne manquerons pas d'adresser nos remerciements à l'endroit de Mlle MBELLA Aurore pour les échanges fructueux et son investissement dans la lecture de cet œuvre.

Enfin, nous n'aurions pu venir à bout de cette entreprise sans ceux qui ont accepté de nous soutenir, pendant les difficultés de la recherche : nos parents Messieurs et Mesdames MBENA, nos frères HOHI Alain et MBENA Christian, nos camarades de la 54ème promotion et particulièrement MBALLA NANGA Justin, OTAM OBATE Jean Jacques et notre Délégué de promotion, TCHOPZAN TSANGUE Blanc-cœur , qui a toujours su maintenir entre nous l'esprit de solidarité qui nous a défini tout au long de ces deux années de formation.

LISTE DES TABLEAUX

<u>Tableau 1</u> : Variable indépendante.....	35
<u>Tableau 2</u> : Variable dépendante.....	36
<u>Tableau N°3</u> : Récapitulatif des hypothèses, des variables, des indicateurs, des modalités...	38
<u>Tableau 4</u> : Population de l'étude.....	42
<u>Tableau 5</u> : Grille d'analyse des données des entretiens individuels.....	48
<u>Tableau N°6</u> : récapitulatif des hypothèses, des variables, des indicateurs, des modalités et des instruments de recherche.....	49
<u>Tableau N°7</u> : Synthèse des résultats par thème.....	75

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : représentation connectiviste de l'éducateur.....	33
Figure 2 : Schéma du développement des compétences du conseiller d'orientation dans la recherche des solutions aux problèmes de l'orientation.....	87

LISTE DES ABREVIATIONS

APC : Approche Par Compétence

ASS : Afrique Subsaharienne

CES : Collège d'Enseignement Secondaire

CO1 : Conseiller d'Orientation 1

CO2 : Conseiller d'Orientation 2

CO3 : Conseiller d'Orientation 3

CO4 : Conseiller d'Orientation 4

CO5 : Conseiller d'Orientation 5

DIPCO : Diplôme de Conseiller d'Orientation

DIPES II : Diplôme de Professeur de l'Enseignement Secondaire de Second Cycle

DSCE : Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi

ENS : Ecole Normale Supérieur

EPT : Education Pour Tous

GICAM : Groupement Inter Patronal du Cameroun

INETOP : Institut National d'Etude du Travail d'Orientation Professionnelle

JNOS : Journée National de l'Orientation Scolaire

LYPALM : Lycée de la Cité des Palmiers

MINESEC : Ministère de l'Enseignement Supérieur

MINPOSTEL : Ministère des Postes et Télécommunications

MKO: More Knowledgeable Other

PDF: Portable Document Format

TIC : Technologie de l'Information et la Communication

TICE : Technologie de l'Information et de la Communication pour l'Education

UNESCO : Organisation des nations unies pour l'éducation, les sciences et la culture

3G : troisième Génération

4G : Quatrième génération

RESUME

L'objectif général poursuivi par cette étude est de rechercher les facteurs d'optimisation du rendement des conseillers d'orientation en milieu scolaire grâce notamment à l'usage du moteur de recherche Google et du réseau social Facebook. Ceci au niveau du développement de nouvelles aptitudes de communication et leur implication dans l'efficacité du conseiller d'orientation en étroite ligne avec ses missions (missions de formation, d'offre de services adaptés, mission d'administration et de recherches), définis dans le cahier des charges du conseiller d'orientation au sein d'un établissement scolaire (2009 : 33).

Cette recherche repose sur deux théories à savoir : la théorie de la diffusion et l'adoption des innovations et le connectivisme ou théorie de l'apprentissage à l'ère du numérique.

Nous avons utilisé un guide d'entretien comme support thématique et une grille d'entretien pour notre analyse de contenus. L'échantillon est composé de cinq (5) conseillers d'orientations, choisi parmi les six (6) que compte le Lycée de la cité des palmiers sur la base des renseignements que nous avons pu recueillir. Relativement aux activités de formation, d'offre de services adaptés et les activités administratives et de recherche, définis par le cahier de charge 2009 cette étude situe les applications mobiles dans une perspective linéaire s'inscrivant dans le champ de l'intégration des TIC à l'école de manière générale et en orientation scolaire en particulier. Elle vise également à rechercher l'efficacité des conseillers d'orientations en milieu scolaire pour une meilleur visibilité et lisibilité des activités de l'orientation.

A l'issue de notre analyse, il ressort que l'intégration des applications mobiles dans le processus d'orientation scolaire permettrait le développement de nouvelles aptitudes de communication verbale et non verbale du conseiller d'orientation et par la même occasion développerait son efficacité sur le terrain.

Sur la base des résultats obtenus dans cette analyse nous avons formulé les recommandations aux conseillers d'orientation mais aussi à l'Etat.

ABSTRACT

The general objective of this study is find optimization factors in the performance of school guidance counsellors notably by use of search engine- Google and social media- Facebook, in view of the development of communication skills and their involvement in the effectiveness of the guidance counsellor in line with his missions (training, tailored services offered, administrative activities and research) defined in the “Cahier des Charges” (2009: 33).

In this research, we used an interview guide to which we attached a mini-questionnaire for personal information, to collect data from the field. The theories used for this study are: the diffusion and adoption of technologic innovations model and the model of learning in the ICT era.

The sample is made up of five (5) guidance counsellors, chosen from the six (6) present in the Government high school of Cite de Palmiers, based on information which we collected. With respect to training, tailored services offered, administrative activities and research defined by the “Cahier de Charges” 2009, this study situates mobile applications in a linear perspective enrolling in the field of ICT in schools in general and in school counselling in particular. It equally aims to bring out the effectiveness of school guidance counsellors for better visibility and legibility of the orientation activities.

Following our analysis, it shows that the integration of mobile applications in the school counselling process permits the development of new verbal and non-verbal communication skills of the guidance counsellor and at the same time this will develop his effectiveness on the field.

Based on the results obtained from this analysis, we came out with some recommendations for the guidance counsellor and for the State as well.

INTRODUCTION GENERALE

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont radicalement révolutionné les normes et les interactions sociales. Elles interviennent dans presque toutes les activités humaines. Elles sont considérées comme des véritables propulseurs du développement économique, social, culturel, politique et éducatif. Ayant connu un essor remarquable dans le siècle dernier, leur intégration dans le système éducatif des pays émergents est relativement lente. En Afrique subsaharienne (ASS), toutes les nations leur emboîtent timidement le pas FONKOUA, (2006) ; MVOTO, (2010).

Fruit du génie de l'informatique avec pour centre l'ordinateur et internet, aujourd'hui nous avons une multitude d'objets connectés qui témoignent d'un processus d'innovation constamment en mouvement. Dès lors, en plus des ordinateurs, nous avons des tablettes, des smartphones, qui sont des outils de travail et de communication qui s'inscrivent dans le vaste champ des technologies de réseaux et dont l'apport en éducation dans les pays développés n'est plus à démontrer.

Toutefois, on note un intérêt sans cesse croissant pour l'usage de ces outils, mais aussi la création et l'innovation technologique en éducation. A ce sujet, le Président de la République du Cameroun dans son discours à la jeunesse en prélude à la célébration de la 50^e fête de la jeunesse a mis l'accent sur la nécessité de la professionnalisation des enseignements et intérêt pour les jeunes de développer l'économie numérique, Paul BIYA (2016). Son discours, en ce qui concerne l'éducation, s'inscrit dans le cadre du développement de l'éducation nationale relativement aux objectifs de l'Education Pour Tous (EPT). Il vise la recherche des solutions innovantes pour l'amélioration des méthodes pédagogiques et le développement des supports didactiques par les TIC.

Dans cette perspective de la recherche des solutions innovantes pour la gestion équitable ressources allouées à l'éducation et la modernisation des outils et cadres de travail, les acteurs du système éducatif doivent se lancer. Parce qu'il s'avère nécessaire pour l'enseignant et les conseillers d'orientation de s'approprier les TIC, TOFFLER (1991) reprenant GERJROY déclarait : « l'illettré de demain ne sera pas celui qui n'a appris à lire, mais celui qui n'aura appris à apprendre à intégrer les TIC dans ses activités quotidiennes ».

De plus, face aux mutations sociales, économiques et culturelles sur la scène nationale comme internationale, nous assistons au surgissement de nouveaux faits éducatifs et à l'expansion des nouveaux modes de communication. Le phénomène de l'usage d'internet et des réseaux

sociaux en éducation en général et en orientation professionnelle et universitaire en particulier est déjà très ancien. Toutefois, il connaît un essor à la fin des années 90 avec le développement du e-learning et de l'e-counseling. Mais ils vont véritablement connaître leur essor sur le plan de la communication à travers les crises politiques de 2011 baptisées le printemps Arabe. Aujourd'hui, ils se sont multipliés et les principaux inters actants sont les jeunes (élèves, étudiants pour la plupart), les institutions politiques et économiques (entreprises, services publics).

Ainsi, ces outils sont d'un apport considérable dans la construction des savoirs et savoir-faire dans la mesure où ils favorisent les échanges d'informations et des connaissances à travers des connexions Siemens(2004). Selon Mario (2010) reprenant Salomon (1997), on connaît déjà les connaissances « déclaratives », « procédurales » et « conditionnelles », mais la question est de savoir ce que nous savions des connaissances connectives. La connectivité en tant que mode communication constitue un puissant vecteur de productivité dans le processus d'enseignement apprentissage. La connectivité implique l'association de deux théories fondamentales que sont le socioconstructivisme et le cognitivisme aux technologies de l'information et de la communication.

Cela étant au Cameroun, le problème de massification des élèves dans nos écoles constitue un frein pour la répartition rationnelle des ressources disponibles. Ce qui rend plus difficile la tâche des conseillers d'orientation sur le terrain. Néanmoins, l'un des fondements des accords de Dakar traduit dans les objectifs du programme d'Education Pour Tous (EPT) est de réduire le taux d'alphabétisation des jeunes en insistant sur la familiarisation des élèves aux TIC. Et on pense qu'au bout de quinze ans le système éducatif aura répondu aux exigences de la nouvelle ère de communication par l'intégration des TIC dans différentes pratiques. Toutefois, fort est de constater que les innovations dans ce domaine intéressent plus les jeunes (enseignants, élèves et étudiants) et moins les sexagénaires.

Compte tenu de la réalité contextuelle ainsi décrite, il nous semble nécessaire d'examiner les facteurs de développement des compétences psychosociales des conseillers d'orientation à travers l'émergence de nouvelles aptitudes de communication par l'usage des applications mobiles. Pour assurer une scientificité à notre travail, le premier, intitulé problématique de l'étude, expose d'abord le contexte de la recherche, la formulation et la position du problème, définit ensuite, les objectifs et les intérêts de l'étude, et il la délimite enfin. Le second chapitre, insertion théorique de l'étude, comprend six sections : définition des concepts, revue de la littérature ou études relatives au sujet, théories relatives au sujet, formulation des hypothèses, définition des variables, tableau synoptique traitant respectivement des concepts clés du thème

de notre recherche, et les théories explicatives du phénomène étudié. Le troisième chapitre, cadre méthodologique, est basé sur six rubriques : type de recherche, site de l'étude, population, échantillon et méthode d'échantillonnage, description de l'instrument de collecte des données, validation de l'instrument, procédure de collecte des données,, méthode d'analyse des données.

Le chapitre 4 intitulé présentation et analyse des résultats : il présente les cas étudiés et analyse les résultats. Le chapitre 5 intitulé interprétation des résultats et implications professionnelles. Il s'articule autour de l'interprétation des résultats, les perspectives théoriques et professionnelles des résultats.

Finalement, notre recherche aboutit à une conclusion générale qui englobe tous les éléments ayant permis de répondre aux questions de recherche.

CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE

Toute analyse ou recherche sur un fait donné, nécessite au préalable un ensemble d'observations de constats qui permettent de s'interroger sur un dysfonctionnement dans un processus organisationnel. De ce fait, la problématique de l'étude s'appréhende comme un ensemble construit autour d'une question principale, des hypothèses de recherche et des lignes d'analyse qui permettront de traiter le sujet choisi. Elle se compose du :

- ⇒ contexte et justification de l'étude
- ⇒ La position et la formulation du problème ;
- ⇒ Les questions de recherche ;
- ⇒ L'identification des objectifs ;
- ⇒ La définition des intérêts ;
- ⇒ La délimitation du sujet ;

1.1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ETUDE

Depuis près d'une décennie, les technologies de l'information et de la communication ont progressivement révolutionné le quotidien de plus de la moitié de la population mondiale. Au départ, l'ordinateur et internet étaient des outils réservés pour une certaine élite intellectuelle et des entreprises privées disposant des ressources financières suffisantes pour s'en procurer. Mais face aux opportunités immenses qu'offrent ces outils sur le plan du développement économique, social, culturel et technique, notre pays comme la plupart des pays en voie d'émergence connaît un bouleversement des habitudes tant sur le plan professionnel, relationnel, que familial.

C'est fort de ces bouleversements que l'Etat camerounais a procédé à l'inauguration des centres de ressources multimédias en 2001. Le Chef de l'Etat du Cameroun a simplement annoncé en 2003 en ces termes : « conformément à l'engagement que nous avons pris, plusieurs de nos capitales provinciales et départementales ont reçu les équipements qui permettront à leurs élèves de s'initier et de se perfectionner dans les nouvelles techniques de l'information et de la communication » (Biya, 2003, p. 6). A la suite de quoi un accent sera mis sur la formation des enseignants d'informatique l'intégration des cours d'informatique au secondaire et primaire. Aujourd'hui, plus que par le passé, le pays est résolument engagé dans le développement d'une économie numérique basée sur le développement des technologies de réseaux.

En effet, l'intégration des réseaux sociaux et d'internet dans les pratiques éducatives apporte une nouvelle donne dans la façon d'envisager les rapports interpersonnels et professionnels dans ce milieu. Il est vrai que les réseaux sociaux ont toujours existé dans le monde dans la mesure où, les hommes vivent en petites cellules qui se caractérisent par leurs tailles, par des grands et des petits groupes. De ce fait, il a toujours existé des relations et des échanges à l'intérieur des groupes, mais également à l'extérieur de ceux-ci. Et dans ces relations figuraient tous les transferts d'informations, plus ou moins élaborés, qui relevaient inévitablement des actes de communication.

Aujourd'hui, l'homme demeure au centre des réseaux sociaux, seulement, c'est leur configuration, leur population, leur attractivité, leur rôle, leur taille et le mode d'accès qui ont changé. En effet, l'internet, l'ordinateur et le téléphone Android contribuent à créer un monde virtuel dans lequel les jeunes sont les plus mobilisés. Ce qui implique chez cette jeunesse le transfert vers de nouveaux centres d'intérêt que sont Facebook, Twitter, Whatsapp... La plupart des jeunes qui s'y retrouvent sont des élèves, des étudiants, des chercheurs d'emplois mais aussi des parents.

Les usages de ces réseaux permettent de les classer en trois grands types : les réseaux sociaux de type professionnel, les réseaux sociaux de type relationnel, les réseaux sociaux de type informationnel.

Les réseaux sociaux de type professionnel sont ceux qui permettent le développement des compétences sociales en fonction des domaines d'activités et des missions des entreprises. Les réseaux sociaux de type relationnel sont généralement ceux qui permettent aux individus de partager les mêmes centres d'intérêt, de discuter, d'entretenir des rapports spécifiques malgré la distance qui les sépare.

Les réseaux de type informationnel permettent de diffuser un certain nombre d'information spécifique à un public varié ou restreint.

Perçu sous ces trois angles, les réseaux sociaux peuvent constituer une opportunité pour le CO en termes d'enjeux pédagogiques et didactiques, de gestion des masses mais surtout d'atteintes de ses missions définies par le cahier de charge du Conseiller d'Orientation. Selon qu'on se situe dans les paliers de l'orientation scolaire, universitaire ou professionnelle, les services d'orientation font face à d'énormes difficultés.

Sur le plan de l'orientation scolaire : le sureffectif dans les établissements d'enseignement secondaire public et le peu de conseillers d'orientation, qui a pour conséquence le non-respect du ratio (300 élèves pour un conseiller d'orientation) tel que prévu par les textes. Par ailleurs, le manque de plages horaires aménagées pour les consultations

personnelles crée une insatisfaction à l'endroit des élèves dont les demandes sont sans cesse grandissantes. L'Orientation professionnelle peine du fait de peu de visibilité en termes de communication. Seule l'orientation universitaire tend à avoir un peu de visibilité grâce au marketing social fait par les écoles de formation et autres institutions académiques.

Dans un pays comme le nôtre où les dépenses d'éducation sont sans cesse croissantes, il semble nécessaire pour les acteurs du système éducatif que sont l'Etat, les parents, les enseignants en général et les Conseillers d'Orientation en particulier de s'arrimer au train de la mondialisation et de l'économie numérique. Ceci dans le but d'accroître leurs compétences, de diversifier et d'étendre leurs offres de services afin de satisfaire davantage les usagers que sont pour ce qui nous concerne les élèves.

Les élèves en fonction de leur âge et du niveau d'étude, constituent en majorité une population préadolescente et adolescente avec des besoins spécifiques sur le plan émotionnel, affectif et relationnel. En effet, aux besoins fondamentaux liés à l'épanouissement du jeune s'ajoutent des besoins à satisfaire qui sont socialement définis, et redéfinis, en fonction de la valeur et de la place qui leur est accordée par la société et les éducateurs, ainsi que des enjeux sociaux plus global. Inséré dans son milieu de vie sociale, on attend du jeune qu'il se transforme à travers l'éducation et que par la suite, il transforme aussi son milieu de vie. Mais le plus difficile dans ce processus est généralement la gestion de la problématique de l'adolescence qui au fil des années, constitue une difficulté non négligeable pour les parents qui voient leurs enfants se développer et se détacher de plus en plus du giron familial.

Du fait que l'adolescence est une période de transition entre l'enfant et le jeune adulte, de transgression des normes sociales en général et familiales, enfin de transaction c'est-à-dire de négociation et de compromis entre le parent et le jeune adolescent. Le cadre familial peut stimuler le développement humain quand il devient une opportunité, et l'entraver quand il constitue un risque. C'est à dire que le développement de l'humain est le résultat des interactions continuelles et réciproques entre l'organisme et son environnement. L'organisme et l'environnement s'influencent mutuellement et les parents ne semblent pas toujours s'adapter aux transformations morphologiques et psychiques auxquelles on accède à l'adolescence par la puberté.

Ce manque de compréhension des parents entraîne chez le sujet une sorte d'incompréhension de lui-même et engendre une sorte de stress justifiant le fait de se réfugier dans un environnement virtuel dans lequel il interagit avec ses semblables. Il se sent plus

important et intelligent parce que ses avis comptent. Les interactions sociales sont essentiellement pour le développement de l'intelligence. Et la zone proximale de développement représente la différence entre ce qu'un enfant peut accomplir seul et ce qu'un enfant peut accomplir accompagné et encouragé par un « MKO » (More Knowledgeable Other). Les parents, les pairs, les Conseillers d'Orientation et les enseignants s'inscrivent aussi dans ce que VYGOSTK appelle le « MKO ».

Ils doivent apporter au jeune les opportunités qui vont favoriser son insertion sociale et l'aider à répondre aux questions qu'il se pose sur son rôle et sa place dans une société où les problèmes de santé, d'éducation, de chômage et de sécurité rythment la vie au quotidien. Pour se faire, ils doivent développer des compétences socioprofessionnelles adaptées à notre réalité sociale, économique et politique.

Ils doivent également développer de nouvelles compétences que seule leur formation ne saurait leur apporter. La professionnalisation de la formation des enseignants et des conseillers d'orientation de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé I doit se traduire dans les programmes, dans la pratique maîtrisée des activités de formations, dans le statut les compétences et les performances des diplômés sur le terrain. Selon TSAFACK(2006), la formation des enseignants et des conseillers d'orientation est plus académique que professionnelle et ne permet pas l'éclosion immédiate des compétences et encore moins des performances.

Ainsi, l'intégration des nouvelles applications mobiles dans le processus d'orientation vise à répondre à un certain nombre de préoccupations relatives aux performances et à la visibilité des services d'orientation dans nos établissements d'enseignement public. Ceci dans la mesure où les conseillers d'orientation sont recrutés dans toutes les disciplines alors que certaines licences seulement des sciences humaines et sociales prédisposent mieux aux enseignements à recevoir et à la profession qu'ils vont exercer. Cette situation donne droit sur le terrain à un spectacle désolant. On déplore de plus en plus dans les milieux de l'éducation nationale le manque de professionnalisme de la part des conseillers d'orientation. Certains de ceux-ci finissent, par manque d'initiative, par se convertir ou être convertis en enseignants ou cadres de fortune pour l'administration courante. Ce qui met en péril leur efficacité.

1.2. FORMULATION ET POSITION DU PROBLEME

Le problème qui fait l'objet de notre étude est celui du développement des compétences verbales et non verbales des conseillers d'orientation au regard de l'intégration de nouvelles application mobile dans le processus d'orientation. Dans le métier social et éducatif de l'orientation, la communication est le maillon essentiel de la diffusion des savoirs. Et communiquer n'est pas acte isolé. Pour (Girandola & Joule, 2008), la communication est un acte qui a pour finalité le changement libre de comportement. Pour (Joule & BEAUVOIS) (1998) il s'agit de la soumission librement consentie. D'un point de vue pratique, le paradigme de la *soumission librement consentie* peut être défini comme l'étude des procédures susceptibles d'amener autrui à modifier librement ses comportements Girandola (2003). Pour atteindre ces objectifs dans le processus d'enseignement apprentissage de manière générale et en orientation en particulier, nous devons maîtriser les objectifs de communication, cerner les contenu du message que nous voulons diffuser, rechercher les voies de communications efficaces. Pour influencer librement le comportement social ou scolaire de l'élève. Ils existent deux voies de traitement de l'information non exclusives : une voie centrale ou systématique consistant à évaluer soigneusement les arguments présentés dans le message, une voie périphérique ou heuristique à l'origine d'un traitement superficiel de l'argumentation. L'emprunt d'une voie plutôt que l'autre est déterminé, notamment, par le degré d'implication des individus à l'égard de l'objet d'attitude (motivation) et les ressources cognitives disponibles.

Dans un contexte socioéducatif en perpétuelle mutation comme le nôtre, les TIC ont radicalement fait évoluer les modes et moyens de communications le traitement et la diffusion de l'information est plus que par le passé à la portée des conseillers d'orientations. En dehors des canaux habituellement connus que sont le discours magistral, la télévision, la radio, la presse écrite, internet (le Web, les Blog, forum) les conseillers d'orientation tout comme les enseignants ont accès à des services plus modernes et personnalisables que sont les réseaux.

Depuis sa création par le décret n°2000/359 du 5 décembre 2000 portant statut particulier du corps des fonctionnaires de l'éducation, le corps des conseillers d'orientation et la définition de ses missions par le cahier de charge en 2009, l'efficacité du conseiller d'orientation a toujours résidé dans sa capacité à communiquer.

Aujourd'hui plus que par le passé, d'autres enjeux incombent à ce service : notamment l'adaptation à l'environnement socio-culturel et économique, régit par les technologies de

l'information et de la communication, plus précisément les services des moteurs de recherches et des réseaux sociaux au travers des applications mobiles. Dans cette nouvelle mouvance, toutes les couches sociales sont représentées mais les jeunes (élèves, étudiants, chercheurs d'emplois) qui on le sait sont les plus concernés. Plus qu'un outil de travail et de divertissement les TIC contribuent à développer de nouvelles méthodes d'enseignements et d'apprentissages. Ces bouleversements engendrés par les TIC influence le comportement des enseignants et des conseillers d'orientation et les obligent à s'arrimer au train de la modernisation des pratiques éducatives. Les facteurs de changement impulsés par l'usage des applications mobiles influencent aptitudes à communiquer des éducateurs. Pour LINNE (2010), comme tout nouvel outil, les TIC impliquent des changements, ou tout du moins des adaptations, dans notre quotidien personnel et professionnel. Tout changement implique un besoin d'amélioration et par ricochet d'efficacité.

Dans un pays où l'offre en matière de couverture réseau s'est nettement améliorée. Notamment l'installation de la fibre optique en 2013 et l'accroissement de la concurrence avec l'introduction sur le marché national d'un nouvel opérateur de téléphonie mobile, mais par le passage à un réseau mobile de troisième génération (3G). Déjà en 2012, le MINPOSTEL faisait état de ce que l'utilisation des téléphones mobiles était en net augmentation au Cameroun avec un taux de pénétration de 10 % sur une population estimée à environ 20 millions d'habitants. Et leurs apports en éducation est d'une importance avérée dans les domaines de la recherche théorique et de l'exploitation de données, la numérisation de la création des supports didactiques, et plus encore de la communication, l'accompagnement des élèves dans leurs projets scolaires et personnels.

1.3 QUESTIONS DE RECHERCHES

Les questions de recherche sont des axes de réflexions sur lesquels nous allons orienter la suite de notre analyse.

1.3.1 Question principale de recherche

Le développement des nouvelles aptitudes de communication chez les conseillers détermine-t-il leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions?

1.3.2 Questions spécifiques de recherche

- Les facteurs liés à l'usage de Google et Facebook détermineraient-ils le développement de nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire ?

- Les facteurs liés au développement des aptitudes de communication du conseiller d'orientation scolaire détermine-t-il son efficacité l'accomplissement de ses missions ?

1.4 OBJECTIFS DE L'ETUDE

En science sociale en général et en science de l'éducation en particulier, l'objectif d'une étude est le but que l'on voudrait atteindre.

1.4.1 Objectif général

L'objectif général de notre étude est de rechercher les facteurs d'optimisation du rendement des conseillers d'orientation en milieu scolaire grâce notamment à l'usage du moteur de recherche Google et du réseau social Facebook. Ceci au niveau du développement de nouvelles aptitudes de communication et leur implication dans l'efficacité du conseiller d'orientation en étroite ligne avec ses missions (missions de formation, d'offre de services adaptés, mission d'administration et de recherches), définis dans le cahier des charges du conseiller d'orientation au sein d'un établissement scolaire (2009 : 33).

1.4.2 Objectifs spécifiques

Il s'agira pour nous dans le cadre de cette étude, d'examiner dans quelle mesure :

- les facteurs liés à l'usage de Google et Facebook détermineraient le développement de nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire.
- le développement de ces nouvelles aptitudes de communication du conseiller d'orientation déterminerait l'efficacité sur le plan professionnel.

1.5 INTERET DE L'ETUDE

Parler de l'intérêt de cette étude, revient à dire à qui et en quoi elle profite. Pour cela, nous pouvons relever l'intérêt scientifique, pédagogique, didactique, psychologique et social.

1.5.1 Intérêt didactique

Sur le plan profession étude vise à apporter aux Conseillers d'Orientation les outils des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) accessibles à tous, leur permettant de toucher une cible plus large et variée à des coûts réduits. En effet, grâce aux téléphones Androïde et aux tablettes, l'accès aux réseaux sociaux se réduit à un simple geste.

De plus, depuis l'installation en 2013 de la fibre optique WAX par MTN et le rachat de ses droits par le gouvernement, le débit de la connexion a été considérablement amélioré. La 3G (réseau de troisième Génération) à migrer vers la 4G. Plus encore, avec l'arrivée d'un troisième opérateur sur le marché, les coûts de connexion ont été considérablement améliorés. Les conseillers dont la première mission est d'informer (cahier de charge, 2009), disposent d'une opportunité leur permettant de diversifier leurs compétences, de satisfaire plus d'élèves et de rendre plus visible le service.

1.5.2 Intérêt psychologique

Sur le plan psychoaffectif, les conseillers disposent d'une réelle opportunité de se rapprocher des enfants. Ceci dans l'optique de mieux comprendre les difficultés auxquelles ils font face au quotidien, leurs besoins, l'influence de l'environnement numérique et virtuel sur eux, mais aussi leur influence sur ce dernier. Pour DOWNES (2013), les technologies de réseau sont une vitrine ouverte à plusieurs formes d'interactions sociales et dont l'intérêt à l'éducation relève du souci d'adaptation et d'opérationnalisation des ressources numériques pour une optimisation de compétence dans le processus d'enseignement- apprentissage. Raison pour laquelle ils nécessitent un temps minimum de familiarisation. Vecteur de compétitivité et de performance, les CO gagneraient à se les approprier leur pratique professionnelle pour un meilleur rendement.

1.5.3 Intérêt pédagogique

L'intérêt pédagogique de cette étude réside dans le développement des compétences informationnelles chez le conseiller d'orientation et l'élève. L'accès aux applications mobiles (moteurs de recherche et réseaux sociaux) favorise le développement des compétences personnelles dans la recherche de l'information et l'application de l'approche par compétence (APC). Dans la mesure où une compétence est la capacité à utiliser un savoir dans une situation donnée. Le développement de cette compétence repose sur un nombre imposant de savoir et de savoir faire liés à l'évaluation des apprentissages entendue dans son sens le plus large. Pour les conseillers d'orientations, il ne s'agit pas seulement de se centrer sur les compétences à acquérir et à faire acquérir par l'usage des applications mobiles. Mais aussi sur le suivi de l'accompagnement de chaque élève à travers la maîtrise et le diagnostic des différents usages des applications mobiles en orientation. L'élève est toute personne d'un groupe, assujettis à un apprentissage doté d'aptitudes personnelles et intellectuelles visant à favoriser une acquisition plus ou moins claire des connaissances en vue de son autonomisation. L'élève est une

personne à besoin raison pour laquelle il doit évoluer dans un environnement encadré de manière à favoriser son émulation dans le processus enseignement apprentissage. Et dans le cas précis de l'usage des réseaux sociaux et des moteurs de recherche, le conseiller d'orientations doit pourra rassembler des informations permettant d'enrichir ses connaissances sur les thématiques abordées dans le cadre des sessions de formations. Il a des besoins de compréhension, d'écoute et d'accompagnement en fonction de ces besoins dans un environnement où il se sent plus valorisé. Loin d'envahir son milieu de vie, il trouvera plus facilement les informations sur les filières et les débouchés, les passerelles entre les niveaux notamment pour les élèves de Terminale. Et la réactualisation constante par les conseillers d'orientation leur permettra de toujours avoir la « bonne information ». Par ailleurs, à travers les blogs, les élèves peuvent donner leurs avis sur les thèmes de causerie éducative et obtenir plus d'informations sur les thèmes dont les horaires des séances dans les salles de classe ne permettent pas toujours de faire le tour.

1.5.4 Intérêt scientifique

Sur le plan scientifique, notre étude veut promouvoir l'esprit de créativité et d'innovation chez les conseillers d'orientation, et l'ouverture au monde de l'usage du numérique dans les pratiques professionnelles. Ce qui pourra permettre au CO Quel que soit le lieu où il se trouve et le moment, de continuellement s'informer sur les opportunités académiques qui s'offrent à l'élève et les ressources à disposer pour l'aider à faire de bonnes études.

1.5.5 Intérêt social

L'intérêt social de cette étude est en droite ligne avec les objectifs de l'Etat en matière d'éducation et peut se concevoir sous deux aspects essentiels : politique, économique.

L'intérêt sur le plan politique de l'Etat s'inscrit dans le Cadre d'action de Dakar pour l'EPT adopté au Forum mondial sur l'éducation qui réaffirme l'engagement des pays participants, dont le Cameroun, à réaliser les objectifs de l'Education Pour Tous au plus tard en 2015. Ce qui ne saurait passer sans prendre en compte les voies et moyens que sont les TIC en général et les réseaux sociaux en particulier. Dans la mesure où la priorité reste accorder à un encadrement pédagogique de qualité à moindre coût axé sur le renforcement des capacités des éducateurs que sont les enseignants, les parents et les CO...

L'intérêt sur le plan économique est en étroite ligne avec l'ambition du Cameroun de devenir un pays industrialisé à l'horizon 2020 (DSCE). Ceci à travers une gestion optimale des

moyens alloués à l'orientation, la réduction des coûts de marketing, de communication relatifs à l'encadrement des élèves et des étudiants. Dans la mesure où l'utilisation des réseaux sociaux et de Google sur mobiles et tablettes est largement à la portée des camerounais moyens en général mais surtout des services d'orientation. Les pouvoirs publics doivent mettre l'accent sur l'intégration didactique et pédagogique de ces outils dans le processus d'orientation scolaire ; pour rendre plus visibles les offres et les services du système éducatif national.

1.6 DELIMITATION DE L'ETUDE

La délimitation de l'étude peut s'appréhender comme une circonscription du contexte de l'étude. Elle s'effectuera sur le plan thématique, spatial et temporel.

1.6.1 Délimitation thématique de l'étude

Sur le plan thématique, ces travaux s'insèrent dans l'optique de l'intégration des TIC dans le processus d'orientation scolaire : c'est-à-dire l'acquisition des nouvelles compétences de communication par les conseillers d'orientation, en vue de l'accroissement de la visibilité et de l'efficacité du service d'orientation scolaire. Ceci d'une part au développement de nouveaux centres d'intérêts (Facebook, whatsapp, instagram, Google...) virtuels chez les jeunes. D'autres parts aux avantages que peuvent présenter ces outils pour les services de l'orientation. Ce qui revient à percevoir les smartphones et tablettes comme des outils didactiques.

Dans notre contexte, il sera question, de rechercher les facteurs liés à de l'usage de Google et Facebook en orientation scolaire dans le développement des compétences psychosociales chez les conseillers d'orientation. Nous nous limiterons à montrer les avantages qu'offre l'usage du moteur de recherche Google et du réseau social Facebook par les CO. Pour l'accomplissement de leur mission d'information et d'offre de services adaptés d'administration et de recherche au sein des établissements scolaires tel que défini par le cahier de charge du conseiller d'orientation au Cameroun (2009).

1.6.2 Délimitation spatiale

Au plan spatial, la présente étude se limite aux activités du service d'orientation scolaire du lycée de la cité des palmiers où nous avons pu mener nos observations durant la période réservée à notre stage d'observation et de consolidation.

1.6.3 Délimitation temporelle

Notre investigation s'étend de la période de du 1^e février 2016 au 15 avril 2016. Soit une durée de deux mois. Elle nous permettra de montrer les impacts que peut avoir l'intégration des applications mobiles Google et Facebook sur le développement de nouvelles aptitudes verbales et non verbales, et de l'efficacité des conseillers d'orientations en milieu scolaire.

CHAPITRE 2 : INSERTION THEORIQUE DU SUJET

Le cadre théorique est le socle explicatif sur lequel repose une recherche sérieuse. Il doit reposer sur l'identification de l'objet de l'étude et des concepts, la prise en compte d'un certain nombre de théories explicatives dans l'analyse, ainsi qu'une revue de littérature. Ces exigences épistémologiques servent de paradigme pour une analyse cohérente, donnant lieu à la formation des hypothèses et l'élaboration des variables.

2.1 APPROCHE NOTIONNELLE

L'approche notionnelle joue un rôle important, car elle contribue à situer le lecteur dans le contexte sémantique bien précis de la recherche. Il est question dans ce cadre, de définir les concepts clés qui fondent notre étude. Il s'agit du :

2.1.1 Intégration des applications mobiles

Les **applications mobiles** sont des logiciels applicatifs développés pour les appareils électroniques mobiles, tels que les assistants personnels, les smartphones, les baladeurs numériques, les tablettes tactiles, ou encore certains ordinateurs fonctionnant avec le système d'exploitation Windows Phone.

Elles sont pour la plupart distribuées depuis des plateformes de téléchargement (parfois elles-mêmes contrôlées par les fabricants de smartphones) telles que l'App Store (plateforme d'Apple), le Google Play (plateforme de Google / Android), ou encore le Windows Phone Store (plateforme de Microsoft). Mais des applications peuvent aussi être installées sur un ordinateur, grâce par exemple au logiciel iTunes distribué par Apple pour ses appareils. Les applications distribuées à partir des magasins d'applications sont soit payantes, soit gratuites, mais généralement avec des publicités.

Sur certaines plateformes, les applications peuvent aussi être installées à partir de sources tierces, via un site non affilié au distributeur d'origine. Sur Android, cela est possible en activant le mode développeur. Sur iOS, cette manipulation est possible soit en étant développeur Apple, soit en possédant un appareil Jailbreaké.

L'intégration des applications mobiles dans le processus d'orientation s'inscrit dans la continuité de l'intégration des TIC dans l'éducation en général et dans l'orientation conseil en

particulier. Cette intégration consiste en l'introduction dans les pratiques d'orientation, des programmes (logiciels) et d'internet sur smartphone permettant de réaliser une tâche ou un ensemble de tâches d'un même domaine ou formant un tout. On a plusieurs types d'applications : les éditeurs de texte, les lecteurs multimédia, les navigateurs WEB, un jeu vidéo, un réseau social. Pour faire fonctionner ces ressources matérielles, toutes ces applications utilisent les services d'un système d'exploitation et d'internet pour la connexion à un réseau plus large.

2.1.2 Processus d'orientation scolaire

La définition de la notion de processus d'orientation scolaire, demande préalablement une approche définitionnelle du concept processus d'Orientation-Conseil.

La définition du concept processus d'Orientation-Conseil nous ramène tout d'abord à préciser le sens des termes qui le composent : Premièrement le processus, deuxièmement le concept d'orientation et enfin, le conseil. De manière littérale, un processus est défini comme un enchaînement ordonné de faits, d'évènements aboutissant à un résultat déterminé.

Sur le plan professionnel comme celui de l'orientation, le processus c'est l'ensemble d'activités corrélées ou interactives qui transforment des éléments d'entrée en éléments de sortie. Les processus d'un organisme tel que le service d'orientation sont généralement planifiés et mis en œuvre dans des conditions maîtrisées afin d'apporter une valeur ajoutée. Et l'intégration des réseaux sociaux dans les pratiques du service d'orientation nécessite la mise en œuvre d'un certain nombre de conditions notamment juridiques; organisationnelles; relatives au personnel; la matière à transformer; la méthode et le milieu.

Introduire l'utilisation d'un réseau social tel que Facebook dans le processus d'orientation revient à adapter les compétences des Conseillers d'orientation à l'utilisation d'un tel outil, à organiser les postes et les missions en fonction des différents services et applications qu'offrent ces réseaux ; à prendre en compte les besoins de l'environnement immédiat en l'occurrence le milieu scolaire, le système éducatif. Si on s'en tient au contexte de l'Education Pour Tous (EPT) dans lequel notre pays est engagé et aux attentes des pouvoirs publics en termes de modernisation de notre éducation, parler de processus en matière d'orientation c'est l'innovation dans les pratiques professionnelles mais aussi l'adaptation.

Selon BETCHEM (2013) Le concept d'orientation renvoie à une pratique sociale générale, qui consiste à « diriger », « guider », à montrer, indiquer ou proposer une voie. Il

s'agit de situer un individu, un objet à partir d'un point, vers un ou d'autres points. L'orientation, en tant que processus par lequel l'on oriente, demande donc la connaissance d'un cadre ou d'un contexte, et la maîtrise dans ce cadre, des points de repère susceptibles de canaliser de manière efficace un individu ou un objet, dans sa marche ou son évolution vers son objectif. L'orientation suppose donc l'existence d'une situation, d'un objectif, et des repères. L'orientation est définie par la Résolution du Conseil de l'Union Européenne du 21 novembre 2008 comme un processus continu qui permet aux citoyens, à tout âge et tout au long de leur vie, de déterminer leurs capacités, leurs compétences et leurs intérêts, de prendre des décisions en matière d'éducation, de formation et d'emploi et de gérer leurs parcours de vie personnelle dans l'éducation et la formation, au travail et dans d'autres cadres où il est possible d'acquérir et d'utiliser ces capacités et compétences .

Le conseil, quant à lui est un avis, une proposition faite par un individu à un autre qui le sollicite. L'UNESCO définit le processus d'orientation scolaire comme un processus interactif fondé sur le respect de l'autre qui, via des méthodes psychologiques reconnues, vise à aider une personne à définir des buts réalistes, à prendre une décision, à accepter un échec, à gérer ses émotions, à développer le sens du respect pour soi et pour les autres. Bref, à résoudre ses problèmes personnels. L'annexe 4 de l'UNESCO (2003) a précisé en plus que, c'est un processus à visée éducative qui se fait habituellement dans une relation interactive dans le but d'aider une personne à apprendre sur elle-même.

Pour Okéné (2009 : 119) : « *Le conseil est un processus d'aide aux usagers dans l'exploration, par eux-mêmes, de leurs propres idées et de leurs sentiments au sujet de leur situation présente, des options qui leur sont offertes et des implications de chacune de ces options.* »

C'est donc une intervention inscrite dans le cadre de la relation d'aide. Il peut être préventif ou curatif, et est utile à toute personne en situation de difficultés. L'orientation-conseil ou « orientation intégrale » se conçoit en réalité comme une pratique éducative de type continu, ayant pour objectif d'aider chaque individu à choisir lui-même la formation la plus conforme à ses aptitudes, à ses goûts et intérêts, à s'y adapter et à résoudre éventuellement ses problèmes comportementaux, psychologiques, relationnels, personnels et sociaux en vue de son plein épanouissement personnel et de son insertion dans la vie active, en conformité avec les besoins du pays et de ses perspectives de progrès économique, social et culturel. Dans un cadre opératoire, le Cahier Des Charges du Conseiller d'orientation au Cameroun (2009) définit

clairement les missions du conseiller d'orientation au sein de l'établissement scolaire. A partir de la définition de ses missions, les conseillers d'orientation sont appelés à jouer un rôle de premier plan dans le processus de formation des élèves avec les missions spécifiques ci- après :

- L'appréciation du contenu des programmes et des méthodes d'enseignement par rapport aux caractéristiques psychologiques des élèves et aux besoins en compétence de l'économie nationale;

- L'aide aux choix des études, des professions et à la vie en général ;

- Le suivi psychopédagogique des élèves ;

- Le conseil aux élèves dans la gestion de leurs divers problèmes scolaires d'insertion socioprofessionnelle, personnels et relationnels ;

- La recherche en psychologie appliquée.

BOMDA (2008) définit le conseiller d'orientation comme une personne compétente qui tient conseil en vue de permettre à celui qui a sollicité l'assise ou la concertation, de guider sa conduite dans une direction conforme à ses intérêts. Pour Guichard & HUTEAU (2006 : 9), le conseiller d'orientation est un expert dont la psychométrie est la science.

2.1.3 Développement des compétences psychosociales des conseillers d'orientation

Pour comprendre la notion du développement des compétences psychosociales, il nous semble nécessaire d'appréhender au préalable le concept de développement, ensuite celui de compétence psychosociale.

De prime abord, définir le concept de développement n'est pas une tâche aisée. Dans la mesure où, il existe plusieurs définitions de ce concept en fonction des corpus à analyser. Selon (2009), ramené à l'échelle du système éducatif en général et du service d'orientation en particulier, nous pouvons envisager le développement comme la combinaison des changements mentaux et sociaux qui rendent le conseiller d'orientation apte à faire croître, cumulativement et durablement son produit réel.

Les changements mentaux évoquent l'acquisition de nouvelles compétences à travers l'assimilation de nouvelles notions relatives à Google et Facebook pour les CO; la motivation qui traduit l'implication du conseiller d'orientation dans les activités visant à accroître son

rendement, son adaptation à cette nouvelle donne de travail. Les changements sociaux s'appréhendent par les mutations dont subit le milieu de vie et de travail relativement aux manières de communiquer, de penser, affronter les difficultés de la vie. Pour Bronfenbrenner (1979), ce sont les actions que l'homme exerce sur son environnement qui déterminent les changements sociaux. Ainsi, le développement implique la fusion de deux mouvements qui se traduisent par l'adaptation des savoir et savoir-faire aux besoins sociaux actuels.

" Les compétences psychosociales sont la capacité d'une personne à répondre avec efficacité aux exigences et aux épreuves de la vie quotidienne. C'est l'aptitude d'une personne à maintenir un état de bien-être mental, en adaptant un comportement approprié et positif, à l'occasion des relations entretenues avec les autres, sa propre culture et son environnement". (OMS 1993).

Une compétence est une connaissance (savoir, savoir-faire, savoir être) mobilisable, tirée généralement de l'expérience et nécessaire à l'exercice d'une activité (l'orientation scolaire dans ce cas). Cette notion émerge à des époques différentes et dans des champs scientifiques différents. La compétence des conseillers d'orientation s'inscrit fondamentalement dans le champ du travail social. Le conseiller d'orientation est un personnel aux triples compétences à savoir :

- les compétences liées à la connaissance de l'individu et des groupes ;
- les compétences liées à la connaissance du milieu scolaire et universitaire ;
- et enfin les compétences liées à la connaissance du monde économique.

Entrant au second cycle de l'enseignement supérieur avec une licence de préférence en sciences humaines, il reçoit une formation axée sur les connaissances fondamentales (la psychologie, la sociologie, l'économie, la pédagogie, l'administration et la planification), les connaissances pratiques (les statistiques, la démographie, l'informatique) et les connaissances professionnelles.

Les activités d'Orientation et de psychologies scolaires s'effectuent au cours de la scolarité de l'enfant à tous les niveaux d'enseignement, FONKOUA & YOUTH (2008).

En somme le développement des compétences psychosociales des conseillers d'orientations se définit comme la combinaison des changements mentaux et sociaux qui rendent le conseiller d'orientation à faire croître cumulativement et durablement son potentiel

réel a travers sa capacité à répondre avec efficacité aux exigences et aux épreuves que lui impose sa profession.

2.1.3.1 Internet : International Network

Aujourd'hui considéré comme le média incontournable et difficile à déchiffrer, internet est un réseau télématique international accessible aux professionnels (les conseillers d'orientation, les enseignants...) comme aux particuliers (élèves, étudiants, chercheurs d'emplois...). C'est un réseau informatique issu « d'Arpanet 1969 », qui est passé de la connexion des seuls ordinateurs à un ensemble beaucoup plus vaste d'objets (les téléphones, les tablettes, téléviseurs...) du monde entier entre eux, révolutionnant les interactions entre les nations, les peuples, et les groupes. Les données sont transmises par l'intermédiaire des lignes téléphoniques, des câbles, fibres optiques ou des satellites.

Le Web, « Toile d'araignée mondiale » en Français, est un gigantesque ensemble de pages électroniques reliées entre elles par des liens hypertextes. Les contenus sont accessibles sous forme de courriers électroniques (E-mails): C'est un système de communication électronique. Il permet d'échanger des messages (textes, images, graphiques, sons...);mais aussi en accès de téléchargements (Download). Mais les médias qui font l'objet d'un intérêt approfondi dans le cadre de cette étude sont les réseaux sociaux. Avant d'y parvenir, il est important de définir le type de matériel pratique et économique qui impulse un intérêt croissant pour les réseaux sociaux.

2.1.3.2 Smartphone

En français, téléphone intelligent, le smartphone est un téléphone évolué disposant des fonctionnalités d'un assistant numérique personnel, d'un appareil photo numérique et d'un ordinateur portable. La saisie des données se fait le plus souvent par le biais d'un clavier tactile ou plus rarement par le biais d'un stylet. Obéissant aux principes de fonctionnement d'un ordinateur, il peut exécuter divers logiciels et applications grâce à un système d'exploitation conçu spécialement pour mobile. Grâce au développement du système Androïde, il fournit en plus des fonctionnalités que celle du téléphone mobile classique comme : l'agenda, la télévision, le WEB, le courrier électronique, la géolocalisation, le dictaphone, le magnétophone et les applications additionnelles tels que les didacticiels...

2.1.3.3 Moteur de recherche

Un moteur de recherche est une machine spécifique (matérielle et logicielle) chargée d'indexer des pages web afin de permettre une recherche à l'aide de mots-clés dans un formulaire de recherche. L'indexation du web se fait régulièrement grâce à des robots (spiders ou crawlers) qui parcourent les pages web de lien en lien et les stockent dans leur index. Cet index est interrogé par l'internaute avec des mots clés libres dans une interface de recherche. Le moteur interroge alors son index et sélectionne les pages web qui contiennent les mots clés (recherche en plein texte). L'affichage de résultats se fait selon un classement propre à chaque moteur en fonction de certains critères de pertinence que l'on appelle page Rank (occurrence des mots dans la page et dans le titre, popularité, mise à jour régulière...).

La plupart des moteurs de recherche peuvent être ajoutés dans la barre d'outils de votre navigateur internet. Dans le domaine de la recherche scientifique, nous avons un certain nombre de moteurs de recherche tel que Google Scholar, Scirus, Seek, UREC, In extenso.org, Spino, Cuil.

2.1.3.4 Google

C'est un des moteurs les plus complets par le nombre d'options innovantes qu'il propose régulièrement et le plus performant par la qualité de ses recherches et la pertinence de ses résultats. Son index dépasse 40 milliards de pages et ses critères de classement des résultats sont les plus objectifs existants. Ce moteur est actuellement prédominant en France avec près de 90% des requêtes (63% dans le monde). Il est possible de chercher un document en fonction de son support (textes, images, vidéos), par typologie (« Actualités » pour chercher dans la presse en ligne, recherche de blogs, de livres avec « Google Books »). Google propose l'alternative d'une recherche par annuaire (qui utilise DMOZ qui est un annuaire contributif et bénévole). De par ses caractéristiques ses apports en orientation ne sont plus à démontrer. Dans la mesure où les conseillers d'orientation peuvent avoir accès à un certain nombre d'informations leur permettant de renforcer leurs connaissances. Par ailleurs, au Cameroun Google est le moteur de recherche qui facilite l'accès à plusieurs services publics comme privés. De plus, Google a révolutionné l'univers des smartphones à travers son système d'exploitation et plus 4000 application avec environ 300 pour l'éducation. Par ailleurs, Google propose également des moteurs spécialisés tel que :

- **Google actualité** : qui recherche les informations sur les pages web des journaux en ligne ;
- **Google Scholar** : c'est un moteur de recherche spécialisé dans les travaux universitaires : il indexe des articles issus de périodiques avec évaluation par les pairs, des thèses, des livres, des rapports, des articles en prépublication. Avec l'accord des éditeurs, la numérisation et l'indexation de cette littérature scientifique révèle une partie du web invisible. L'index est marqué par la prépondérance de ressources en sciences exactes et médicales, par rapport aux sciences humaines et sociales. La langue majoritaire est l'anglais. On peut trouver notamment dans les sources françaises la totalité de l'archive française HAL du CCSD et les collections du fonds documentaire de l'INIST. Google Scholar propose aux bibliothèques de participer à l'alimentation du site, grâce à des liens avec leur catalogue.

2.1.3.5 Réseaux sociaux

Aujourd'hui, incontestablement à la mode, la notion de réseau sert désormais à désigner une grande variété d'objets et de phénomènes. Ce n'est pourtant pas un néologisme : le mot est ancien, et l'histoire de ses usages dans la langue française décrit un long parcours depuis ses premières occurrences au XVIIe siècle, pour désigner un tissu dont les chasseurs se servaient comme d'un piège (les *rets*) ou les dames comme d'une coiffe (la *résille*), en passant par ses usages médicaux (le réseau sanguin, le réseau nerveux).

On entend par réseaux sociaux, l'ensemble des systèmes permettant d'interagir avec des groupes de personnes ayant des points communs. Le réseau social s'organise généralement autour d'un site web sur lequel des outils sont mis en place. Les réseaux sociaux sont aussi un ensemble d'acteurs (individus, groupes ou organisations) reliés par des interactions sociales. Ces interactions sociales peuvent être de différentes natures: familiales, sentimentales (liens forts) ou plus distantes : affinité, relation d'affaire, de travail (liens faibles)... Elles peuvent se nouer à travers des contacts directs ou technologiques : échange de lettres, de mails, chats, réseaux sociaux, mondes virtuels.

Du Web 2.0 au Web 4.0 : l'émergence des réseaux sociaux est liée aux révolutions technologiques et techniques dont l'application de la technologie *Ajax*. D'une part, les interactions étant plus rapides, consulter est devenu plus confortable, les utilisateurs prennent conscience de leur pouvoir d'interagir sur la toile. C'est le Web 2.0 d'autre part. L'inconvénient

de ces multiples interactions est la désorganisation des données. D'où la naissance du concept des métadonnées (structuration des interactions), encore appelé Web sémantique. Le Web 3.0 et le Web 4.0 seraient la synchronisation de tous les Web services et technologies.

Les réseaux sociaux sont devenus une composante de l'identité numérique, au même titre qu'un site internet. Ils constituent un moyen de développer la présence du CO en ligne et de montrer sa maîtrise des nouveaux outils de communication. Une présence sur les réseaux sociaux peut être perçue comme un gage d'efficacité (nous verrons cependant que tout dépend des modalités de développement de cette présence).

Le fonctionnement d'un réseau est souvent caractérisé par une même et unique procédure ; création d'un profil, recherche d'autres profils en relation avec un centre d'intérêt et enfin de mise en relation (direct ou non).

D'un côté, les réseaux sociaux de type plate-forme, mettent à la disposition des contenus sans création de profil, sans qu'il y ait besoin d'avoir une appartenance à la communauté, en diffusant ses propres vidéos par exemple, il doit obligatoirement se créer une fiche d'identité (profil).

Ainsi, l'internaute est reconnu en tant que membre de la dite communauté et capable de rechercher des profils, de diffuser et de partager des contenus.

Par contre, il n'y a pas de mise en relation à proprement parler. Les membres du réseau ne peuvent interagir entre eux qu'en vertu des réactions, sous forme de commentaire, à des contenus publiés.

De l'autre côté, nous avons les réseaux sociaux personnels (généralistes ou thématiques) qui rapprochent réellement plus de l'univers social et partage de contenu. Les réseaux sociaux professionnels sont les plus avancés d'un point de vue fonctionnalités proposées pour la gestion de sa communauté. La création de son profil est objectif primordial pour pouvoir profiter de tous les services associés aux réseaux le plus grand et pertinent possibles.

De ce fait, la création de sa fiche personnelle (son Curriculum Vitae) est vitale, et la création de son réseau n'est plus compliquée que cela et permet d'être rapidement en relation avec le « monde entier ».

En effet, selon plusieurs théories dont celle de *6 degrés* « le monde entier est à portée de mains ». Cette théorie explique qu'il existe rarement plus de 5 maillons, soit 6 personnes, entre n'importe quel individu se trouve sur terre.

D'après l'anthropologue (Dunbar & GLAGWELL ; 2011) le cerveau de l'homme n'est pas équipé pour entretenir plus de 150 connexions sociales actives à un instant. Et une dernière théorie dans le même sens que la précédente, est celle « des liens forts et des liens faibles » développé par LEFEBVRE (2005) dans le livre blanc (les réseaux sociaux professionnels). Les liens forts sont des liens quasi naturels (familles, amis, collègues, proches) et facilement entretenables. Tandis que les liens faibles, quant à eux, court terme et très contextuels, voire occasionnels ou uniques.

Ces réseaux sont un puissant moyen de communication pour toutes les structures et les groupes qui ont un souci de visibilité et d'efficacité. Les conseillers d'orientation disposeraient là d'un moyen de communication moins coûteux et très accessible. Nous parlons précisément de Facebook.

2.1.3.6 Facebook

C'est un réseau social créé en 2004 par ZUCKERBERG à l'université de Harvard. Facebook était un réseau social universitaire dont l'objectif était de rassembler les étudiants autour des forums de discussions personnelles ou publiques. C'est un réseau permettant aux utilisateurs de se créer un profil et de publier des informations. L'utilisateur peut notamment entrer en relation avec des personnes, des groupes ou des pages d'entreprises.

Facebook est un site communautaire permettant de se maintenir et de tisser les liens entre individus. Il s'agit d'une boîte à outil social, en quelque sorte, qui peut servir à la fois personnellement (jouer, se divertir, faire des rencontres, trouver de l'emploi, etc...) et professionnellement (acheter, vendre, collaborer sur des projets, organiser des événements tels que la Journée Nationale de l'Orientation Scolaire (JNOS), s'informer sur les filières et bourses d'études etc...

Fondé sur la théorie de 6 degrés de séparation de KARINTHY et sur celle des réseaux sociaux du Dunbar et Mayfield (2007), Facebook rassemble de nos jours, plus de soixante millions d'individus regroupés par établissement, entreprise, lieu d'habitation ou encore centre d'intérêt.

L'utilisation de Facebook sur le plan professionnel en général et en orientation conseil en particulier nécessite une certaine maîtrise de l'outil numérique, une connaissance des risques liés à la protection de la vie privée, à la protection des personnes vulnérables sur le plan émotionnel que sont les élèves. Pour une bonne appropriation, il semble nécessaire de mettre l'accent sur la formation des conseillers d'orientation à l'utilisation sur le plan professionnel de cet outil. Il s'agit également de sensibiliser toute la communauté éducative sur les risques et périls que peut représenter l'utilisation d'un tel outil. Ce qui permettrait aux services d'orientation de gagner en efficacité et en visibilité.

2.2 REVUE DE LA LITTÉRATURE

Pour Quivy (1995 :42) Lorsqu'un chercheur entame un travail, il est peu probable que le sujet traité n'est jamais été abordé par quelqu'un d'autre auparavant, au moins en partie ou indirectement...tout travail de recherche s'inscrit dans un continuum et peut être situé dans ou par rapport aux courants de pensée qui le précèdent et l'influencent. Ainsi nous commencerons par les textes juridiques en rapport avec l'orientation conseil, en suite les travaux nationaux s'inscrivant dans le même champ, les travaux sur le plan international et nous terminerons par la synthèse.

2.2.1 Travaux antérieurs sur l'usage des TIC en orientation scolaire au Cameroun

Pour une mise au point de l'état actuel de la question, travaux peuvent retenir notre attention : Ceux WAFING (2009) dont le but était d'apprécier les performances professionnelles des conseillers d'orientations relativement à leur usage des tics ; ceux de Bobo (2008) qui a travaillé dans le cadre de son mémoire sur l'usage des TIC dans le développement des compétences psychopédagogiques des CO ; ceux de MATCHINDA et NGUEPKAP (2006), qui analyse la représentation sociale des TIC par les CO au cameroun.

2.2.1.1 les performances des conseillers d'orientation scolaire au Cameroun par l'usage des applications mobiles

Cette étude s'est intéressée à l'intégration des applications mobiles en orientation scolaire relativement au développement des compétences psychosociales des conseillers d'orientations.

A ce sujet, WAFING (2009) part des défis de l'orientation scolaire relativement à la formation des acteurs de l'orientation scolaire au Cameroun, la définition de leur rôle auprès des jeunes et leurs familles, leur ouverture à la formation professionnelles et à

l'emploi, leur capacité à répondre aux besoins des jeunes en terme d'orientation vers les filières de formation qualifiantes.

Selon elle les TIC constituent une vitrine d'ouverture au monde et cela est encore plus vrai quand on regarde le cas du Cameroun. Le travail du conseiller d'orientation pour être efficace requiert les préalables relatifs à :

- La possession de l'information

Le conseiller d'orientation doit avoir en sa possession un répertoire efficace d'informations sur les formations scolaire et professionnelles, susceptibles de lui permettre de remplir efficacement de médiateur entre l'élève, la formation et l'emploi.

- Le savoir informer

Il ne s'agit pas seulement pour l'orientation scolaire de remplir les fonctions d'information mais de les remplir avec efficacité et efficience puisque l'information fait partie des droits fondamentaux de l'éducation.

Ainsi les stratégies qu'adoptent les établissements oscillent entre deux orientations stratégiques : les programmes composés d'interventions collectives (qui utilisent essentiellement les entretiens individuels) et les programmes centrés sur l'auto-information.

La première orientation prend en compte le rôle des contenus d'information alors que la seconde insiste sur : « l'autonomie de l'élève, d'un jeune acteur de son information et de son orientation ».

Concernant l'autonomisation des élèves deux voies d'importance sont à explorer : la recherche documentaire et les TIC (Les applications mobiles compris).

Pour elle malgré la vulgarisation des applications mobiles et autre outils du numérique dans le monde, on ne peut affirmer aujourd'hui qu'au Cameroun, elles constituent des outils de travail donc se sont appropriés les conseillers d'orientation. Et cela peut s'expliquer par la faible rémunération professionnelle de ces derniers et le peu d'accessibilité aux outils informatiques.

Dans la mesure où tous les établissements scolaires ne sont pas encore de salle d'informatique et de connexion internet.

Ce qui justifie le fait que :

- les conseillers d'orientations ne maitrisent pas toujours des applications mobiles ;
- les conseillers d'orientation scolaires ne sont pas toujours au courant de nombreuses mutations académiques et professionnelles ;
- les conseillers d'orientation sont souvent en retard sur les élèves par rapport à l'information socioprofessionnelle surtout si ceux sont des familles nanties.

Ainsi selon elle le niveau de connaissance et d'utilisation des applications mobiles dans le processus d'orientation scolaire au Cameroun influence les performances (efficacité et l'efficience) du conseiller d'orientation.

2.2.1.2 Les représentations des TIC dans l'orientation

MATCHINDA & NGUEPKAP (2006), illustrent les représentations que les Conseillers d'Orientations développent vis-à-vis des TIC en générale et leur utilisation en orientation en particulier. Ils mettent en exergue la plus-value des TIC sur les aptitudes professionnelles et relationnelles du CO. Ils arrivent à établir que l'usage des TIC a un effet positif sur les compétences du CO. A travers leurs études, ils cherchent à cerner les dispositions des CO à l'utilisation de ces outils révolutionnaire, ainsi que l'influence du degré d'appropriation des TIC sur les habilités du CO. Il apparaît à la fin de leurs analyses que l'usage des TIC accroît le savoir, le savoir-faire et le savoir-être des CO. Ils affirment à cet effet que :

« Les conseillers d'orientation placés dans les conditions de travail souhaitables pourraient effectivement se servir des TIC et produire les performances ».

2.2.1.3 Les usages des TIC dans l'Orientation

. DZOUNESSE (2012) quant à lui met l'accent sur les différents aspects sur lesquels les TIC et les réseaux sociaux peuvent servir dans le développement des compétences du CO. Selon lui l'intégration de ces nouveaux outils doit préalablement passer par un projet global d'établissement et consiste pour le Conseiller d'Orientation à :

- Aide à l'analyse des flux et au suivi individualisé des élèves ;
- A la recherche documentaire et à la mise à disposition des élèves de l'information relative aux filières et débouchées ;
- A l'aide personnalisé à la connaissance de soi pour ce qui concerne le volet de l'orientation scolaire.

Avec la diversité des quantités d'informations et la complexité des informations dans la sélection des candidats ainsi que le souci de fiabilité et de rapidité, MBANGWANA & Achale (2006) montrent l'apport des consultations assistées par internet dans l'accroissement des compétences permettant une large diffusion des informations et une facilité dans la prise de décision. Pour ces derniers, l'usage des TIC apparaissent comme des outils d'aide à la prise de décision et d'aide à la consultation à distance. Ils mettent en exergue l'aspect bénéfique de

l'Internet pour les CO dans l'exercice de leurs pratiques. La diffusion des informations en ligne aide les CO à travers le Monde comme nouvelle pratique d'orientation

2.2.2 Travaux antérieurs sur l'orientation dans d'autres contextes

Plusieurs auteurs dans d'autres pays se sont intéressés précisément à l'utilisation des réseaux sociaux dans un milieu éducatif en général et en orientation en particulier. C'est le cas de LUKESO (2011) qui a travaillé dans le cadre de son mémoire sur l'importance de Facebook dans la communication en milieu universitaires et Charrette (2015) qui a travaillé sur la valeur ajoutée des réseaux sociaux dans les missions du CO...c'est ainsi que nous pouvons les regrouper en termes des travaux portant sur la visibilité des services sociaux d'orientation, la valeur ajoutée des TIC dans les compétences d'intervention du CO et la finalité de l'orientation.

2.2.2.1 La visibilité sociale des services de l'orientation

Selon LUKESO (2009), Facebook est devenu un outil de socialisation qui forge une nouvelle communauté dite « virtuelle » par deux mouvements :

- Soit par transposition des relations déjà entretenues dans des communautés réelles ;
- soit d'une découverte des autres, susceptible de déstructurer et restructurer des alliances, basées sur des intérêts divers suivant les rapports dictés par des profils des inters actants ou tout simplement au gré des clics aléatoires.

A ce niveau justement, il nous amène à comprendre premièrement que Facebook ne peut pas changer la profession ni les missions du Conseiller d'Orientation dans la mesure où il s'agit simplement d'une transposition des relations entretenues dans un cadre précis qu'est l'école. Des relations que les jeunes élèves entretiennent avec les conseillers d'orientation conformément à leurs missions tels que prévue dans le cahier de charge, et aux règles d'éthique et de déontologie qui organise la profession éducative en général et le corps des Conseillers d'Orientations en particulier.

Par ailleurs, il insiste sur les possibilités qui sont offertes par cet outil, sur sa portée en termes de lien, de profil (qualité de la personne ou de l'organisation) que cet outil peut avoir pour l'éducation de manière générale et le conseiller en particulier.

2.2.2.2 La valeur ajoutée des TIC sur les compétences du conseiller d'orientation

Pour Charrette (2015), l'utilisation des réseaux sociaux de manière générale et de Facebook en particulier constitue un atout majeur pour la visibilité et la lisibilité du conseiller d'orientation quel que soit le milieu dans lequel il intervient. Être CO c'est exercer un rôle-conseil auprès d'individus, de groupes, d'organisations, d'écoles ou de communautés.

« Le rôle de conseil est avant tout un rôle d'influence qu'exerce le conseiller d'orientation dans son milieu, devenant ainsi un consultant interne, soit sur demande, soit de sa propre initiative. »

Dans cette perspective, la valeur ajoutée du CO passe par sa capacité à rayonner. À faire valoir les divers aspects de l'orientation à travers les outils technologiques et les moyens dont il dispose. Le CO doit savoir prendre sa place, gagner sa crédibilité et avoir un pouvoir d'influence par le rôle-conseil. Il pourra acquérir cette crédibilité par ses capacités relationnelles, sa connaissance de son milieu professionnel, ses compétences (la psychologie, le développement de la personnalité et des fonctions intellectuelles, cognitives et affectives, la psychométrie et l'évaluation du fonctionnement psychologique des personnes, le counseling individuel et de groupe, la psychopathologie, les théories du développement vocationnel, le développement de l'identité, l'apprentissage).

Il doit être un acteur stratégique de son milieu. Ce qui implique une adaptation et une appropriation des modes de fonctionnements et d'interactions sociales. Raison pour laquelle le Conseiller en milieu scolaire doit pouvoir connaître son environnement, les difficultés et les centres d'intérêts des élèves qui sont pour la plupart des jeunes adolescents. Entreprendre les démarches visant à s'intégrer dans leur univers virtuel pour les aider à faire face à leurs difficultés respectives. Et cela ne peut se faire sans avoir recours aux moyens de communication de masses.

2.2.2.3 Finalité de l'orientation

Les individus des sociétés du savoir du début du 21^e siècle doivent prendre conscience que leurs préoccupations d'orientation et de vie professionnelles ne sont que des éléments d'un ensemble beaucoup plus vaste d'interrogations relatives à la manière de vivre sa vie dans un monde postmoderne dominé par une économie globalisée, et s'appuyant sur les technologies de l'information. Les nouveaux rapports entre le travailleur et le monde du travail conduisent à

développer et à mettre en œuvre de nouveaux dispositifs visant au développement des personnes. Plus précisément, ces interventions d'orientation devraient aider les individus à

Réfléchir à leurs « biens-clés » (Parker, 2007) en lien avec le contexte dans lequel ils vivent. L'objectif d'une telle réflexion serait de les aider à résoudre les problèmes qui peuvent se poser quand ils construisent leur vie, en faisant correspondre leurs besoins avec les exigences des contextes, notamment celui du travail (SAVICKAS & al) (2010).

L'orientation a pour but de répondre aux attentes des individus en termes de difficultés dans la prise de décision ou de l'incertitude de ce qu'ils veulent devenir. L'orientation permet alors à toute personne de prendre conscience de ses aptitudes pour pouvoir décider, faire un choix, Guichard & Hutteau (2006). L'orientation vise à rendre l'individu conscient de ses aptitudes et responsable des choix qu'il opère. Elle le rend autonome dans tous ses actes DANVERS (1992).

2.2.3 Synthèse de la Revue de la Littérature

Notre recherche relative à l'usage de nouvelles applications mobiles dans le processus d'orientation et le développement des compétences psychosociales chez les conseillers d'orientations nous amené à faire un tour d'horizon d'un certain nombre d'écrits. Les écrits concernant l'utilisation des TIC en orientation au Cameroun, nous ont permis de comprendre quel est l'impact de tels outils pour le développement des compétences du CO et par ricochet, la visibilité des services d'orientations au sein du milieu scolaire.

LUKESO (2010) & Charrette (2015) sur l'influence des réseaux sociaux en occurrence Facebook sur le rayonnement professionnel et la visibilité du conseiller d'orientation. (Guichard & HUTEAU) (2006) nous rappellent que l'orientation a pour finalité de placer l'individu au centre de ses décisions. (SAVICKAS & Al) (2010) insistent sur le fait que l'orientation doit répondre aux besoins personnels de chaque individu et cela ne peut se faire au 21^e siècle sans tenir des TIC.

2.3 THÉORIE EXPLICATIVE DU SUJET

Pour AKTOUF (1992 :16), « *la théorie est la réunion d'un ensemble de lois concernant un phénomène donné en un corps explicatif global et synthétique* ». Elle est indispensable dans toute recherche qui se veut scientifique, car, ainsi que l'écrit Lalande (1956 : 1128), une théorie est « *une large synthèse se proposant d'expliquer un grand nombre de faits et admise à titre d'hypothèse vraisemblable par la plupart des savants d'une époque* ». Les théories sont des

constructions de la méthode scientifique qui dépendent d'abord des paradigmes comme préceptes à la base de cette construction ; c'est le point de « repère du chercheur », soit qu'elle en comble les lacunes. De plus, la perspective théorique est garante de l'intégration de la recherche dans la communauté scientifique. Elle sert donc à justifier la « scientificité » d'une recherche et à légitimer celle-ci dans un paradigme reconnu selon la fonction de la science normale.

Pour ainsi déchiffrer le réel dont il est question dans ce travail, deux modèles théoriques ont été retenus : les modèles de diffusion et d'adoption des innovations technologiques et le connectivisme.

2.3.1 Les modèles de diffusion et d'adoption des innovations technologiques

Comme la littérature portant sur les facteurs d'adoption des TIC chez les conseillers d'orientation demeure limitée à ce jour, il semble approprié d'explorer les modèles théoriques utilisés pour expliquer les comportements individuels dans le cadre de l'introduction des TIC dans les contextes variés. Parmi ces modèles, il y a : le modèle de Rogers.

L'un des modèles dont l'utilisation est largement répandue dans le domaine de l'adoption des technologies est celui de la diffusion des innovations (DI) de Rogers (1995). Celui-ci définit la diffusion comme : « *le processus par lequel, à mesure que le temps passe, une innovation est communiquée aux membres d'un système social à travers certains canaux* ».

Les attributs de l'innovation selon Rogers (1995), font référence aux perceptions individuelles quant à l'avantage relatif que proposent les réseaux sociaux dans l'atteinte des missions du CO. La perception des avantages est reliée à l'adoption et aux usages qu'offrent ces derniers.

La faible complexité, la possibilité d'essai et le fort rayonnement d'une innovation sont des éléments associés positivement à l'adoption d'une nouvelle technologie.

Parallèlement, dans le prolongement des travaux de ROGERS, FISHBEIN & AJZEN (1975) ont proposé un modèle général qui vise à expliquer et à prédire l'adoption des comportements individuels. Selon la théorie de l'action raisonnée, le comportement d'un individu est directement déterminé par son intention de réaliser ce comportement.

Corrélativement, le modèle proposé par Davis (1989) est basé sur la théorie de l'action raisonnée. Selon le MAT (Modèle de l'Acceptation des Technologies), l'intention d'utiliser une technologie est l'antécédent direct du comportement d'utilisation. De plus, selon le modèle de Davis (1989), l'attitude est déterminée par deux types de croyances seulement : l'utilité perçue

et la facilité d'utilisation perçue. Par ailleurs, l'ajout des mesures appropriées des facteurs sociaux et de la motivation accroît la prédiction.

Conjointement, les usages des TIC ont fait l'objet de plusieurs recherches et approches sociologiques. A ce titre, pour Breton & Proulx (2002 : 255), l'usage renvoie à un ensemble de définitions allant de « *l'adoption, à l'appropriation en passant par l'utilisation* ». L'appropriation des TIC exige selon BOUDOKHANE (2006) la réunion de trois conditions sociales :

- Premièrement, l'individu doit démontrer un minimum de maîtrise technique et cognitive de cet outil pour s'approprier un objet technique.
- Deuxièmement, cette maîtrise devra s'incorporer de manière créatrice à ses pratiques courantes.
- Troisièmement, le processus d'appropriation d'une TIC doit intégrer les caractères attracteurs et répulsifs : facilité d'utilisation, l'expertise, l'ergonomie...

2.3.2 Le connectivisme ou théorie de l'apprentissage à l'ère du numérique

Les Conseillers d'Orientation, catégorie socioprofessionnelle spécifique sont largement influencés par l'usage des technologies de réseaux dans le processus enseignement apprentissage. Cofondée par (Siemens & DOWNES) (2004), « Le connectivisme est l'intégration des principes explorés par les théories du chaos, théories des réseaux (et la théorie de l'information), de la complexité (et la systémique) et les théories de l'auto organisation. L'apprentissage est un processus qui se produit dans des environnements nébuleux composés d'éléments de base en mouvement et le processus d'apprentissage n'est pas entièrement sous le contrôle de l'individu ». En effet, un des aspects du connectivisme c'est l'utilisation des d'un réseau composé de nœuds et de connexions comme métaphore centrale du développement de nouvelles compétences pour les conseillers d'orientations et l'efficacité dans la recherche et la résolution des problèmes.

GUITE (2004) le caractérise ainsi : « Essentiellement, le connectivisme constitue un modèle d'apprentissage qui reconnaît les bouleversements sociaux occasionnés par les nouvelles technologies, lesquels font en sorte que l'apprentissage n'est plus seulement une activité individualiste et interne, mais est aussi fonction de l'entourage et des outils de communication dont on dispose. »

Elle s'appuie sur l'analyse des limites du béhaviorisme, du cognitivisme et du constructivisme pour expliquer les effets des TIC sur la façon dont nous vivons, travaillons, communiquons et apprenons. Selon BANDURA (2003), la part essentielle de l'acquisition des

connaissances s'acquièrent par un phénomène de l'ordre du mimétisme social, que les spécificités du monde numérique, et leur influence sur l'apprentissage, sont véritablement prises en compte dans la détermination de l'auto efficacité. L'individu (CO) est aussi un être social, ou plus exactement, un être groupal, (Anzieu & Martin) (2000).

L'auto efficacité du groupe est la croyance individuelle partagée par un groupe en ses capacités conjointes d'organiser et d'exécuter les actions nécessaires pour produire un niveau donné de réalisations, BANDURA (1997). L'efficacité personnelle est la croyance de l'individu en sa capacité d'organiser et d'exécuter la ligne de conduite requise pour produire, BANDURA (2003). Dans cette perspective, le conseiller d'orientation de par sa croyance à ses capacités personnelles et d'interaction avec le groupe doit pouvoir :

-Développement des compétences de base dans la création des liens entre les champs, les idées et les concepts au travers d'une logique combinatoire et rhétorique pour comprendre le langage humain et proposer des contenus d'apprentissages plus motivant pour l'élève ;

- Mettre constamment à jours ses connaissances pour aider les élèves à prendre des décisions permettent de choisir ce que l'on apprend et la signification de l'information dans notre réalité changeante.

Asselin (2010), citant CRONON (2007), déclare: « qu'une personne éduquée est davantage capable de voir par rapport aux autres les interconnexions aussi bien qu'elle voit le sens dans l'ordre des choses, ce qui lui permet d'agir sous un mode beaucoup plus créatif».

Pour ces auteurs, la technologie est un outil aux possibilités quasi illimitées pour les conseillers d'orientation et la limite ne vient que de leurs capacités à imaginer ces possibilités. Par exemple, créer des groupes Facebook pour la classe en vue d'utiliser les activités d'apprentissage collaboratif. Ouvrir des ressources à la collaboration et au partage. Utiliser les systèmes ouverts de ressources éducatives dans la planification et la prestation de matériel didactique : des vidéos, des podcasts, des interviews, des jeux... Grace à Facebook de nombreuses ressources existent déjà pour ce types de contenues. Faciliter la recherche des ressources en mettant sur pieds des références théoriques permettant de guider l'élève ; expérimenter les différents outils et approches pédagogiques. Etre capable de fournir aux apprenants les ressources qui leurs permettent de continuer à nourrir leur apprentissage après que les séances de formation soi terminé. Développer les compétences de l'apprenant à participer et à contribuer au réseau méthaévalué des compétences telles que l'authenticité de l'information... les compétences conceptuelles comme accepter l'ambiguïté et le fonctionnement dans un environnement incertain.

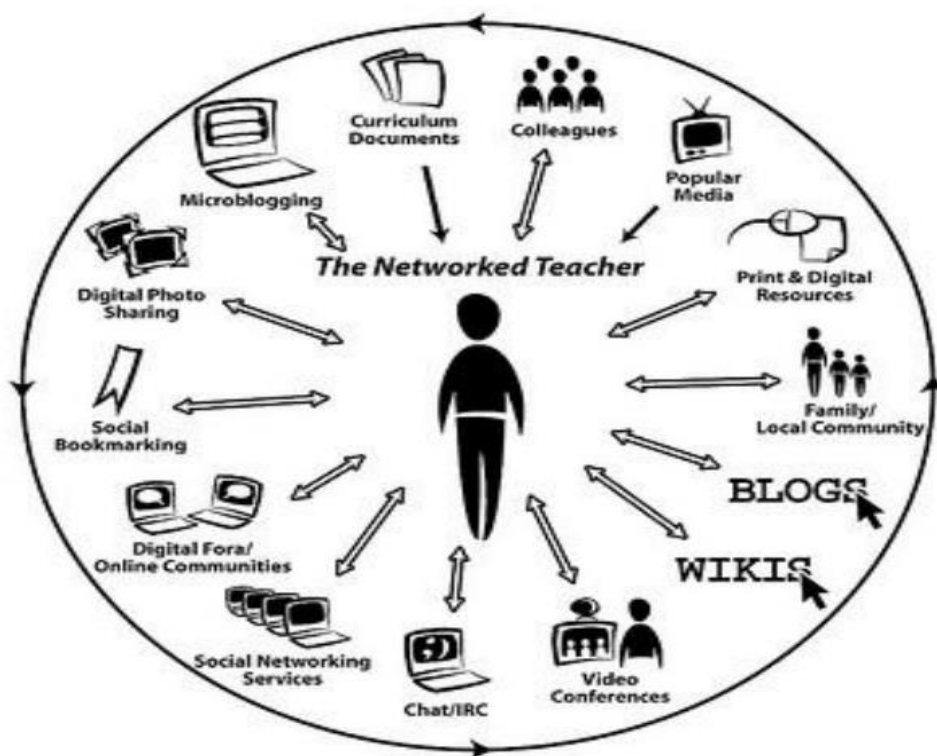


Figure 2 : représentation connectiviste de l'éducateur

Cette représentation illustre la position de l'éducateur en général et du conseiller d'orientation en particulier au centre des interactions qui fondent le processus enseignement apprentissage. Elle témoigne de l'ensemble des processus et éléments qui déterminent l'efficacité de ce dernier dans la compréhension et la résolution des crises auxquelles font face les élèves. Elle est également une parfaite illustration des bouleversements socioéducatifs engendrés par les TIC.

Les théories présentées ci-dessus nous permettront de présenter et d'analyser l'apport de l'usage des technologies de réseau dans les activités d'orientation scolaire. Notamment en ce qui concerne le développement des compétences psychosociales des conseillers d'orientations et l'accroissement du potentiel d'action. Elles nous aideront à préconiser des mesures permettant de donner une valeur ajoutée à l'aspect productif à l'usage des TIC par les CO de manière à favoriser et à booster leur rendement professionnel.

2.4 FORMULATION DES HYPOTHESES

Une hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui selon les cas, peuvent être des concepts ou phénomènes. « Une hypothèse est donc une proposition provisoire, une présomption qui demande à être vérifiée » Quivy (1995 : 134). C'est une

présomption, c'est la réponse présumée à la question de recherche dont on ne sait pas encore si elle est fondée ou contestable, mais au sujet de laquelle on croit que les faits pourront établir soit la vraisemblance, soit l'incertitude. Pour notre étude, nous partirons d'une hypothèse générale que nous disséquons en hypothèses spécifiques.

2.4.1 Rappel de la question principale de recherche

Le développement des nouvelles aptitudes de communication chez les conseillers détermine-t-il leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions?

2.4.2 L'hypothèse générale

Le développement des nouvelles aptitudes de communication détermine l'efficacité du conseiller d'orientation dans l'accomplissement de ses missions.

2.4.3 Définition des variables de l'hypothèse générale

Les tableaux ci-dessous présentent la définition des variables de l'étude. Il s'agit de la définition opératoire des variables en niveau, indicateurs et modalités. Les niveaux ou opérations sont des concepts opératoires que nous détaillons en termes d'indicateurs. Les différentes observations peuvent être regroupées sur une échelle au travers des modalités.

Tableau 1: Variable indépendante

Variable indépendante	Niveaux	Indicateurs	Modalités
Développement des nouvelles aptitudes de communication	- L'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation.	-Recherche sur les filières de formations et les débouchés ; -Recherche des supports didactiques ; -Actualisation des connaissances théoriques.	- Très adéquat - Peu adéquat - Pas du tout adéquat
	- L'apport du réseau sociale Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire.	- Animation des groupes de causerie éducative ; - Suivi des entretiens individuels ; - Information sur les filières et débouchés	- Très adéquat - Peu adéquat - Pas du tout adéquat

Les modalités de l'usage du moteur de recherche Google et du réseau social Facebook dans le processus d'orientation sont les suivantes : très adéquat c'est-à-dire très approprié pour la recherche et la résolution des problèmes d'ordre didactique et pédagogique ; peu adéquat c'est-à-dire pas très approprié pour la résolution des problèmes d'orientation ; pas du tout adéquat c'est-à-dire pas recommandé pour la résolution des problèmes d'orientation. Précisons que dans notre grille d'analyse, (+) correspond à adéquat ; (±) correspond à peu adéquat ; (-) correspond à pas toujours adéquat selon le sens de la question.

Tableau 2 : Variable dépendante

Variable indépendante	Niveaux	Indicateurs	Modalités
Efficacité du conseiller d'orientation dans l'accomplissement de leurs missions	-Amélioration de la qualité des activités de formation ;	-connaissances en animation de groupes ; - connaissances des méthodes et mode d'information ; -Information sur les filières et débouchés.	- Très adéquat - Peu adéquat - Pas du tout adéquat
	-Amélioration de la qualité de l'offre des services adaptés ;	-Aide à la résolution des difficultés d'apprentissages ; - connaissance des besoins de l'élève ; -Aide à l'élaboration d'un projet scolaire.	- Très adéquat - Peu adéquat - Pas du tout adéquat
	-Amélioration de la qualité des activités administratives et de recherche.	- Recherche des partenariats pour les visites des entreprises ; - Recherche des ressources dans l'organisation de la JNOS	- Très adéquat - Peu adéquat - Pas du tout adéquat

Les modalités de la variable dépendante, de l'accroissement de la visibilité et de la lisibilité des activités du conseiller d'orientation en milieu scolaire sont : Adéquat, signifie qu'il est approprié pour mener les trois activités(+); Peu adéquat, signifie qu'il n'est pas très approprié pour mener cette activités(±); pas du tout adéquat, signifie pas du tout approprié pour mener cette activité (-).

2.4.4 Hypothèses de recherche

Les hypothèses de recherche sont des affirmations qui impliquent la relation entre deux variables. Dans cette étude, nous avons formulé deux hypothèses de recherche.

Hypothèse de recherche 1 (HR1) : les facteurs liés à l'usage de Google et Facebook par les conseillers d'orientation déterminent le développement de nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire.

Hypothèse de recherche 2 (HR2) : Les facteurs liés aux aptitudes de communication du conseiller d'orientation scolaire déterminent son efficacité l'accomplissement de ses missions.

Tableau N°3 : Récapitulatif des hypothèses, des variables, des indicateurs, des modalités

Hypothèse Générale	Hypothèse de recherche	variables	Indicateurs	Modalités
Le développement des nouvelles aptitudes de communication détermine l'efficacité du conseiller d'orientation dans l'accomplissement de ses missions	1 (HR1) : les facteurs liés à l'usage de Google et Facebook par les conseillers d'orientation déterminent le développement de nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire.	VI : les facteurs liés à l'usage de Google et Facebook par les conseiller d'orientation	-Recherche sur les filières de formations et les débouchés ; -recherche des supports didactiques ; -Actualisation des connaissances théoriques.	-Très adéquat -Peu adéquat - Pas du tout adéquat
		VD : déterminent le développement de nouvelles compétences verbales et non verbales des conseillers d'orientation	- animation des groupes de causerie éducative ; - suivi des entretiens individuels ; - confection utilisation des supports didactiques	-Très adéquat -Peu adéquat - Pas du tout adéquat
	2 (HR2) : Les facteurs liés aux aptitudes de communication du conseiller d'orientation scolaire déterminent son efficacité l'accomplissement de ses missions	VI : Les facteurs liés aux aptitudes de communication du conseiller d'orientation scolaire	-Aide à la résolution des difficultés d'apprentissages ; - connaissance des besoins de l'élève ; -Aide à l'élaboration d'un projet scolaire.	- Très adéquat - Peu adéquat - Pas du tout adéquat
		VD : déterminent son efficacité l'accomplissement de ses missions	-Amélioration des activités d'information via le numérique ; -Amélioration de la qualité de l'offre des services adaptés ; - Amélioration des activités administratives et de recherche.	-Très adéquat -Peu adéquat - Pas du tout adéquat

CHAPITRE 3 : METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Après avoir précisé le problème de recherche, fixé les objectifs et formulé les hypothèses qu'il faut chercher à vérifier, la tâche consiste dans le présent chapitre à présenter la méthodologie de l'étude. il est question dans cette partie de la présentation du type de recherche, du site de l'étude, de la population de l'étude, de la technique d'échantillonnage et l'échantillon, de l'instrument de collecte des données, des techniques de traitement et d'analyse des données.

3.1 TYPE DE RECHERCHE

Selon Paille et Mucchieli (2003), chaque chercheur se situe dans un univers de compréhension reposant sur un ensemble de postulats de nature à la fois ontologique (sa vision de la réalité), épistémologique (associé aux conditions de production du savoir), praxéologique(les *valeurs*). Ainsi cette recherche est une étude de cas Albarello (2003). Elle s'inscrit dans une approche qualitative de type compréhensif, car elle cherche à comprendre comment l'usage de Google et Facebook peut améliorer la visibilité et la lisibilité du service d'orientation scolaire à travers le développement des compétences psychosociales chez les CO. Pour Péladeau et Mercier (1993), la recherche qualitative, dans laquelle se situe cette étude, a l'avantage de pouvoir être appliquée à un très petit échantillon, voire à un seul sujet, et d'être à mesure de produire très rapidement de l'information quant à l'efficacité à court terme d'une intervention.

3.2. PRÉSENTATION ET JUSTIFICATION DU SITE DE L'ÉTUDE

La présentation du site choisi pour cette étude, sera suivie de sa justification.

3.2.1 Présentation du site de l'étude

Le Lycée de la Cité des Palmiers a été choisi comme site pour notre étude. Etablissement d'enseignement secondaire général, il est situé dans la région du Littoral, département du Wouri, arrondissement de Douala 5^{ème} zone Bassa, quartier Cité des palmiers, en face du marché. Il a été créé en 1985 comme Collège d'Enseignement Secondaire(CES), s'est agrandi et est érigé en Lycée de la Cité des Palmiers en 1990, en raison de l'éclosion

démographique accrue de cette localité. Il se dresse entre les bâtiments de la SIC avec comme quartiers limitrophes, PK8, PK9, PK10, Beedi, Logbaba. Ce Lycée compte 9 bâtiments et 48 salles de classes, et une grande salle des professeurs nouvellement construites. Il a à sa tête le proviseur Mme Ngo BINYET Claire (PLEG) et 4500 élèves qui sont encadrés par : 12 censeurs, 12 surveillants généraux, 12 surveillants de secteurs, 100 enseignants titulaires, 10 enseignants vacataires, 6 conseillers d'orientation. A ceux-ci, on peut ajouter 6 personnels du service de la scolarité, 3 personnels de la bibliothèque, 4 vigiles qui travaillent en alternance.

3.2.2 Justification du site de l'étude

Le Lycée de la Cité des Palmiers est un établissement qui a déjà 30 ans d'existence. Il dispose d'un service d'orientation offrant un cadre adéquat de travail et mis à la disposition autant des élèves que des autres partenaires de la communauté éducative depuis plus de 18 ans. Le service d'orientation a à sa tête un Chef de service au nom de M. FIANGUEU FIANGUEU Polycarpe. 6 conseillers d'orientation constituent le personnel en service. En outre, le Lycée de la Cité des Palmiers compte parmi ses organes de fonctionnement, une Association des Parents d'Élèves et des Enseignants(APEE) très dynamique, mais aussi une amicale des enseignants. Mais aussi, deux salles d'informatique équipées de connexion internet avec des pratiques pédagogiques tournées vers l'économie numérique, fondée sur le fait de produire plus à moindre coût. Les conseillers d'orientation en service dans cet établissement sont également de l'amicale des conseillers d'orientation de la ville de Douala. Cette association rassemble deux fois par mois près 100 conseillers d'orientation exerçant pour la plupart dans les autres établissements publics secondaires de la ville. Mais, malgré tout, les pratiques d'orientation continuent à faire face aux difficultés d'accueils et d'accompagnements, liées à la massification des élèves dans ce site et au peu de temps consacré à l'orientation. Ce qui crée une impression d'inactivité des conseillers d'orientation dans ce lycée et par la même occasion entrave la visibilité, la lisibilité des actions de ce service.

3.3 POPULATION D'ÉTUDE

Notre population d'étude est constituée de 3 conseillers d'orientation, 2 élèves des classes de Terminale, et deux parents d'élèves.

Les conseillers d'orientation en tant que professionnels de l'orientation scolaire et premiers concernés par cette étude, sont choisis sur les critères relatifs à leur ancienneté dans la

profession, leur bonne maîtrise du système éducatif en général et de la communauté éducative en particulier. Mais aussi, pour leur connaissance de Google et des réseaux sociaux en occurrence Facebook. Par conséquent, parmi les trois conseillers, nous avons le chef de service et deux autres conseillers plus anciens.

3.4 ECHANTILLON ET METHODE ECHANTILLONNAGE

L'échantillon peut être défini comme : «une partie d'un ensemble d'éléments sur laquelle peuvent se faire des observations et des mesures, surtout dans le cas où l'effectif de la population est élevé » GRAWIZ (1972). L'échantillon doit être représentatif de la population mère, de sorte que les conclusions de l'enquête puissent être généralisées à l'échelle de la population.

Selon Depelteau (2003), pour sélectionner les sujets, nous avons appliqué la technique d'échantillonnage typique ou raisonné, adaptée aux études qualitatives. Ce type d'échantillonnage consiste donc à sélectionner des personnes présentant les caractéristiques requises au sein d'une population Weil-Barais (1997) et très souvent aussi, les personnes disponibles et disposées à participer à la recherche.

Nous avons pu retenir dans le cadre de cette étude, des critères spécifiques que devaient remplir les participants. Nous devons avoir au moins 3 conseillers d'orientation, ceux qui justifient d'une ancienneté de service et au poste d'au moins 5 ans, maîtrisent bien les difficultés de la profession. 3 autres conseillers volontaires ayant une certaine connaissance des réseaux sociaux et au moins trois ans d'ancienneté dans la fonction.

Tableau 4: Population de l'étude

Catégories	Genres	Ages	statuts	total
Conseillers d'Orientation ayant 5 ans dans la fonction (CO5)				5
CO1	Masculin	47 ans	CPOSUP (CS)	
CO2	Féminin	44 ans	CPOSUP	
CO3	Féminin	35 ans	CPOSUP	
Conseillers d'Orientation ayant au moins 3 ans dans la fonction (CO3)				
CO4	Féminin	33	CPOSUP	
CO5	Féminin	33	CPOSUP	

Le tableau ci-dessus permet d'identifier les conseillers d'orientation constituant la population de l'étude.

3.5. INSTRUMENT DE COLLECTE DES DONNÉES

Cette recherche a nécessité l'utilisation d'un outil de collecte des données. Il s'agit de l'entretien individuel (semi-directif) dont il faut justifier l'utilisation.

3.5.1 Le guide d'entretien individuel

Le choix de cet outil se justifie par le fait qu'il s'agissait pour nous de permettre premièrement aux conseillers d'orientation, de nous dire ce qu'ils entendaient par usage des applications mobiles dans le processus d'orientation et développement de nouvelles compétences psychosociales chez les conseillers d'orientation. En d'autres termes, quel est l'apport de Google et de Facebook sur la visibilité et la lisibilité des services d'orientation scolaire ? Et comment peut se manifester concrètement l'usage de ces deux médias au niveau de la productivité du CO ?

(Blanchet et Gotman) (1992) ont précisé que l'enquête par entretien est l'instrument privilégié de l'exploration des faits dont la parole est le vecteur principal. Pour cela, à chaque fois que les sujets s'éloignaient de notre objectif, nous les ramenions, de façon discrète.

3.5.2. Cadre des entretiens individuels

Il s'agit de préciser ici entre autre le lieu du déroulement de l'entretien, les modalités données aux participants.

Avant tout, ces entretiens ont commencé par la signature d'un formulaire de consentement par les participants. Il est à préciser que pendant l'interview, les participants ne pouvaient se servir de leur téléphone portable qui pouvait être source de distraction. La durée moyenne des entretiens était de 20 minutes. Et nous nous sommes servis de l'enregistreur vocal de notre téléphone portable pour la capture exhaustive et intégrale des discours. Le bureau du service d'orientation a servi de cadre pour nos entretiens. Ces entretiens se déroulaient du moment où chaque conseiller avait un moment de libre avant la prochaine matière.

3.5.3 Le déroulement des entretiens individuels

Ces entretiens se sont déroulés durant le mois de Mars 2016. Ils ont connu deux phases : une phase pédagogique et une autre définitive. La première, qui correspond à la phase pédagogique s'est déroulée du 2 au 3 mars 2016. Elle a consisté en la présentation générale de notre thème relatif à l'usage de nouvelles applications mobiles dans le processus d'orientation et le développement des compétences psychosociales chez les CO. Les 9 et 10 mars, des entretiens préliminaires. Cette étape a permis aux participants d'avoir une vue d'ensemble sur le thème de l'étude. De même, nous avons pu établir l'emploi de temps pour les entretiens définitifs.

Les entretiens définitifs ont eu lieu les 16 et 17 Mars 2016 dans le bureau du service de l'orientation-conseil. Ils se sont déroulés pendant les pauses.

Pendant le déroulement, on se référait sur la liste de thèmes précis à aborder constituant notre guide d'entretien. La formulation des questions était déterminée pour tous les sujets. Pour cela nous disposions d'une liberté certaine dans le déroulement de l'entretien, c'est-à-dire que nous pouvions aborder les thèmes dans la manière et dans l'ordre qui nous plaisait. La seule contrainte à cette liberté était de s'assurer que tous les thèmes définis avaient correctement été abordés. Les participants par ailleurs, disposaient d'une grande liberté, et pouvaient formuler leurs réponses comme bon leur semblaient.

3.5.4 Présentation du guide d'entretien

Il est à préciser que ce guide d'entretien aura servi dans le cadre des entretiens individuels. Nous avons établi notre guide d'entretien à partir des hypothèses formulées sur la base du fondement théorique de cette étude. Il se constitue d'un thème préliminaire, de trois thèmes comportant des sous-thèmes. Il était question pour nous à travers ces sous-thèmes de nous intéresser aux axes de développement des compétences verbales et non verbales des conseillers d'orientation à travers l'usage du moteur de recherche Google et du réseau social Facebook d'une part. Et d'autre part, de s'intéresser à l'accroissement de l'efficacité des conseillers d'orientation à travers un usage professionnel de ces outils conformément aux trois missions fondamentales du Conseiller d'Orientation en milieu scolaire définies dans le cahier de charge (2009).

Thème 0 : Connaissance générale des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation

Thème 1 : l'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations.

Sous-thème 1 : Recherche sur les filières de formations et les débouchés ;

Sous-thème 2 : Recherche des supports didactiques ;

Sous-thème 3 : Actualisation des connaissances théoriques.

Thème 2 : L'apport du réseau social Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire.

Sous-thème1 : Animation des groupes de causerie éducative ;

Sous-thème 2 : Suivi des entretiens individuels ;

Sous-thème 3 : Information sur les filières et débouchés.

Thème 3 : Efficacité du conseiller d'orientation scolaire dans l'accomplissement de leurs missions.

Sous-thème1 : Amélioration de la qualité des activités de formation ;

Sous-thème 2 : Amélioration de la qualité de l'offre des services adaptés ;

Sous-thème 3 : L'amélioration de la qualité des activités administratives et de recherche.

Le thème 0 était intitulé connaissance générale des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation avait pour objectif de questionner la maîtrise des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation scolaire.

Le thème 1 intitulé l'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations a pour objectif de questionner la plus-value qu'apportent Google dans les aptitudes à communiquer du conseiller d'orientation. Il se divise en trois sous-thèmes présenté ci déçu.

Le thème 2 intitulé l'apport du réseau sociale Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire, avait pour objectif de questionner l'apport de Facebook dans les aptitudes des conseillers d'orientation l'animation des groupes de causerie information sur les filières et débouchés, le suivi des entretiens individuels.

Le thème 3 s'intitule efficacité du conseiller d'orientation scolaire dans l'accomplissement de leurs missions avait pour objectif de ressortir les bénéfices liés à l'usage du moteurs de recherche Google et du réseau social Facebook aux trois niveaux d'intervention du CO défini par le cahier du conseiller d'orientation au Cameroun. Il se découpe comme suit : l'amélioration de la qualité des activités de formation, l'amélioration de la qualité de l'offre des services adaptés, l'amélioration des activités administratives et de recherche.

3.6 MÉTHODE DE TRAITEMENT DES DONNÉES

Cette étape constitue une étape décisive et fondamentale de la recherche. Il s'agit dans le cadre de cette étude du traitement des données recueillies lors des entretiens individuels. L'analyse de contenu a constitué notre procédure de traitement.

3.6.1 Analyse de contenu des entretiens individuels

L'analyse de contenu est généralement définie comme un ensemble de technique de recherche permettant de décrire tout contenu de communication en vue de l'interpréter. On part du discours et on en déduit de manière logique des connaissances sur l'émetteur du message ou sur l'environnement. Blanchet & Gotman (1992) distinguent plusieurs types d'analyses de contenu.

En ce qui concerne l'analyse du contenu des discours recueillis dans le cadre de cette recherche, nous avons retenu l'analyse propositionnelle qui repose sur un découpage systématique du discours sur la base d'unités sémantiques. Elle établit les relations d'objet à l'intérieur des propositions et révèle la structure sémantique des discours. Elle nous a permis de dégager la vision de chaque conseiller d'orientation par rapport aux thèmes retenus.

Ainsi, nous réaliserons l'analyse en plusieurs étapes. D'après Bardin (1977), la procédure d'analyse comprend généralement la transformation d'un discours oral en texte. Puis, la construction d'un instrument d'analyse pour étudier la signification des propos. La première étape consistera à recueillir, préparer, classer et évaluer le matériel à analyser. La deuxième étape quant à elle consistera à repérer les passages pertinents issus des entretiens. L'objectif visé étant de repérer les indicateurs élaborés lors de l'opérationnalisation du cadre théorique. Au niveau de la troisième étape, il s'agira de sélectionner et de définir des codes c'est-à-dire des unités de classification des données recueillies.

3.6.2 La retranscription des données des entretiens individuels

Après avoir enregistré les discours des participants à la recherche, nous avons procédé à leur retranscription sous forme écrite. Ce texte, appelé verbatim, représente les données brutes de l'enquête. La retranscription nous a permis d'organiser le matériel d'enquête sous un format directement accessible à l'analyse. Plutôt que de traiter directement les enregistrements audio, il est indispensable de les mettre à plat pour en faciliter la lecture et en avoir une trace. Ensuite, nous avons procédé à l'analyse de contenu propositionnelle en confrontant les données des entretiens aux variables de l'hypothèse générale préalablement opérationnalisée. Notre analyse est en effet systématisée parce qu'elle s'appuie sur un outil d'analyse qui est une grille d'analyse.

3.6.3 Présentation de la grille d'analyse des données des entretiens individuels

La grille d'analyse des données est un outil d'analyse des données qualitatives recueillies sur le terrain, dans le but de confirmer ou d'infirmer les hypothèses. Cette grille est élaborée en fonction des indicateurs et des modalités relatives à nos hypothèses. La grille matérialisée se présentera à la fin de ce chapitre.

3.6.4 Le codage

Les modalités de la grille nous imposent une codification (Depelteau 2003), car chaque indicateur est analysé au regard des discours issus des entretiens individuels. Ainsi, la modalité (-) signifie que l'outil n'est pas du tout adéquat pour le sujet. La modalité (\pm) signifie que l'outil est peu adéquat pour le sujet. La modalité (+) signifie que l'outil est très adéquat pour le sujet. Pour traduire cette apparition nous avons coché la case correspondante à l'indicateur.

Il faut dire que chacun des éléments verbaux porte un code que nous lui avons attribué et qui le désigne symboliquement. A correspond à la variable indépendante et B, à la variable dépendante. La case des observations permet de marquer de façon codée et concise les modalités des variables (+), (-), (\pm) dans le discours du sujet de telle modalité appartenant à tel indicateur ou telle variable.

Nous présentons par la suite la grille d'observation des données des entretiens individuels dans un tableau récapitulatif des hypothèses, variables, indicateurs, modalités et instruments de recherche.

Tableau 5 : Grille d'analyse des données des entretiens individuels

Variables	Codes	Variables	Codes	Indicateurs	Codes	Observations			Résumé des observations
						-	+	±	
Développement des nouvelles aptitudes de communication	A	- l'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations.	A1	-Recherche sur les filières de formations et les débouchés ;	a				
				-Recherche des supports didactiques ;	b				
				-Actualisation des connaissances théoriques.	c				
		- l'apport du réseau sociale Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire.	A2	- Animation des groupes de causerie éducative ;	a				
				- Suivi des entretiens individuels ;	b				
				- Information sur les filières et débouchés	c				
Efficacité du conseiller d'orientation dans l'accomplissement de leurs missions	B	Amélioration de la qualité des activités de formation	B1	Doter l'élève des savoir faire et savoirs être	a				
				Aider l'élève à mieux se connaître	b				
				Doter l'élève des capacités à pouvoir prendre seul les décisions	c				
		Amélioration de la qualité de l'offre des services adaptés	B2	Connaissance des besoins des élèves	a				
				Améliorer la qualité des entretiens individuels	b				
				Proposition des bourses aux élèves méritants	c				
		Amélioration de la qualité des activités administratives et de recherches	B3	- Recherche des partenariats pour les visites des entreprises ;	a				
				- Recherche des ressources dans l'organisation de la JNOS	b				

Tableau N°6 : récapitulatif des hypothèses, des variables, des indicateurs, des modalités et des instruments de recherche

Hypothèse Générale	Hypothèse de recherche	variables	Indicateurs	Modalités	Instruments de recherche
Le développement des nouvelles aptitudes de communication détermine l'efficacité du conseiller d'orientation dans l'accomplissement de ses missions	1 (HR1) : les facteurs liés à l'usage de Google et Facebook par les conseillers d'orientation déterminent le développement de nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire.	VI : les facteurs liés à l'usage de Google et Facebook par les conseiller d'orientation	-Recherche sur les filières de formations et les débouchés ; -recherche des supports didactiques ; -Actualisation des connaissances théoriques.	-Très adéquat -Peu adéquat - Pas du tout adéquat	-Guide d'entretien individuel -Grille d'analyse des données
		VD : déterminent le développement de nouvelles compétences verbales et non verbales des conseillers d'orientation	- animation des groupes de causerie éducative ; - suivi des entretiens individuels ; - confection utilisation des supports didactiques	-Très adéquat -Peu adéquat - Pas du tout adéquat	
	2 (HR2) : Les facteurs liés aux aptitudes de communication du conseiller d'orientation scolaire déterminent son efficacité l'accomplissement de ses missions	VI : Les facteurs liés aux aptitudes de communication du conseiller d'orientation scolaire	-Aide à la résolution des difficultés d'apprentissages ; - connaissance des besoins de l'élève ; -Aide à l'élaboration d'un projet scolaire.	- Très adéquat - Peu adéquat - Pas du tout adéquat	
		VD : déterminent son efficacité l'accomplissement de ses missions	-Amélioration des activités d'information via le numérique ; -Amélioration de la qualité de l'offre des services adaptés ; - Amélioration des activités administratives et de recherche.	-Très adéquat -Peu adéquat - Pas du tout adéquat	

CHAPITRE 4 : PRESENTATION DES RESULTATS DE L'ETUDE

Après avoir collecté les données au chapitre précédent, il importe dans ce chapitre de présenter les résultats et les analyser. Ce chapitre traite de l'identification ou la présentation des récits de vie des cas, participants à la recherche et de la présentation des résultats de l'analyse suivis d'un commentaire.

4.1 PRÉSENTATION DES RÉCITS DE VIE DES SUJETS

La phase de collecte des données nous a permis de nous intéresser au discours de cinq conseillers d'orientations. Nous avons attribué de façon aléatoire les noms à nos cas que nous identifierons succinctement comme suit : cas CO1, CO2, CO3, CO4 et CO5.

4.1.1 Présentation du cas CO1

CO1 est un conseiller d'orientation âgé de 47 ans, de taille moyenne chef de service d'orientation du Lycée de la cité des Palmiers depuis près de 7 ans. Il a 19 ans d'ancienneté en tant que conseiller d'orientation. Il est également titulaire d'un DIPESII et d'un DIPCO.

Originaire de la région de l'ouest, il s'exprime correctement en français et en anglais. En dehors d'être conseiller d'orientation il est également parent d'élève. Très ancré dans les pratiques éducatives modernes, il pense globalement que, l'usage de Google et de Facebook dans le processus d'orientation peut développer les compétences psychosociales du conseiller d'orientation en milieu scolaire. C'est dans ce cas qu'il affirme :

« Google et Facebook sont devenus des outils incontournables de la recherche et le développement des capacités personnelles et professionnelles. Dans la mesure où ils offrent des avantages sur le plan économique en terme de coût de communication et une forte attractivité selon les besoin des usagers ».

Il pense alors que pour atteindre une cible plus importante en termes de quantité et de qualité, il semble nécessaire pour les conseillers d'orientation de s'approprier ces outils, pour

proposer un service plus adapté au contexte actuel de globalisation des échanges et de l'économie numérique. Nous notons cela (A+).

4.1.2 Présentation du cas CO2

CO2 est une dame conseillère principal d'orientation au lycée de la cité des palmiers, âgée de 44 ans. Avec 10 ans d'ancienneté dans la profession et 7 ans au Lycée de la cité des palmiers, c'est une femme imposante et très soucieuse de son image. Elle est très ouverte à l'utilisation de Google et Facebook en orientation et est très attachée à sa tablette et son téléphone Android. Car ils permettent d'informer l'élève, le parent mais aussi de mesurer le degré de satisfaction des usagers. C'est ce qui l'amène à dire ce qui suit:

Internet et plus précisément Facebook sont des moyens très modernes de communication et de recherche, qui permettent de proposer un certain nombre de contenus de formations et informations aux élèves, mais aussi de mesurer le niveau de satisfaction de ces derniers à travers les appréciations « Like », et des commentaires. Les utiliser en milieu scolaire permettra au CO de mieux apprécier l'impact de son travail sur les choix des élèves. Nous notons aussi ce cas (Aa+).

4.1.3 Présentation du cas CO3

Le cas CO3 est une jeune dame 35 ans. Elle est conseillère principale d'orientation depuis 5 ans et en service au lycée de la cité des palmiers depuis 5 ans. Elle est de teint clair, très attachée à ses valeurs religieuses, elle est toujours de noir vêtue et couverte de la tête aux pieds. Utilisatrice de Google et Facebook, elle pense globalement que ces outils peuvent être un bon moyen pour développer les compétences verbales et non verbales du CO en milieu scolaire. Mais, émet des réserves sur la capacité des conseillers d'orientation à pouvoir se l'intégrer rationnellement dans la pratique de l'orientation. Car selon elle :

L'usage d'internet et Facebook peut être d'un apport très considérable pour la visibilité et l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire au Cameroun. Mais, la difficulté relève de la capacité pour les CO d'en faire une nécessité dans l'exercice de leurs missions. Surtout en sachant qu'un bon nombre de conseillers d'orientation ont une connaissance minimale, et pas toujours exacte, des problématiques auxquelles ils doivent répondre, et des moyens d'intervention accessibles qu'ils peuvent disposer. Ce qui nous laisse simplement croire que seules les missions de

formations (animation de groupes de causerie éducative, information sur les filières) sont à leur portée.

Compte tenu des réserves qu'elle a émises, nous notons ce cas (A±).

4.1.4 Présentation du cas CO4

Le cas CO4 est une jeune dame de 33 ans. De taille moyenne, teint clair et d'expression francophone. Conseillère principale d'orientation depuis 3 ans déjà, donc 2 ans au lycée de la cité des palmiers. Interrogée sur la question de savoir si l'usage de Google et de Facebook dans le processus d'orientation pouvait accroître le développement des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation en milieu scolaire, elle a répondu par l'affirmative :

Oui, dans la mesure où nous faisons face au problème de sureffectif dans les établissements publics et de non-respect des ratios. Raison pour laquelle nombreux sont les élèves qui ne parviennent pas à rencontrer un conseiller d'orientation : soit parce qu'occupé dans la résolution des difficultés d'un autre élève ; parce que la durée des pauses est trop courte pour le faire. Du coup, on se retrouve dans la difficulté à suivre des cas de manière constante et continue. Ce qui finit toujours par décourager cette majorité d'élèves et amoindrir l'impact du CO dans son établissement. D'où la nécessité d'intégrer aussi l'usage de Google et Facebook dans le processus d'orientation scolaire.

Pour sa prise de position nous Nous noterons ce cas (Aa+).

4.1.5 Présentation du cas CO5

CO5 est une jeune femme de 32 ans. Plutôt grande de taille, réservée, avec une fibre maternelle très prononcée et de teint clair. Conseillère principale d'orientation depuis 3ans, elle est en service au lycée de la cité des palmiers depuis 1 an. Concernant l'intégration de Google et de Facebook dans le processus d'orientation et le développement des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation en milieu scolaire, elle pense que le conseiller d'orientation pourrait gagner en efficacité en les utilisant. Selon les déclarations suivantes :

Certes, Google et Facebook sont des outils de travail qui mobilisent plusieurs ressources sur le plan professionnel en général et de l'orientation scolaire en particulier. Leur apport dans le cadre de l'orientation scolaire au lycée permettrait une plus grande accessibilité

des élèves et même des parents aux services d'orientation de qualité. Toutefois, leur appropriation et leur usage nécessite une plus grande disponibilité et une forte implication personnelle des CO.

Ce qui nous amène à la classer au niveau de la catégorie (Aa±)

4.1.6 Synthèse de la présentation des cas

Les 5 cinq conseillers d'orientation avec lesquels nous nous sommes entretenus sont sensiblement unanimes sur le fait que l'usage de Google et de Facebook dans le processus d'orientation scolaire favorise le développement des compétences verbales et non verbales du CO et par la même occasion, optimiser son rendement professionnel.

4.2. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Nous procéderons à la présentation des résultats relatifs à chaque cas en fonction des thèmes traités.

4.2.1 Analyse des résultats du cas CO1

➤ Développement des nouvelles aptitudes de communication verbales et non verbales

- L'usage de Google dans le processus d'orientation scolaire

L'entretien tel qu'abordé par CO1, montre que le sujet à une bonne connaissance des usages professionnels de Google dans le processus d'orientation scolaire. Il semble plutôt très convaincu de l'apport positif de cet outil et pense que la bonne connaissance de ces outils et leur utilisation constante par les conseillers d'orientation est un facteur déterminant dans la recherche sur les filières de formations et les débouchés (AA1a+). L'on peut observer cela dans ses déclarations :

L'orientation scolaire est un pilier majeur dans le développement d'un pays de façon générale et de l'individu en particulier. « Pour développer un secteur d'activité fut-il l'éducation, il faut que les CO sachent saisir les bonnes opportunités et intégrer les bonnes pratiques». La connaissance et l'usage du moteur de recherche Google en orientation scolaire est sans nul doute très importante au regard des difficultés que

nous rencontrons dans la satisfaction des besoins des enfants. Elle est un moyen pour le conseiller d'orientation d'actualiser constamment ses ressources (AA1c+) pour rester compétitif dans la qualité des offres de services.

Pour ce qui est du deuxième indicateur, il est plutôt en faveur d'une utilisation constante en vue d'une bonne appropriation dans la recherche des supports didactiques (AA1b+). Il pense que l'utilisation constante et rationnelle d'un tel outil permettra aux conseillers d'orientation de le maîtriser d'avantage et de mieux s'organiser au niveau des activités pratiques d'orientation dans l'établissement relativement à l'élaboration des supports de cours. On peut le vérifier à ses dires :

L'élaboration des supports de cours n'est pas une tâche aisée. Surtout que nous avons le souci de proposer aux élèves des sessions de formation attractives qui permettent de développer la motivation à participer aux leçons mais aussi de mieux les comprendre. Google à travers la facilité à parcourir les sites et rechercher des informations permet aisément de trouver des contenus images et vidéos pouvant nous servir de supports didactiques. Les ressources humaines et financières allouées aux services d'orientation dans les lycées n'étant pas suffisantes pour couvrir les besoins en terme de gestion des activités de l'orientation et d'atteindre les objectifs d'une augmentation du taux de couverture des activités de l'orientation. Il est clair que le CO atteindra progressivement ses objectifs à travers l'usage constant des moteurs de recherche selon les situations.

En plus, le plan d'action de l'orientation conseil au cours de l'année scolaire prévoit plusieurs activités (activités de formation, d'offre des services adaptés et les activités d'administration et de recherche) qu'il n'est pas toujours aisé de boucler. Malgré l'élaboration des chronogrammes d'activités, il est toujours compliqué de faire la part des choses. C'est ainsi qu'on pourrait bien intégrer une partie des activités notamment celles relatives aux missions de formation dans des groupes classes sur la page Facebook de l'établissement.

Au niveau de l'apport du réseau social Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire.

Le cas CO1 pense que la communication est un atout stratégique dans la formation d'une personne et la première qualité qu'un CO doit pouvoir développer.

« c'est la clé d'accès à la connaissance et à la résolution des problèmes de l'élève (...)Ainsi Facebook, permet de proposer d'autres modes expansifs de communication qui regroupent des contenus multimédias(contenu de sons, messages textes, images, vidéos), des groupes de discussion en fonction des centres d'intérêts ».

Dès lors, il devient plus évident de s'informer sur les filières de formation et leurs débouchés au niveau national et international (AA2c+). Le cas CO1 déclare à ce sujet :

Je pense que l'actualisation des informations sur les besoins de formation et de main d'œuvre du secteur économique n'est pas toujours très évidente. Et chaque année, les universités privées proposent de nouvelles formations qui ne sont parfois qu'une reformulation des appellations des formations existantes. Grâce à Google et Facebook, nous avons un accès rapide aux informations sur les besoins du patronat par secteur d'activités. Grâce aux organisations patronales telles que le GICAM, nous parvenons à faire un rapprochement entre les besoins d'emplois et les offres de formations pour savoir lesquelles seraient propices aux élèves et leurs parents. L'information recueillie et actualisée sur Google peut être diffusée sur Facebook sous forme d'image de vidéo, de manière à rester accessible pour longtemps. C'est un mode de communication efficace et pas du tout coûteux.

Par ailleurs, il déplore le peu d'esprit d'initiative des conseillers en faveur de l'animation des groupes de causerie éducative sur ce média (AA2a+). Selon lui, les groupes de discussion formés sur Facebook attirent plusieurs personnes en fonction de leur attrait pour les élèves, et de la nécessité sur le plan social. Certains thèmes de causerie éducative peuvent faire l'objet d'un débat sur Facebook. Ce qui sur le plan pédagogique permettrait aux enfants d'exprimer leurs connaissances sur ces sujets.

« Les groupes de causerie éducative sur internet constituent un moyen efficace d'expression de l'Approche Par Compétence (APC) chez les élèves ». Il est plus facile pour eux de s'ouvrir et poser des questions, compte tenu du fait que les regards de leurs camarades ne sont pas portés sur eux. Et aux moyens des réactions écrites, ils peuvent dire plusieurs choses et exprimer davantage leurs préoccupations. Le CO en tant que modérateur doit pouvoir répondre aux attentes de ces personnes au moyen de la gamme d'outils dont il disposerait.

La qualité des outils de communication que proposent Google et Facebook est des plus complètes sur le plan de l'administration des entretiens individuels (AA2b+). Nous rappelant sa qualité d'enseignant, il déclare :

« L'accès aux images, sons, écritures dans la formation et la diffusion d'un savoir, favorise, mobilise l'attention, et accroît la rétention chez les enfants ». Ce qui contribue à accroître l'efficacité et la visibilité du CO en milieu scolaire.

➤ **Accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire**

Nous avons retenu trois indicateurs, à savoir les indicateurs liés à l'efficacité de la qualité des activités de formation(BB1), la qualité de l'offre de services adaptés(BB2) et la maîtrise des activités administratives et de recherche(BB3).

Pour ce qui concerne l'efficacité relative aux activités de formation :

Le cas pense que le rapprochement et l'interaction avec les élèves au moyen de Facebook va permettre au conseiller de doter l'élève des savoirs faire et savoirs être qu'il lui faut pour mieux s'intégrer dans son environnement (BB1a+). Il pense aussi que, l'usage de Google et Facebook par le CO a d'abord une démarche de redynamisation des capacités personnelles de ces derniers, ensuite un renforcement des savoirs, savoir-faire et savoir-être chez les élèves. On peut observer dans ses propos lorsqu'il déclare :

« L'orientation s'inscrit dans un processus continu qui vise à doter l'élève des connaissances nécessaires lui permettant d'accéder à l'autonomie ». Par conséquent, elle ne saurait se faire sans prendre en compte des réalités socioéconomiques, politiques et technologiques du monde dans lequel nous vivons. Pour doter l'élève des savoirs et savoir-faire numériques, le conseiller doit se les approprier, et opérationnaliser ses connaissances et outils manuels dans des supports numériques pour susciter la motivation des élèves.

Relativement à l'aide, à la connaissance de soi (BB1b±) et à la prise de décisions (BB1c+), il est un peu septique dans la mesure par rapport à l'aide à la connaissance de soi nécessite du temps et des rencontres face à face. Mais tout à fait d'accord sur l'usage de

Google et Facebook pour l'accroissement de l'efficacité du CO à l'aide à la prise des décisions. Il déclare à ce sujet :

Le conseiller pourra de par sa connaissance des problèmes sociaux et des aspirations des élèves en termes de formation de créer une banque d'information dont l'accès sera rapide et facile permettant ainsi aux jeunes de faire des choix en connaissance de leurs aptitudes. Cette disponibilité et célérité dans l'accès à l'information peut permettre de diminuer le nombre d'élèves en quête d'information et admettre simplement ceux en quête de précision.

Pour ce qui est de l'offre de services adaptés :

Il pense qu'au-delà de la connaissance des besoins scolaire des élèves(BB2a+), le conseiller dispose la d'un outils lui permettant d'améliorer la qualité des entretiens individuels(BB2b+), et de proposer des bourses aux élèves méritants(BB2c+).

Recevoir les élèves en consultations aux heures de pauses n'est pas très aisé. Ceci compte tenu de la demande croissante des élèves. Il est difficile de suivre un cas durant une certaine période dans la mesure où on a généralement plusieurs cas à traiter au même moment. Or avec l'usage des applications mobiles on peut intégrer la notion de rendez-vous de sorte à programmer les entretiens au bureau et faire la part des choses entre les cas urgents et ce qui ne le sont pas.

En dehors des bourses internes propres à l'établissement, les conseiller doivent rechercher et proposer des bourses d'études dans les universités étrangères. Et le travail du CO consiste à analyser leur pertinence et à les proposer à son administration.

Par rapport à l'exercice des activités administratives et de recherches :

Le CO peut accroître ses compétences événementielles et sa visibilité à travers le marketing social axé sur les visites d'entreprises par les élèves (BB3a+) et l'organisation de la JNOS (BB3b+). C'est ce qu'il affirme dans ce qui suit :

En effet que ce soit dans le cadre de la visite d'entreprise ou de l'organisation de la JNOS, le CO doit pouvoir offrir une vitrine permettant aux partenaires que sont les entreprises de valoriser leur savoir-faire. Par ailleurs activer et développer chez les élèves de nouvelles vocations raison pour laquelle la communication doit être renforcée auprès des jeunes, des parents des professionnels de divers secteurs d'activités à travers Facebook et Google qui sont des outils très accessibles. « Car c'est l'impact médiatique auprès des cibles qui permet la réussite de tels événements ».

De par son discours, CO1 nous montre que les CO ne saisissent pas toujours l'importance de ces applications mobiles. Il pense que l'orientation en tant que service doit pouvoir moderniser ses pratiques en les adaptant à l'évolution sociale et des moyens de communication. Pour lui, la synergie de tous ces axes de réflexion permettra de montrer son efficacité.

4.2.2 Analyse des résultats du cas CO2

➤ Développement des nouvelles aptitudes de communication

- **L'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation.**

Le cas CO2 appréhende l'usage du moteur de recherche Google sur application mobile comme un moyen efficace et rapide de rechercher les informations sur les filières de formation et les débouchés (AA1a+) au vues des mutations constantes des besoins de formation de la main d'œuvre. Elle déplore le fait que les conseillers d'orientation dans les établissements scolaires ne fassent pas réellement usage de cet outil pour les besoins d'orientation. Elle estime que leur appropriation par les conseillers d'orientation ne demande pas pourtant de grandes aptitudes et est plutôt facile pour la recherche des supports didactiques (AA1b+).

Elle déclare à ce sujet que :

« La plupart des recherches que nous faisons sont avec le moteur de recherche Google. Il est très facile d'usage, il suffit d'inscrire l'appellation d'une ressource et le moteur nous propose plusieurs contenus ».

En plus, qu'on l'accepte ou non, la plupart du temps nous actualisons nos connaissances (AA1c+) sur l'orientation grâce à ce moteur et cela est encore plus facile depuis que « j'ai mon téléphone androïde ». *« Du coup, je peux rapidement satisfaire les élèves de Terminales qui sont les plus courants à poser des problèmes qui me demandent de faire des recherches ».*

- Concernant l'apport du réseau social Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire :

Nous pensons que les CO dans nos établissements scolaires ont beaucoup de travail ils parviennent tant bien que mal à avoir les taux de couvertures des activités acceptables. Même si c'est taux ne sont pas basés sur les effectifs réel des établissements mais plutôt

sur les ratios prévus par les textes. D'autant plus que 6 conseillers d'orientations pour 4500 élèves cela implique que chaque conseiller ait sous sa responsabilité 750 élèves à gérer soit plus double prévu par les textes. Par ailleurs les effectifs pléthoriques dans les salles de classes ne permettent pas toujours de s'assurer de la bonne prise de note par les enfants Facebook est un outil qui peut permettre d'apporter un début de solution à ce problème. Parce qu'une partie des informations à mettre à la disposition des élèves et des causeries éducatives peut y être menée. « C'est donc naturellement que je pense aussi que, nous conseillers d'orientation en service dans les lycées, devons mettre l'accent sur la connaissance de ces outils, leur utilisation pour améliorer quantitativement et qualitativement les services mis à la disposition des élèves ».

Pour le cas CO2, la communication est le socle sur lequel repose le métier de conseiller d'orientation scolaire. Elle définit le fait de savoir communiquer comme étant : *« la capacité pour le conseiller d'orientation d'adapter son discours au niveau de compréhension des élèves et au système actuel des réseaux... mais aussi le fait de pouvoir utiliser les bons supports pour véhiculer un message ».*

Elle exprime la difficulté que les conseillers d'orientation ont à adapter leur discours au niveau de langue des enfants sans cesse en baisse. A trouver des bons supports visuels (vidéo, image), audio exploitables dans le cadre des séances d'information sur les filières et débouchés(AA2a+), des causeries éducatives(AA2b+) et la qualité des supports utilisés(AA2c+).

Selon le cas, l'accès aux informations sur les filières d'étude et les débouchés n'est pas facile. S'il faut encore faire le porte à porte dans les cabinets ou dans les services MINESUP pour recenser et actualiser les informations sur les offres de formation cela devra mobiliser énormément de ressources humaines et financières. Ce qui prendrait trop de temps.

Les séances de causerie éducative demandent une grande interaction entre les élèves et le conseiller d'orientation à travers le jeu des questions-réponses. Les temps impartis pour ces séances et les moyens utilisés ne permettent pas réellement au conseiller d'atteindre les objectifs pédagogiques et fixé par le cahier de charge. On peut observer dans les déclarations suivantes :

Pour bien mener les activités liées à l'information sur les filières et débouchés, les animations des causeries éducatives, on doit pouvoir disposer des bonnes informations

à temps et à moindre coût. Utiliser les outils didactiques qui permettent de captiver l'attention et développer la réflexion et la participation de l'élève. L'avantage de Facebook et Google est sans doute la communication par l'image, les messages, les sons. Et l'interaction peut se faire à travers le jeu des questions réponses.

Pour elle, le développement des compétences verbales et non verbales chez le conseiller d'orientation en milieu scolaire par l'usage d'internet et Facebook est tout à fait évident et cela se traduit par la conjonction des indicateurs (AA2a+)+(AA2b+)+(AA2c+).

➤ **Accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire**

Selon le cas l'accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation scolaire par l'usage de Google et Facebook est possible. Elle parle de « l'accroissement du potentiel d'action des conseillers à travers la capacité d'agir dans les missions de formation, d'offres de services adaptés, et des activités d'administration et de recherche ».

Concernant l'accroissement du potentiel d'action du CO au niveau des missions de formation. Le cas CO2 admet que l'usage De Google et Facebook améliore énormément la qualité des activités et permet au CO d'intéresser plus d'élèves sur l'importance de ces activités dans leur vie.

Pour ce qui est de doter l'élève des savoir-faire et savoir-être (BB1a+), mais aussi l'aider à se connaître (BB1b+), le conseiller en milieu scolaire ne peut être mieux outillé qu'en se rapprochant des élèves pour mieux comprendre leurs problèmes sur le plan intra et extrascolaire. Elle déclare à ce propos :

Je pense que le véritable problème du CO est qu'il ne prend pas la peine d'aller vers l'enfant pour l'aider à cerner qui il est. Le CO se contente d'attendre les élèves au bureau, pour des brefs entretiens durant lesquels il essaie de leur donner « des formules miracles » qui selon lui vont permettre à l'enfant de surmonter ses difficultés. Comment agir efficacement sur la sphère cognitive de l'enfant si nous n'explorons pas efficacement les différents éléments de la mémoire qui stimule rétention. Quoi que nous fassions le monde évolue et les méthodes d'apprentissage aussi, donc je pense que le CO serait plus efficace et productif dans son travail s'il parvenait à intégrer les nouveaux savoirs et les nouvelles méthodes d'apprentissage diffusés par Google et Facebook. Ce qui lui permettra d'aider le plus grand nombre d'enfants et de leur apporter des éléments propres à leur milieu de vie qui pourront les aider à mieux se connaître, et à prendre de bonnes décisions.

Parlant de l'aide à la prise de décisions (BB1c+), le cas CO2 pense que tout le travail du conseiller d'orientation porte sur l'aide à la prise de décision. Elle déclare à ce sujet :

Toutes les activités que les conseillers d'orientation mènent dans les établissements ont pour finalité d'aider les élèves et ses parents à faire des choix judicieux en connaissance de leurs aptitudes pour leur vie présente et future. Le but est de leur apporter la réalité du monde dans lequel ils vivent. Mais surtout de leur ouvrir la porte vers un mieux-être et au mieux vivre auxquels ils aspirent. Pour ce faire, nous sommes amenés à composer sur l'environnement social dans lequel nous travaillons exploiter ce qu'il nous offre afin d'influencer positivement les esprits. Et nous savons bien que l'enfant dans nos communautés n'est pas maître de ses décisions. En dehors des outils que nous utilisons pour recueillir l'avis des parents par exemple pour le choix des langues en classe de 5^e, les parents n'ont pas très souvent connaissances de toutes les opportunités de formation qui s'offrent à leurs enfants. « Et nous ne pouvons pas convoquer tous les parents au service de l'orientation encore moins laisser les élèves à la merci du marketing de masse des écoles de formation ». Il est donc normal de mettre l'information à leur disposition pour faciliter leur prise de décision.

Les propos du cas CO2 traduisent un réel souci d'efficacité et de proximité dans la résolution des problèmes liés à la prise de décisions, à la connaissance de soi et au renforcement des capacités de l'élève. Ce qui comme au préalable, explique la somme des indicateurs (BB1a+)+(BB1b+)+(BB1c+).

Relativement à l'efficacité dans la qualité de l'offre de service(BB2), elle se traduit selon le cas à une plus grande couverture sur le plan quantitatif (le nombre d'élèves reçus et les problèmes résolus) et une facilité dans l'accès au service des conseillers d'orientation.

Pour cela, le conseiller doit pouvoir connaître les besoins de ses élèves (BB2a-). Elle pense que la connaissance de besoins de l'enfant s'exprime plus sur le plan pratique, à travers l'observation de ses résultats scolaires, et le comportement au sein de l'établissement et en famille. Elle dit à ce sujet :

Pour ma part, la connaissance des besoins d'un enfant ne saurait se faire par internet et les réseaux sociaux. La connaissance des besoins de l'enfant implique la connaissance sur le plan cognitif par rapport à ses résultats scolaires, sur le plan affectif et émotionnel (la qualité des rapports qu'il entretient en famille avec ses parents et l'école avec les pairs. On a plus besoins d'une observation du sujet dans son milieu

scolaire et de recueillir les informations sur lui auprès de ses résultats scolaires, ses parents, ses camarades...

Pour elle, il est vrai que les entretiens individuels (BB2b) peuvent se mener via Facebook mais cela peut être très difficile dans la mesure où il faudra être connecté à tout moment. Elle opte encore sur la prise de rendez-vous comme proposé par le premier cas. Voilà ce qu'elle déclare à ce sujet :

« C'est vrai que l'on peut envisager les entretiens individuels via Facebook mais cela ne sera pas du tout facile dans la mesure où c'est absorbant ». Et entre le temps de lire tous les messages et répondre on peut perdre le fil conducteur des réponses qu'on voulait apporter. « En dehors de ça, les conseillers d'orientation ont aussi une vie sociale comme tous ». Mais, ils peuvent initier les élèves à la pratique de prise de rendez-vous surtout pour les élèves du second cycle. »

En ce concerne l'efficacité du conseiller dans la proposition des bourses(BB2c+), la plupart du temps il s'agit des bourses de la remise de modeste sommes d'argent aux élèves qui auront brillés par leur bonnes moyennes aux examens de fin d'année et de trimestre dans certains cas. Mais l'efficacité du CO consistera à utiliser Google et Facebook pour rechercher des bourses d'études des universités et grandes écoles à l'étranger pour les proposer aux élèves de terminales. D'où les observations suivantes :(BB2a±)+(BB2b±)+(BB2c+).

Pour ce qui est de l'efficacité de l'apport de Google et Facebook dans les activités d'administration et de recherche(BB3). Le cas CO2 pense que l'efficacité du CO s'observera dans sa capacité à nouer des partenariats entre l'école et les acteurs économiques, et la capacité d'offrir à ses partenaires l'occasion de montrer leur savoir-faire aux élèves.

Dans le cadre des visites d'entreprises (BB3a+), en fonction des risques et des perturbations que cela peut causer, nous pouvons avec l'accord des entreprises faire des visites assistées numériquement.

Nous pensons que déplacer les enfants en entreprise est parfois très risqué et peut causer des perturbations dans le travail, raison pour laquelle certaines entreprises hésitent souvent à donner leur accord. Par ailleurs, les plannings des cours ne le permettent pas toujours. L'utilisation de Google et Facebook peut soit favoriser les visites guidées ou assistées numériquement, soit faire visiter leur entreprise à travers

leurs sites. Dans la ville de Douala actuellement ce sont les pharmacies qui s'intéressent le plus à ces modes de communication. Ainsi les élèves pourront faire la visite d'une entreprise en restant chez eux.

L'organisation de la JNOS (BB3b+) est l'évènement qui permet au conseiller d'orientation scolaire d'exposer son savoir-faire, compléter les connaissances théoriques transmises aux élèves par des savoirs pratiques qui sont apportés par les spécialistes de chaque domaine d'activité. C'est aussi l'occasion pour le CO de développer ses compétences en matière d'organisation et d'administration des évènements, mais de marketing social.

« Pour cela nous pensons que Google et Facebook sont les outils indiqués pour mettre l'information à la disposition d'une cible plus vaste et mobiliser plusieurs personnes ».

Le cas CO2 est tout à fait d'accord que l'usage de Google et Facebook accroît l'efficacité du Conseiller d'Orientation scolaire au niveau des activités administratives et de recherche. Cela nous amène aux observations suivantes : (BB3a+)+(BB3b+).

4.2.3 Analyse des résultats du cas CO3

➤ Développement des nouvelles aptitudes de communication

- L'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations.

Pour ce qui est de l'apport du moteur de recherche Google dans le développement des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation, nous voyons avec CO3 que la plupart des conseillers ont une bonne connaissance de cet outil, et ne l'utilise pas très souvent dans la recherche des informations sur les nouvelles filières de formation et les débouchés bien qu'elle le trouve très adéquat (AA1a+).

« J'utilise Google tous les jours sur ma tablette tant pour mes recherche personnel que ceux de l'orientation scolaire. Ce qui n'est pas forcément le cas de tous les conseillers d'orientation. C'est une évidence que nous ne pouvons presque pas nous passer de Google dans la conception des supports didactiques (AA1b+) ».

A titre d'exemple, le cahier des charges du conseiller d'orientation scolaire donne juste les axes qui doivent orienter nos supports didactiques pour les sessions de formations. Pour meubler les contenus des rubriques, nous sommes contraints de rechercher sur Google les informations correspondant à chaque contenu. *« Prenons une session de formation comme*

celle des risques et périls liés à la sexualité, il faut adapter ses contenus aux problèmes de santé publique du moment ».

Il est indéniable que l'actualisation des informations (AA1c+) est de plus facile grâce aux applications mobiles, il est de plus en plus difficile de s'en passer. Les observations suivantes traduisent l'intérêt qu'elle accorde à ces outils en orientation en tant que conseillère d'orientation scolaire (AA1a+)+(AA1b+)+(AA1c+).

- L'apport du réseau sociale Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations scolaire.

Comme ses prédécesseurs le cas CO3 mets également l'accent sur le développement chez les Conseillers d'Orientation de nouvelles aptitudes d'information verbales et non verbales en précisant que :

« La communication est le nœud du travail de Conseiller d'Orientation scolaire que ce soit dans le cadre des séances d'information sur les filières et les débouchés (AA2c+) ou des causeries éducatives (AA2a+). Facebook offre une réelle opportunité de mieux informer l'élève et de le suivre individuellement sans interruption (AA2c+). Elle déclare à ce sujet :

« Facebook peut être un bon moyen pour passer certaines sessions de formation et causeries éducatives dans la mesure où en créant des groupes de classes. Les élèves peuvent échanger avec les conseillers d'orientation, poser davantage de questions et les thèmes peuvent être débattus en profondeur. Il serait plus aisé d'orienter un tel dispositif vers les élèves des classes de troisième jusqu'en terminales ». En plus, le fait que l'on puisse utiliser les supports multimédias épargne des difficultés liées à la recherche des vidéos projecteurs et aux respects des horaires alloués à la matière. Ce qui n'est pas du tout facile et voir même impossible vu les coûts financiers. Mais, tous ces outils s'utilisent facilement sur Facebook et les supports didactiques se trouvent aisément sur les sites proposés par Google spécifiques à chaque domaine. La seule difficulté qui n'en est pas une d'ailleurs, est de chercher ces supports.

Elle déclare à ce sujet que :

« tous les jours, quel que soit l'endroit où je me trouve quand j'ai un instant à moi, je ne manque pas de jeter un coup d'œil pour vérifier mes messages et les interventions des amis dans le groupe que j'ai créé sur Facebook, mais pas constamment vraiment pour l'orientation. Certes, il m'arrive souvent d'aller sur internet chercher certaines

informations pour répondre aux préoccupations de mes élèves. Et je dois avouer que avec ma tablette c'est très facile à faire du coup je peux rapidement vérifier mes connaissances et apporter la bonne information à l'élève sans avoir besoin de lui demander de repasser. Ce qui n'était pas avant... Il arrivait ici qu'un enfant vienne essayer de vérifier une information auprès de moi pensant que je pouvais lui apporter plus d'éclaircissements alors que moi-même j'ignorais de quoi il s'agissait ».

« Très honnêtement cet outil a changé ma façon de travailler. Et il m'est devenu difficile de m'en séparer ». C'est certainement fort de cette affirmation qu'elle apporte les observations suivantes : (AA2a+)+(AA2b+)+(AA2c+).

➤ **Accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire**

Quant à l'accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire, elle pense globalement, que soit dans la maîtrise des activités de formations(BB1), l'offre de services adaptés aux élèves(BB2) ou dans l'exécution des activités administratives et de recherche (BB3), l'usage d'internet permet l'efficacité du Conseiller d'Orientation est tout à fait observable et voir même mesurable.

Qu'il s'agisse de doter l'élève des savoir-faire et savoir être (BB1a+), des capacités à prendre seule des décisions (BB1b+), l'amener à se connaître (BB1c+), Google et Facebook sont des moyens efficaces :

Parce qu'ils nous permettent de se rapprocher un peu plus des élèves qui, il faut le rappeler utilisent plus ces réseaux sociaux que nous les adultes. « Ils nous permettent d'inscrire l'orientation dans ce que les commerciaux appellent le service de proximité ». Se rapprocher ne doit pas étouffer l'élève mais plutôt lui bénéficier. A ce sujet, Facebook est très développé et propose des indicateurs de satisfaction « j'aime ».

Toutefois, concernant l'amélioration des entretiens individuels (BB2b±) et l'identification des besoins scolaires de l'élève, elle semble dubitative dans la mesure où elle pense que mener des entretiens en ligne ne permet pas de cerner réellement les besoins de l'élève(BB2a±). Elle dit à ce propos que :

L'entretien individuel implique les paramètres d'observation du comportement de l'élève qu'on ne saurait avoir en ligne. En plus, le but d'un entretien, consiste à

l'établissement d'un lien de confiance entre le conseiller et le sujet ne peut pas réellement se nouer au travers de Google et Facebook.

Comme chez ses prédécesseurs, elle admet juste une efficacité du CO au niveau de la prise des rendez-vous et de la soumission des problèmes. Pour diminuer l'affluence des élèves devant le bureau de l'orientation aux heures de pauses.

« C'est vrai que suivre un cas continuellement sans interruption n'est pas du tout facile. Au moins en instaurant la prise de rendez-vous, on peut mieux organiser son agenda de façon à mieux suivre un cas du début jusqu'à la résolution de son problème ».

Elle reconnaît l'efficacité du conseiller d'orientation scolaire liée à l'utilisation de Google et Facebook dans la proposition des bourses d'études (BB2c+). Notamment, celle des universités étrangères. Et déplore réellement le peu d'implication des CO des Lycées dans ce domaine. On voit alors apparaître les idées liées de la façon suivante :

(BB2a±)+(BB2b±)+(BB2c+).

Relativement aux activités administratives et de recherche, elle pense globalement qu'internet et Facebook permettent une bonne recherche de partenariats pour les visites d'entreprises par les élèves (BB3a+) et bon moyen de communication pour l'organisation des événements des événements comme la JNOS(BB3b+).

4.2.4 Analyse des résultats du cas CO 4

➤ Développement des nouvelles aptitudes de communication

- **L'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire**

Concernant l'apport de Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire, le cas CO4 pense que les ressources qu'offre Google pour les conseillers d'orientation sont immenses. Au Cameroun, nous avons un réel problème au niveau de la diffusion des informations de l'administration centrale pour les lycées surtout pour ce qui concerne l'orientation. Grâce à sa base de données, l'application Google sur smartphone permet de trouver rapidement des informations que l'on cherche et de satisfaire le client. Que ce soit dans la recherche sur les sites

gouvernementaux ou des grandes écoles sur les filières et débouchés (AA1a+), on trouve plus rapidement l'information. Alors que sans ces applications mobiles parfois on renvoyait l'élève lui promettant de chercher, pris par d'autres activités on finissait par oublier. Ainsi, les conseillers d'orientation parviennent à mieux faire usage de ces outils accessibles, ils pourraient mobiliser plus d'enfants et résoudre le problème des sureffectifs.

Elle déplore le fait que les conseillers d'orientation formulent simplement le vœu que l'Etat forme plus de conseillers d'orientation pour régler les déficits au niveau des ratios mais ne cherche pas vraiment les solutions pour mieux gérer les effectifs d'élèves. Aussi, pense-t-elle que les conseillers d'orientation gagneraient à envisager davantage des solutions alternatives qui consisteraient à rechercher par eux-mêmes des supports didactiques (AA1b+) sur Google. Et à les diffuser à travers des canaux spécifiés sur Facebook, à actualiser constamment leurs connaissances en vue de satisfaire en temps réel les élèves qui se présentent à eux. Ce qui justifie les observations suivantes:(AA1a+)+(AA1b+)+(AA1c+).

- L'apport du réseau social Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire.

Pour le cas CO4 comme les précédents, savoir communiquer, c'est pouvoir transmettre des idées, des émotions (...), c'est aussi amener les autres à changer de comportement, à prendre de bonnes décisions, à épouser ses opinions et enfin à voir dans la même direction que soit. Cela nécessite des connaissances de la méthode selon la taille de cible qu'on veut atteindre. De plus, trouver des bons supports visuels (vidéo, image), audio exploitables dans le cadre de l'animation des groupes de causerie éducative(AA2a+) et du suivi individuel des élèves (AA2b+),des séances d'information sur les filières et débouchés(AA2c+).

Car les aptitudes d'informations non verbales et verbales du CO scolaire sont limitées. Elles se traduisent par la communication au moyen de l'affichage des informations sur les babillards, de la communication orales dans le cadre des séances de formation et entretiens individuels. Mais la plus part du temps, ces affiches et méthodes de communications sont stériles et pas du tout enrichissant du fait qu'elles ne mettent pas l'accent sur les images et les couleurs, qui attirent plus l'attention des élèves. Les motifs qui justifient cette stérilité sont entre autres l'insuffisance des ressources financières allouées à l'orientation. Ce qui n'est pas faux, mais la solution

qu'apporte Google et Facebook est sans doute efficace comme nous pouvons l'observer en France par exemple: « elle est plutôt simple, accessible et innovante ».

Mes usages de Google m'ont permis de voir ce qui se fait de mieux en matière d'orientation scolaire dans les pays étrangers. Mes recherches sur les forums de discussions en orientation scolaire me ramènent toujours vers Facebook. Je me suis rendu compte que Google et Facebook fédèrent plusieurs organisations et associations de conseillers d'orientation qui trouvent l'opportunité de rendre plus visible ce qu'ils font. Par ailleurs, les universités et certaines grandes écoles étrangères utilisent ces moyens pour informer les jeunes sur leurs offres de formation et les profils requis.

« Si je remonte les origines de Facebook, il ressort que ce réseau a été créé dans un milieu d'étude pour favoriser les échanges d'information entre amis. Bien qu'il soit étendu à plusieurs utilisateurs, je pense que, ces outils ont la ressource nécessaire qui manque au CO pour s'étendre d'avantage dans son travail ».

Les téléphones Android et les tablettes sont accessibles. Les coûts de connexion sont à la portée de tous les CO, le seul ingrédient qui peut parfois manquer c'est la volonté.

C'est très naturellement qu'elle s'exprime en faveur de l'usage de ces outils dans le processus d'orientation scolaire à travers les observations suivantes : (AA2a+)+(AA2b+)+(AA2c+).

➤ **Accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire**

Selon le cas, l'accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation scolaire par l'usage de Google et Facebook est possible voire même évidente et part de la fameuse question du rôle et de l'importance du conseiller d'orientation scolaire au Cameroun. Elle pense que grâce à l'usage de Facebook, l'accroissement du potentiel d'action des conseillers à travers la capacité d'agir dans les missions de formation (BB1), d'offres de services adaptés (BB2), et des activités d'administration et de recherche (BB3) ne sera plus sujet à polémique.

Concernant l'accroissement du potentiel d'action du CO au niveau des missions de formation. Elle admet également que l'usage de Google et Facebook améliore énormément

la qualité des activités et influence la prise de conscience par l'élève de sa personnalité et de ses actes. Elle dit dans ses propos que :

Pour doter l'élève des savoir-faire et savoir-être (BB1a+), mais aussi l'aider à se connaître (BB1b+), le conseiller en milieu scolaire ne peut être mieux outillé qu'en se servant de ses connaissances sur les usages de Google et Facebook par les élèves pour essayer de comprendre leurs inquiétudes intra et extrascolaire.

C'est une démarche certes fragile dans la mesure où il y'a un risque d'interférence dans l'univers de vie et d'épanouissement des élèves, mais elle doit être entreprise. Car nous ne pouvons pas prétendre aider quelqu'un sans savoir réellement qui est la personne.

Parlant de l'efficacité relative à l'aide, à la prise de décisions (BB1c+), elle pense que :

« le CO doit savoir prendre sa place, gagner sa crédibilité et avoir un pouvoir d'influence par le rôle de conseil. Il pourra acquérir cette crédibilité par ses capacités relationnelles, sa connaissance des problèmes des élèves et à l'aide de ses compétences (la psychologie, le développement de la personnalité et des fonctions intellectuelles, cognitives et affectives, la psychométrie et l'évaluation du fonctionnement psychologique des personnes, le counselling individuel et de groupe, la psychopathologie, les théories du développement vocationnel, le développement de l'identité, l'apprentissage ». Mais cette tâche requiert plus de présence physique surtout chez les élèves des classes de 6^e, 5^e et 4^e qui vivent encore leur enfance.

Les propos du cas CO4 traduisent un réel souci d'efficacité et proximité dans la résolution des problèmes liés à la prise de décisions, à la connaissance de soi et au renforcement des capacités de l'élève. Ce qui comme au préalable, explique la somme des observations suivantes : (BB1a+)+(BB1b+)+(BB1c+).

Relativement à l'accroissement de l'efficacité des compétences psychosociales du conseiller d'orientation dans la qualité des entretiens individuels(BB2b±) et à la connaissance des besoins de ses élèves (BB2a±) le cas penche une plus grande couverture sur le plan quantitatif (le nombre d'élèves reçus et les problèmes résolus) et une facilité dans l'accès au service des conseillers d'orientation. Mais exprime des réserves sur le fait que, l'usage de Facebook en orientation scolaire soit efficace pour permettre de connaître réellement les besoins de l'élève.

Ouf! À ce niveau, je pense pour ma part que, la connaissance des besoins d'un enfant ne peut pas réellement se faire à travers Facebook. Surtout pour les plus petits du premier cycle, qui on peut le constater, ont besoin de la présence d'un conseiller d'orientation à qui ils peuvent directement s'adresser. Il est beaucoup plus possible d'entreprendre ce que l'identification des besoins avec les élèves du second cycle, qui pour la plupart sont des adolescents et les premiers utilisateurs de Facebook.

Pour elle, il est vrai que les entretiens individuels (BB2b±) peuvent se mener via Facebook mais cela peut être très difficile dans la mesure où il faudra être connecté à tout moment. Elle opte encore sur la prise de rendez-vous comme proposé par le premier cas. Voilà ce qu'elle déclare à ce sujet :

« C'est vrai que l'on peut envisager les entretiens individuels via Facebook mais cela ne sera pas du tout facile dans la mesure c'est absorbant et cela constitue également un risque pour la protection des informations relatives à la vie privée ».

Pour ce qui est de l'efficacité du conseiller dans la proposition des bourses (BB2c+), elle pense que :

Les conseillers d'orientation doivent s'étendre dans la recherche et la proposition des bourses aux élèves des classes de terminales. Google et Facebook sont des bons moyens pour rechercher et diffuser les informations relatives aux bourses.

C'est propos justifie clairement ses observations (BB2a±)+(BB2b±)+(BB2c+).

Pour ce qui est de l'efficacité de l'usage Google et Facebook dans les activités d'administration et de recherche(BB3). Le cas pense que :

L'efficacité du CO s'observera dans sa capacité à nouer des partenariats entre l'école et les acteurs économiques, et la capacité d'offrir à ces partenaires l'occasion de montrer leur savoir-faire aux élèves.

Dans le cadre des visites d'entreprises (BB3a+), en fonction des risques et des perturbations que cela peut causer, nous pouvons avec l'accord des entreprises faire des visites assistées numériquement.

L'organisation de la JNOS (BB3b+) est l'évènement qui permet aux conseillers d'orientation scolaire d'accroître son efficacité sur le plan évènementiel : en matière de

communication, d'organisation et administration des événements, de mobilisation des ressources humaines, financières et matérielles.

4.2.5 Analyse des résultats du cas CO5

➤ Développement des nouvelles aptitudes de communication

- L'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation

Concernant l'apport de l'application Google dans le développement des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation(AA1), CO5 est du même avis que ses prédécesseurs. D'après elle, le moteur de recherche Google sur mobile est très pratique pour effectuer des recherches de manière générale. Les recherches sur les filières d'études et les débouchés (AA1a+) sont devenues plus faciles. A ce sujet, elle déclare que :

« Avant, lorsqu'on recevait les élèves des classes de premières et terminales qui venaient se renseigner sur des filières dont ils auraient entendues parler, on se retrouvait parfois très étonné et dépourvu de moyens immédiats pour vérifier leurs propos(...) mais aujourd'hui les choses se sont nettement améliorées. En quelques clics sur mon téléphone, je peux vérifier cette information et donner une réponse à l'élève dans un bref délai ».

Elle nous fera savoir que c'est l'une des raisons qui l'a poussée à se procurer un smartphone à système androïde.

Par ailleurs, relativement à la recherche des supports didactiques (AA1b+) et à l'actualisation des connaissances théoriques sur l'orientation (AA1c+), elle est également en accord avec les autres et pense pour cela que :

On trouve presque tout ce que l'on cherche sur Google. Le véritable problème c'est de prendre le temps de chercher et savoir réellement ce que l'on cherche.

La plupart du temps, Google vous dirige vers sa base de données YouTube ou vous pouvez trouver des images, sons, vidéos à caractère éducatif en animation 3D. Et ce type d'animation est beaucoup apprécié par les jeunes et les adultes.

C'est fort de ces propos que nous retenons les observations suivantes : (AA1a+)+(AA1b+)+(AA1c+).

Concernant l'usage de Google et Facebook dans le processus d'orientation scolaire(AA1), le cas CO5 pense que les téléphones Androïdes ont complètement révolutionné sa manière de vivre et de travailler. Avant, pour rechercher la solution sur internet à la préoccupation d'un élève, il fallait aller au cyber café du quartier, pour les moins privilégiés ou avoir sa connexion à domicile pour les plus nantis. Mais aujourd'hui, les tablettes et les téléphones ont tout changé. On a presque une application pour chaque service. Mais la plus complète et utilisée en matière d'interaction sociale à grande échelle reste Facebook. Ceci pour la large gamme de services et d'opportunités qu'il propose aux particuliers et aux organisations en termes de création de relation et d'espace de travail.

Les conseillers d'orientation que nous sommes gagneraient à mieux connaître ces outils (AA1a+), à les utiliser fréquemment (AA1b+), pour atteindre leurs objectifs sur le plan professionnel.

Vous savez qu'on ne pas reconnaître l'importance d'un outil qu'on n'a pas encore utilisé. « Mais dans mon cas je suis sur Facebook presque tous les jours, j'administre un groupe de causerie éducative de jeunes femmes nordistes(...) Et le nombre d'adhérents augmente presque tous les jours».

Elle pense que si les CO faisaient pareil dans leurs activités d'orientation, cela pourra considérablement augmenter la satisfaction des besoins d'orientation des élèves et par la même occasion redorer l'image du CO.

Elle est pour l'usage des applications mobiles en orientation conseil (AA1a+)+(AA1b+)+(AA1c+).

- L'apport du réseau social Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire.

Comme les précédentes personnes interrogées, le cas CO5 met également l'accent sur le développement chez les Conseillers d'Orientation de nouvelles aptitudes d'information verbales et non verbales(AA2). Elle pense que le Conseiller d'Orientation scolaire qui en plus des procédés de communication classiques intègre les technologies de l'information et de la communication est mieux outillé dans le contexte actuel. Et Google est un outil adéquat pour rechercher et transmettre les informations sur les filières et les débouchés (AA2c+), l'animation des groupes de causeries éducatives (AA2a+), (AA2c+) et le suivi des entretiens individuels. Elle pense à ce sujet :

Dans la perspective de captiver l'attention et de renforcer la rétention chez les élèves, il est souvent nécessaire d'utiliser dans le cadre des séances en salle qui sont déjà orales et qui s'inscrivent ici dans la communication verbale, des supports didactiques multimédia : visuels (dessins images, des représentations graphiques, des photographies) audiovisuels (vidéo et son).

« La conception de ces supports didactiques et surtout leur mise à la disponibilité des élèves pas très évidente compte tenu du coût financier et logistique que cela peut impliquer. Mais tous ces outils se trouvent et s'utiliseraient facilement sur Facebook. »

Ce qui justifie la combinaison des observations suivantes :(AA2a+)+(AA2b+)+(AA2c+).

➤ **Accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire**

Quant à l'accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire, elle pense globalement que ce soit dans la maîtrise des activités de formations(BB1), l'offre de services adaptés aux élèves(BB2) ou dans l'exécution des activités administrative et de recherche (BB3), le conseiller d'orientation scolaire dispose grâce aux nouvelles applications mobiles d'une réelle opportunité d'optimiser son rendement et valoriser son métier. Les outils auxquels le CO a accès en utilisant Facebook et Google, peuvent lui permettre d'accroître ses compétences verbales et non verbales sur les plans psychologique, social lui permettant de doter l'élève des savoir-faire et savoir être (BB1a+) des capacités à prendre seule des décisions (BB1b±), et de l'amener à se connaître (BB1c+).

Sans risque de m'éloigner de la question, je pense que le processus de décision requiert la confrontation continue de l'image que l'élève a de lui par rapport à son orientation, de la mise en place de stratégies d'adaptation et de modes d'intégration de l'expérience aussi bien cognitive, affective, comportementale et somatique rattachée à la rencontre et au traitement d'informations sur soi et sur son environnement actuel(physique et virtuel).

Toutefois, concernant l'amélioration des entretiens individuels (BB2b±) et l'identification des besoins scolaires de l'élève, elle émet aussi des réserves. Dans la mesure où elle pense que mener des entretiens en ligne ne permet pas de cerner réellement les besoins de l'élève (BB2a±). Et peut constituer un risque pour la préservation du caractère confidentiel des informations sur la vie de l'élève. Pour ce qui est des besoins, elle fait état de ce que :

« On ne peut pas identifier tous les besoins de l'élève simplement par l'usage d'internet et des réseaux sociaux(...)Mais plutôt en complétant notre connaissance de ses besoins d'ordre académique que l'on peut questionner à travers les tests psychotechniques, les résultats des élèves aux évaluations, par son respect de la discipline(...) à cela nous pouvons ajouter les besoins standards définis en fonction des cycles et des classes ».

Elle reconnaît l'efficacité du conseiller d'orientation scolaire liée à l'utilisation de Google et Facebook dans la proposition des bourses d'études (BB2c+) notamment celle des universités étrangères. Et déplore réellement le peu d'implication des CO des Lycées dans ce domaine. Ce qui met en exergue les observations suivantes : (BB2a-)+(BB2b-)+ (BB2c+).

Pour les activités administratives et de recherche, elle pense globalement que Google et Facebook favorisent une bonne recherche de partenariats pour les visites d'entreprises par les élèves (BB3a+) et est un bon moyen de communication pour l'organisation des événements comme la JNOS(BB3b+).

4.3 SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

L'examen des données collectées lors des entretiens individuels permet de constater que dans l'ensemble tous les conseillers d'orientation interrogés ont de bonnes connaissances générales sur l'usage de Google et Facebook. Et possèdent presque tous un téléphone android et une tablette. Ils sont très professionnels et sont confrontés tous les jours aux difficultés de la profession.

Les difficultés liées à la gestion des flux d'élèves au niveau du service d'orientation, au manque de matériel didactique adéquat, à l'insuffisance des ressources financières allouées à l'orientation scolaire. Il s'ajoute à ça, les difficultés liées à l'occupation des plages horaires dans la mesure où les heures sont partagées avec le Travail Manuel (TM). Ils doivent donc composer avec ces difficultés là pour faire au mieux leur travail.

Fort est de constater qu'ils s'accordent tous sur l'intégration et l'appropriation de nouvelles applications mobiles par les conseillers d'orientation en milieu scolaire. Ils définissent en rapport avec leurs difficultés les types d'usage pour lesquels ces outils seraient importants.

De manière générale les préoccupations de chaque interviewé se joignent à celles des autres. Et les techniques proposées pour rendre le conseiller d'orientation plus efficace font presque l'unanimité. Leur engouement pour l'usage des applications mobiles témoigne :

-Premièrement, du souci de développer les aptitudes psychosociales, leur permettant de rapprocher l'orientation vers une cible et de la faire connaître de toute la communauté éducative.

-Mais aussi du souci de faire taire les préjugés visant à croire que le conseiller scolaire au Cameroun ne fait rien. On retrouve dans la singularité de leurs discours une expression commune des apports positifs des applications mobiles dans le processus d'orientation scolaire.

On peut résumer toutes leurs remarques en termes de faits saillants, facteur d'accroissement de l'efficacité, contrainte du milieu et préoccupations.

Nous pouvons résumer ces données à travers ce tableau de synthèse des résultats qui présente les faits saillants, les facteurs d'accroissement d'efficacité, les contraintes et les préoccupations.

Tableau N°7: Synthèse des résultats par thème

L'analyse a porté sur les thèmes de l'étude : nous présenterons les résultats sur chaque variable indépendante et les résultats sur la variable dépendante, issus des discours des participants aux entretiens individuels. Ceci étant, l'on va aborder ces thèmes par rapport aux sous-thèmes pour en faire une synthèse.

Thèmes	Faits saillants	Facteurs d'accroissement d'efficacité	Contraintes	Préoccupations
<p>Thème 1: Développement des nouvelles aptitudes de communication</p>	<p>-L'usage de Google pour l'actualisation des connaissances sur les filières de formations et les débouchés est très importante</p> <p>«L'actualisation des informations sur les besoins de formation et de main d'œuvre du secteur économique n'est pas toujours très évidente ». (CO1)</p> <p>-La qualité modes de communication et l'élaboration des supports didactiques :« la capacité pour le conseiller d'orientation d'adapter son discours au niveau de compréhension des élèves(...)Utiliser les outils didactiques qui permettent de captiver l'attention et développer la réflexion et la participation de l'élève » (.CO2)</p> <p>-La communication est comme nœud du travail de CO « la communication est le nœud du travail du conseiller d'orientation scolaire(...) Facebook offre une</p>	<p>- Disposition par les CO d'informations actualisées « Pour bien mener les activités liées à l'information sur les filières et débouchés, les animations des causeries éducatives, on doit pouvoir disposer des bonnes informations à temps et à moindre cout » (CO2)</p> <p>L'amélioration de la communication« Google et Facebook, permettent de proposer d'autres modes expansifs de communications qui regroupent des contenus multimédias(contenu de sons, messages textes, images, vidéos), des groupes de discussions en fonction des centres d'intérêts.(CO1)</p> <p>-La disponibilité des supports didactiques : « La conception de ces supports et surtout mise à la disponibilité des élèves pas très évidente compte tenu du cout financier et logistique que cela peut impliquer ». (CO5)</p>	<p>Le peu d'utilisation de Google et de Facebook par les conseillers pour améliorer leurs compétences en orientation.</p> <p>« J'utilise Google et Facebook tous les jours, quel que soit l'endroit où je me trouve(...) mais pas constamment vraiment pour l'orientation » (CO3).</p>	<p>L'intégration des pratiques visant à développer les compétences du CO</p> <p>« l'orientation scolaire est un pilier majeur dans le développement d'un pays(...) il faut que les CO sachent saisir les bonnes opportunités et intégrer les bonnes pratiques(...)». La connaissance et l'usage de Google et Facebook en orientation scolaire est sans nul doute très importante au regard des difficultés que nous rencontrons dans la satisfaction des besoins des enfants »(CO1)</p>

	opportunité de mieux informer l'élève... » (CO3)			
Thème 2 : Efficacité du conseiller d'orientation dans l'accomplissement de leurs missions	<p>-La démarche statique du CO envers L'élève « <i>Le CO se contente d'attendre les élèves au bureau, pour des brefs entretiens</i> ». (CO2)</p> <p>-Gestion des flux d'élèves aux entretiens individuels « <i>C'est vrai que l'on peut envisager les entretiens individuels via Facebook...</i> ». (CO4)</p> <p>-L'identification des besoins des élèves « <i>On ne peut pas identifier tous les besoins de l'élève simplement par l'usage d'internet et des réseaux sociaux(...) Mais plutôt en complétant notre connaissance de ses besoins d'ordre académique...</i> » (CO5)</p>	<p>Le rapprochement du CO vers L'élève « <i>Je pense que le véritable problème du CO est qui ne prend pas la peine d'aller vers l'enfant pour l'aider à cerner qui il est</i> » (CO2).</p> <p>-La prise des rendez-vous « <i>C'est vrai que suivre un cas continuellement sans interruption n'est pas du tout facile. Au moins en instaurant la prise de rendez-vous, on peut mieux organiser son agenda de façon à mieux suivre un cas du début jusqu'à la résolution de son problème</i> ». (CO3)</p> <p>L'identification des besoins des élèves du second cycle « <i>Il est plus beaucoup plus possible d'entreprendre l'identification des besoins avec les élèves</i></p>	<p>-Risque liés à la protection des informations sur la vie privé « <i>mais cela ne sera pas du tout facile dans la mesure où c'est absorbant et cela constitue également un risque pour la protection des informations relatives à la vie privé</i> ». (CO4)</p>	<p>Gérer efficacement le suivi des cas des entretiens individuels afin de satisfaire le plus grand nombre.</p>

	<p>-Recherche et proposition des bourses</p> <p><i>« En dehors des bourses internes propres à l'établissement, les conseillers doivent rechercher et proposer des bourses d'études dans les universités étrangères ». (CO1)</i></p> <p>-Recherche des partenariats</p> <p><i>« En effet que ce soit dans le cadre de la visite d'entreprise ou de l'organisation de la JNOS, le CO doit pouvoir offrir une vitrine permettant aux partenaires que sont les entreprises de valoriser leur savoir-faire ». (CO1)</i></p>	<p><i>du second cycle, qui pour la plupart sont des adolescents et les premiers utilisateurs de Google et Facebook » (CO4)</i></p> <p>-Extension dans l'offre des bourses d'études</p> <p><i>« Les conseiller d'orientation doivent s'étendre dans la recherche et la proposition des bourses aux élèves des classes de terminales. Google et Facebook sont des bons moyens pour rechercher et diffuser les informations relatives aux bourses ». (CO4)</i></p> <p>-L'organisation des événements visant la promotion de l'orientation</p> <p><i>« l'efficacité du CO s'observera dans sa capacité à nouer des partenariats entre l'école et les acteurs économiques, et la capacité d'offrir à ces partenaires l'occasion de montrer leur savoir-faire aux élèves. (CO4)</i></p>		<p>-Modernisation des pratiques en relationnelles</p> <p><i>« l'orientation en tant que service doit pouvoir moderniser ses pratiques en les adaptant à l'évolution sociale des moyens de communication » (CO1)</i></p>
--	--	---	--	---

Au regard de ce qui précède, il ressort que les conseillers d'orientation en service dans les établissements publics d'enseignement général ne disposent pas de matériels didactiques favorisant la construction des savoirs, savoir-faire et savoir-être de l'élève. Cette situation freine énormément l'efficacité de ces derniers et limite leurs champs d'action. Mais à quoi cela est-il réellement dû : est-ce du fait de l'insuffisance des ressources financières ? Au peu

d'engagement personnel et collectif des CO à trouver des solutions alternatives pour l'amélioration des services ? S'agit-il simplement d'un désintéressement du devenir de ces enfants qui fréquentent les services d'orientation sans pouvoir être reçu ? Est-ce simplement dû à la complexité de la conception des outils didactiques ? La question centrale ici devient donc, comment faire les objectifs d'une amélioration des activités d'orientation ?

Pour y répondre, nous avançons l'hypothèse que l'usage professionnel de Google et de Facebook dans le processus d'orientation est déterminant pour l'accroissement de l'efficacité des conseillers d'orientation dans l'accomplissement de leurs missions. A ce sujet, Bandura (2003) précise que l'auto-efficacité est simple : « si les gens ne sont pas convaincus qu'ils peuvent obtenir les résultats qu'ils souhaitent grâce à leurs propres actions, ils auront peu de raison d'agir ou de persévérer face aux difficultés » et donc peu de chance d'atteindre le but qu'ils s'étaient fixés. Inversement, si les gens ont une perception élevée de leur capacité à réaliser l'objectif visé, ils vont tout mettre en œuvre pour y arriver.

CHAPITRE 5 : INTERPRETATION ET IMPLICATION PROFESSIONNELLE

Ce chapitre porte sur l'interprétation et de la justification des résultats fondés sur la grille théorique. Il se consacre à la discussion et l'émission des suggestions.

5.1 DE LA PERTINENCE DES FACTEURS LIES A L'USAGE DE GOOGLE ET FACEBOOK POUR LA DETERMINATION DU DEVELOPPEMENT DE NOUVELLES COMPETENCES VERBALES ET NON VERBALES DES CONSEILLERS D'ORIENTATION SCOLAIRE.

Pour Downes et Siemens (2005), le développement des compétences verbales et non verbales en éducation relève de la capacité des éducateurs en général et des conseillers d'orientations en particulier à faire usage des réseaux composés de nœuds spécialisés ou sources d'informations.

La capacité d'en savoir plus, d'entretenir et de maintenir des connexions nécessaires pour faciliter l'apprentissage continu. Créer des groupes Facebook pour la classe en vue d'utiliser les activités d'apprentissage collaboratifs. Ouvrir des ressources à la collaboration et au partage. Utiliser les systèmes ouverts de ressources éducatives dans la planification et la prestation de matériel didactique : des vidéos, des podcasts, des interviews, des jeux... Grâce à Facebook de nombreuses ressources existent déjà pour ce type de contenu. Faciliter la recherche des ressources en mettant sur pieds des références théoriques permettant de guider l'élève ; expérimenter les différents outils et approches pédagogiques.

Il ressort des données recueillies sur le terrain que les conseillers d'orientation scolaire au Cameroun éprouvent des difficultés à disposer du matériel didactique leur permettant de mettre à la disposition des élèves un dispositif d'enseignement, apprentissage favorisant l'application de l'Approche Par Compétence. Ce qui limite d'avantage l'expression des compétences de ces derniers. Grâce à l'usage pédagogique de Google et Facebook, ces derniers disposent des ressources illimitées leur permettant de mettre l'élève au cœur du processus enseignement apprentissage. Dans la mesure où ils favorisent une plus grande interactivité, de développer leur capacité à approfondir les connaissances reçues dans

les sessions de formation... Mais très peu de conseillers d'orientation utilisent efficacement ces outils pour les besoins d'orientation. Or, ils sont tous conscients des opportunités qu'offrent ces outils sur le plan pédagogique, didactique, économique et social. Cela peut s'observer dans cette affirmation : *« Google et Facebook sont devenus des outils incontournables de la recherche et le développement des capacités personnelles et professionnelles. Dans la mesure où ils offrent des avantages sur le plan économique en terme de coût de communication et une forte attractivité selon les besoins des usagers » (CO1).*

En effet, les conseillers d'orientation utilisent très peu ces outils pour les besoins d'orientation, c'est ce que fait remarquer CO3 lorsqu'elle affirme : *« J'utilise Google et Facebook tous les jours, quel que soit l'endroit où je me trouve(...) mais pas constamment vraiment pour l'orientation ».*

Les méthodes de communication classiques utilisées dans le cadre des séances d'informations sont basées sur les échanges verbaux entre le conseiller et les élèves, la prise de note par ces derniers et le temps alloué pour les séances ne permet pas réellement une grande interaction entre les élèves et le conseiller d'orientation. Au niveau des échanges non verbaux, les conseillers n'ont pas toujours des supports didactiques leur permettant de mieux imprégner les élèves du phénomène étudié. On peut le constater dans les propos suivants :

« Les aptitudes d'informations non verbales et verbales du CO scolaire sont limitées(...). Du fait qu'elles ne mettent pas l'accent sur les images et les couleurs, qui attirent plus l'attention des élèves. Les motifs qui justifient cette stérilité sont entre autres l'insuffisance des ressources financières allouées à l'orientation qui ne permettent pas l'accès aux outils didactiques de qualité(...) Ce qui n'est pas faux, mais la solution qu'apporte Google et Facebook et sans doute efficace ».

Ce qui entraîne un désintérêt des élèves. Dès lors qu'un élément de la chaîne s'écarte de la norme, il crée des dysfonctionnements dans le processus de transmission en entraînant avec lui d'autres éléments vers d'autres centres d'intérêt. Dans ces conditions, le conseiller d'orientation doit non seulement s'assurer de la transmission des connaissances, de la participation des élèves, de la prise de notes et du maintien de l'ordre dans la classe.

Par ailleurs, au vue de la complexification des méthodes de communication et du développement des nouvelles formes d'interactions sociales, il ressort aussi la nécessité, pour les CO de moderniser ses pratiques de sorte à adapter son discours au contexte actuel de

modernité et à répondre aux besoins sans cesse croissants des élèves. Raison pour laquelle le cas CO4 pense que le conseiller a « *la capacité d'adapter son discours au niveau de compréhension des élèves(...) Utiliser les outils didactiques qui permettent de captiver l'attention et développer la réflexion et la participation de l'élève(...)* ».

Au travers des résultats sus-évoqués, il est question de réexaminer le développement du potentiel d'action des conseillers d'orientation face aux opportunités que présente le Web 4.0. Aujourd'hui plus que par le passé, il est nécessaire de faire une mise à jour constante des connaissances et la prise des décisions permettent de choisir ce que l'on apprend et la signification de l'information entrante est vue à travers la lentille d'une réalité changeante. A ce niveau, nous pouvons distinguer deux grands espaces : l'espace physique et l'espace cybernétique.

L'espace physique étant constitué par l'environnement matériel et organique dans lequel les interactions entre les êtres humains s'expriment en termes d'échanges directes des émotions, des biens et services. C'est l'espace où se meut la vie biologique. Il est englobant et intègre aussi le cyber espace. Fleuron de l'économie, le cyber espace mobilise plusieurs formes d'interactions et constitue un monde invisible pour lequel il existe une législation garantissant un minimum de sécurité.

L'orientation envisagée sous l'angle de Google et Facebook traduit une évolution dans les pratiques d'orientation scolaire. Dans la mesure où l'usage de Google et des réseaux sociaux connaît plus de succès dans le domaine de l'orientation universitaire et professionnel. Les ramener à l'orientation scolaire traduit le souci d'engager des réformes dans les pratiques de l'orientation à l'école. Les réformes au niveau des compétences psychosociales des conseillers d'orientation, les réformes au niveau des contenus et des services d'orientation, mais aussi au niveau de la représentation sociale de ses outils par les conseillers d'orientation et les autres acteurs du système éducatif. Engager des réformes n'est pas une tâche aisée : l'amélioration des méthodes d'interactions du CO nécessite un investissement personnel de tous et de chacun. Une conscience professionnelle sans faille et un réel désir d'aider plus d'élèves à surmonter leurs difficultés.

5.2 DE LA PERTINENCE DU DEVELOPPEMENT DE NOUVELLES APTITUDES DE COMMUNICATION DU CONSEILLER D'ORIENTATION COMME FACTEUR DETERMINANT POUR SON EFFICACITE SUR LE PLAN PROFESSIONNEL.

Selon Downes & Siemens (Ibid), les technologies de réseaux sont des outils aux possibilités quasi illimitées pour l'apprentissage en général et l'orientation en particulier. L'efficacité des enseignants tout comme les conseillers d'orientation est établie dans leurs capacités individuelles et collectives à imaginer ces possibilités. Pour (Gaziel & Warnet) (1998), l'efficacité dans la production des services est liée à la décentralisation de la vision stratégique au sein de l'organisation. Elle comprend les initiatives et le sentiment de responsabilité de chacun et s'appuie sur une dynamique d'amélioration permanente des services, mais ajoute une attitude de communication et une volonté d'anticiper les besoins des élèves pour mieux les comprendre. Les attributs de l'innovation selon Rogers (1995), font référence aux perceptions individuelles quant à l'avantage relatif que proposent les réseaux sociaux dans l'atteinte des missions du CO.

Ils permettent aussi le développement des compétences de base dans la création des liens entre les champs, les idées et les concepts au travers d'une logique combinatoire et rhétorique pour comprendre le langage humain, et le fonctionnement d'une société en constante mutation.

Raison pour laquelle le Conseiller d'orientation doit être capable de fournir aux apprenants les ressources qui leur permettent de continuer à nourrir leur apprentissage après que les séances de formation soient terminées. Développer les compétences de l'apprenant à participer et à contribuer au réseau méthaévalué des compétences telles que l'authenticité de l'information.

Au travers des analyses des données recueillies auprès de nos interviewés, il ressort que les conseillers d'Orientation ont des difficultés à satisfaire efficacement les besoins des élèves. A ce sujet, CO2 déclare que :

« Je pense que le véritable problème du CO est qu'il ne prend pas la peine d'aller vers l'enfant pour l'aider à cerner qui il est ».

Pour elle, l'efficacité du conseiller d'orientation scolaire passe par la nécessité de se rapprocher des jeunes. Cette démarche nécessite de prendre en compte les différents environnements de vie et d'interaction des élèves, leurs problèmes, leurs loisirs et les utilisations qu'ils font de Google et Facebook.

Sur le plan social, l'aide à la connaissance de soi et à la prise de décision, et de la gestion des flux d'élèves aux entretiens individuels, l'efficacité se traduit aussi par la capacité du conseiller d'orientation à trouver des solutions pour assurer un accompagnement de qualité et sans interruption aux élèves tout en protégeant leur vie privée. Raison pour laquelle on observe à l'unanimité que tous les conseillers d'orientation interrogés au sujet de la passation des entretiens individuels via Google et Facebook optent pour la prise de rendez-vous. Et CO3 est plus précise à ce sujet lorsqu'elle déclare que :

« C'est vrai que suivre un cas continuellement sans interruption n'est pas du tout facile(...) au moins en instaurant la prise de rendez-vous, on peut mieux organiser son agenda de façon à mieux suivre un cas du début jusqu'à la résolution de son problème ».

De plus, l'efficacité dans l'identification des besoins des élèves s'inscrit dans l'exploitation d'un faisceau d'informations qui requiert de la part du conseiller d'orientation de prendre en compte les caractéristiques liées au stade du développement de l'élève sur le plan morphologique, psychoaffectif, psychosociale, émotionnel... Mais aussi, cerner l'influence que ce dernier exerce sur son environnement et en retour l'influence que l'environnement exerce sur lui. Ce qui permet sur le plan académique d'adapter les services aux besoins spécifiques qui sont fondés sur la loi de différences individuelles. De ce fait, pour le CO4 *« Il est beaucoup plus possible, d'entreprendre l'identification des besoins avec les élèves du second cycle, qui pour la plupart sont des adolescents et les premiers utilisateurs de Google et Facebook ».*

Toutefois, l'offre des bourses d'études s'inscrit dans un processus dynamique visant à récompenser le mérite des élèves, renforcer leur motivation, et à les encourager à faire plus d'efforts. Par ailleurs, sur le plan social, elle contribue à apporter plus d'équité dans l'accès à une éducation de qualité et à l'éclosion du génie. L'efficacité recherchée ici, réside dans la capacité du Conseiller d'orientation à faire usage de Google et de Facebook pour amener l'école à nouer des partenariats académiques de qualité et à rechercher des opportunités de bourses d'études pour les meilleurs élèves des classes de terminale. Raison pour laquelle tous les cas s'accordent sur l'extension de l'offre des bourses d'études. On peut le constater dans les propos du cas CO4 lorsqu'il déclare que :

« Les conseillers d'orientation doivent s'étendre dans la recherche et la proposition des bourses aux élèves des classes de terminales et Internet et Facebook ».

sont des bons moyens pour rechercher et diffuser les informations relatives aux bourses ».

D'un autre côté, l'efficacité du CO pour l'organisation des événements visant la promotion de l'orientation, reposera sur la visibilité que leur offrent Google et Facebook. C'est pour cela que CO4 pense que « *L'efficacité du CO s'observera dans sa capacité à nouer des partenariats entre l'école et les acteurs économiques, et la capacité d'offrir à ces partenaires l'occasion de montrer leur savoir-faire aux élèves ».*

5.3 PERSPECTIVES

Au terme de cette recherche, il convient de dégager à la fois des perspectives théoriques et professionnelles. Nous présenterons tout d'abord les perspectives théoriques avant celles professionnelles.

5.3.1 Perspectives théoriques

Au terme de cette étude nous avons retenu comme fait saillant et marquant la pertinence de l'usage de Google et Facebook pour le développement des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation.

Les théories présentées ci-dessus, nous permettront de présenter et d'analyser l'apport de l'usage des technologies de réseaux dans l'optimisation des compétences professionnelles du conseiller d'orientation en milieu scolaire au Cameroun. A travers un engagement personnel et collectif dans la recherche des solutions innovantes aux problèmes de l'orientation en milieu scolaire. A ce sujet, l'adoption et la diffusion des innovations est définie comme : « *le processus par lequel, au fur et à mesure que le temps passe, une innovation est communiquée aux membres d'un système social à travers certains canaux » Rogers (1995).* Toutefois, pour qu'un processus soit innovant, il faudrait qu'il puisse apporter des solutions à des problèmes concrets. Dans notre cas, il s'agit de l'apport des technologies de réseaux dans le développement des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation et par ricochet de l'accroissement de son efficacité sur le plan professionnel dans monde en perpétuel mutation. Raison pour laquelle (Siemens & Downes⁹ (2004) disent que : « *L'apprentissage est un processus qui se produit dans des environnements nébuleux composés d'éléments de base en mouvement et le processus d'apprentissage n'est pas entièrement sous le contrôle de l'individu ».* Il semble nécessaire pour le conseiller d'orientation de trouver les ressources appropriées dans cet environnement, lui permettant

d'améliorer la qualité des services de l'orientation scolaire. Ceci pour plus d'interactivité sociale et le renforcement des capacités personnelles et professionnelles d'une part et des savoirs et savoir-faire de l'élève d'autre part. Pour ces auteurs, la technologie est un outil aux possibilités quasi illimitées pour les conseillers d'orientation et la limite ne vient que de leurs capacités à imaginer ces possibilités dans la recherche de l'auto efficacité. L'auto efficacité du groupe est la croyance individuelle partagée par un groupe en ses capacités conjointes d'organiser et d'exécuter les actions nécessaires pour produire un niveau donné de réalisations, Bandura (1997). Dans cette perspective, le conseiller d'orientation de par la croyance à ses capacités personnelles et d'interaction avec le groupe doit pouvoir développer des compétences de base dans la création des liens entre les champs, les idées et les concepts au travers d'une logique combinatoire et rhétorique pour comprendre le langage humain et proposer des contenus d'apprentissage qui motivent l'élève.

Au niveau des entretiens, on a pu constater que tous les conseillers d'orientation s'accordent sur l'apport positif des applications mobiles dans leur potentiel d'action. Cela peut s'observer dans cette assertion : *« Google et Facebook sont devenus des outils incontournables de la recherche et le développement des capacités personnelles et professionnelles. Dans la mesure où ils offrent des avantages sur le plan économique en terme de coût de communication et une forte attractivité selon les besoins des usagers ».* (CO1)

Par ailleurs, Asselin (2010), citant Cronon (2007), déclare : *« qu'une personne éduquée est davantage capable de voir par rapport aux autres les interconnexions aussi bien qu'elle voit le sens dans l'ordre des choses, ce qui lui permet d'agir sous un mode beaucoup plus créatif ».* *Pour doter l'élève des savoir-faire et savoir-être, mais aussi l'aider à se connaître, le conseiller en milieu scolaire ne peut être mieux outillé qu'en se servant de ses connaissances sur les usages de Google et de Facebook par les élèves pour essayer de comprendre leurs inquiétudes intra et extrascolaires. C'est une démarche certes fragile dans la mesure où il y'a un risque d'interférences dans l'univers de vie et d'épanouissement des élèves, mais elle doit être entreprise. Car nous ne pouvons pas prétendre aider quelqu'un sans savoir réellement qui est la personne.* (CO4)

Relativement à l'efficacité individuelle, selon Bandura (2003), la part essentielle de l'acquisition des connaissances s'acquiert par un phénomène de l'ordre du mimétisme social, que les spécificités du monde numérique, et leur influence sur l'apprentissage, sont

véritablement prises en compte dans la détermination de l'auto efficacité. Ce qui témoigne de la nécessité pour chaque conseiller d'orientation d'impliquer d'avantage l'usage de ces outils dans ses pratiques professionnelles.

5.3.2 Perspectives professionnelles

La pratique de l'orientation scolaire nécessite une réactualisation constante des connaissances, une constante mise à niveau des compétences, et une recherche des solutions pour la satisfaction des besoins des élèves. Le conseiller d'orientation en milieu scolaire doit pouvoir répondre aux sollicitations de l'administration, et de toute la communauté éducative. Les actions qu'il entreprend doivent épouser les politiques gouvernementales en matière de développement sur le plan éducatif, social et économique. Raison pour laquelle sur le plan professionnel, les applications mobiles Google et Facebook dans les pratiques d'orientation scolaire et professionnelle nous aideront à préconiser des mesures permettant de donner une valeur ajoutée à l'aspect productif à l'usage des TIC par les CO de manière à favoriser et à booster leur rendement professionnel. Pour cela, il est nécessaire d'élaborer un modèle d'utilisation professionnel Google et Facebook.

5.3.2.1 Modèle d'optimisation du rendement par l'usage professionnelle de Google et Facebook

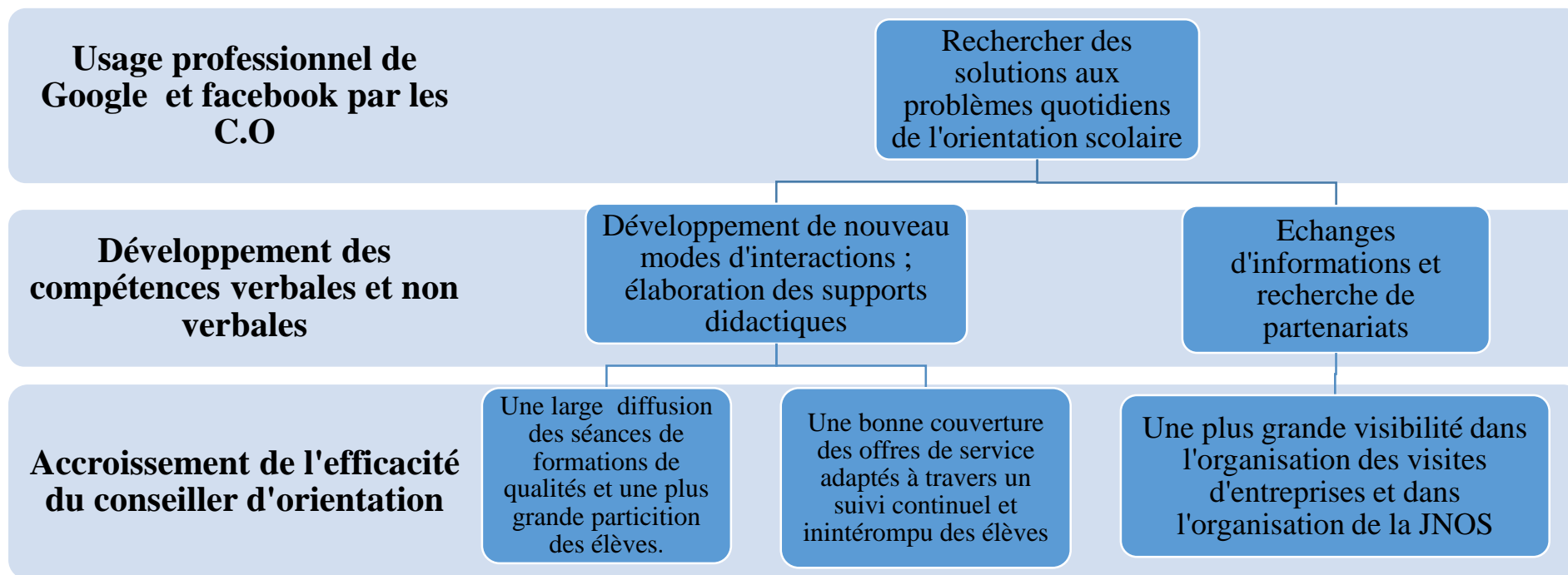


Figure 3: Schéma du développement des compétences du conseiller d'orientation dans la recherche des solutions aux problèmes de l'orientation

Le schéma du développement des compétences professionnelles des conseillers d'orientation dans la recherche des solutions aux problèmes de l'orientation est une représentation des différents apports des technologies de réseaux dans le processus d'orientation scolaire.

Relativement au développement des compétences verbales et non verbales, le conseiller d'orientation doit s'appuyer sur Google et Facebook pour faire les recherches sur les informations nécessaires à l'élaboration et à l'actualisation des contenus de ses séances de formation. En effet, nous sommes dans un monde en constante mutation dans lequel nous assistons tous les jours à l'apparition de nouveaux faits éducatifs tels que le terrorisme, le fanatisme religieux pour ne citer que ceux-là... Et les conseillers d'orientation doivent également intégrer ces notions dans le cadre de leurs séances de formation. Il s'agit donc d'une actualisation des constantes des informations en destination des élèves. Ensuite, il s'agit également d'introduire l'élève dans une forme de pédagogie participative dans laquelle l'enfant ne sera plus simplement un réceptacle de connaissances ; mais, il pourra participer activement à la construction de ses propres savoirs et savoir-faire. A travers la discussion de groupes de causerie éducative sur Facebook, les enfants peuvent donner leurs avis sur des questions pertinentes et avoir la sensation que leurs avis comptent réellement. C'est vraisemblablement une voie idoine pour l'application de l'Approche Par Compétence (APC). Par ailleurs, le WEB 4.0 offre différents supports multimédias (vidéo, audio, sons, images) et PDF (articles, les revues sur l'orientation, le livres) qui sont des ressources numériques illimitées nécessaires pour améliorer d'avantage la qualité des contenus des séances de formation. De plus, ce mode d'orientation est très pratique dans la mesure où le temps de diffusion d'une information est plus grand et les informations restent accessibles pour un certain nombre de temps. De plus les parents et autres acteurs éducatifs ont également accès à ces informations. En plus, le fait de diffuser un certain nombre d'informations sur les filières de formation et les débouchés sur le profil de l'école permet au conseiller de mieux informer les élèves et les parents sur les possibilités d'études de leur progéniture. Ce qui traduit l'efficacité au niveau de la facilitation de l'accès à la bonne information.

Pour ce qui concerne l'accroissement de l'efficacité du conseiller d'orientation en milieu scolaire, elle peut se traduire par l'acquisition d'une plus grande visibilité et lisibilité

des services d'orientation. Une visibilité intra scolaire (par la capacité à résoudre les difficultés qui peuvent leur être posé par tous les acteurs intervenants à l'intérieur de l'école), et une visibilité extrascolaire (au niveau des parents...). La lisibilité quant à elle, tient au fait qu'on pourra d'avantage cerner le rôle et les activités des conseillers d'orientation scolaire. D'un autre côté, il s'agira aussi pour les conseillers d'offrir une certaine visibilité aux institutions partenaires que les grandes écoles, les universités les entreprises. En effet, dans la perspective de l'activation du développement vocationnel et professionnel chez les élèves, il est nécessaire voire même crucial que les élèves aillent au contact des réalités professionnelles de leur environnement. Ce contact a un triple intérêt.

D'abord, un intérêt pour l'élève qui peut renforcer les acquis lui permettant d'envisager un projet scolaire et professionnel. Ensuite, pour les entreprises et les grandes écoles qui peuvent proposer les filières de formation pour les uns et montrer leur savoir-faire pour les autres. Enfin, pour les conseillers d'orientation qui peuvent exprimer leurs compétences relationnelles et inscrire d'avantage l'école dans un processus de professionnalisation et de récompense de l'excellence à travers la recherche la proposition des bourses d'études. Par ailleurs, ces outils sont d'une efficacité dans la gestion des flux importants d'élèves qui arrivent aux consultations durant les heures de pause. Et le souhait évoqué ici étant la prise de rendez-vous après une enquête permettant de suivre continuellement et sans interruption un cas de façon à l'accompagner vers une issue favorable à la résolution de ses difficultés. De plus, Facebook dispose d'un certain nombre d'outils qui permettent d'apprécier le taux de participation des élèves, les taux de satisfaction, des éléments qui permettent de mesurer l'impact d'un service sur sa cible.

5.3.3 Suggestions

Il est nécessaire dans le cas du développement des compétences verbales et non verbales et l'accroissement de leur efficacité des conseillers d'orientation sur le plan professionnel, de faire des suggestions aux responsables du système éducatif et aux conseillers d'orientation.

- Aux responsables du système éducatif

Nous pouvons suggérer la création d'un cadre institutionnel et juridique définissant les usages d'internet et des réseaux sociaux dans l'orientation scolaire au Cameroun. Conformément à l'article 25 de la loi N° 98/004 du 14 avril 1998 d'orientation scolaire au

Cameroun qui stipule que : « *L'enseignement dans les établissements scolaires prend en compte l'évolution des sciences et des technologies (...)* ».

Qui va consister :

- ⇒ A la création des profils Facebook des services d'orientation supervisé par les chefs d'établissement administrés par les chefs de service ;
- ⇒ La définition des contenus des programmes et des notions de formations diffusables sur Google et les réseaux sociaux ;
- ⇒ L'établissement des programmes de formation des conseillers d'orientation accentués sur l'usage professionnel de Google et Facebook ;
- ⇒ La révision du cahier de charge du conseiller (2009) à travers l'inclusion des nouveaux faits éducatifs et introduction des activités des conseillers d'orientation via Google et les réseaux sociaux.

- **Aux conseillers d'orientation**

Dans l'optique de la répartition des tâches, pour une meilleure productivité, le chef de service de l'orientation scolaire doit pouvoir organiser son service de façon :

- ⇒ À inciter les conseillers d'orientation à faire usage de leurs appareils mobiles pour des besoins de l'orientation ;
- ⇒ À organiser des séminaires de formation avec des professionnels des technologies de l'information et de la communication en éducation pour le renforcement des capacités des conseillers d'orientation pour l'usage rationnel de Google et Facebook ;
- ⇒ À définir les compétences et le rôle de chaque conseiller d'orientation dans la gestion du profil Facebook en fonction des aptitudes individuelles. C'est ainsi qu'on pourra avoir :
 - Chargé de la recherche et de la documentation ;
 - Chargé des relations avec les organisations ;
 - Chargé de la communication ;
 - Les administrateurs des groupes classes ;
 - Chargé de l'organisation des séminaires, visites d'entreprises, de carrefours pédagogiques, et de la JNOS ;
 - Gestionnaires de profils ;

- Chargé de la conception des supports didactiques.

⇒ Motiver les élèves à adhérer et à participer activement à ces groupes en leur offrant l'opportunité de se connaître à travers les réalités de l'adolescence et de se faire entendre ;

⇒ Mettre l'accent sur l'accompagnement assisté par les réseaux sociaux.

Par ailleurs, en dehors de l'administrateur général qui est chef de service, nous aurons des administrateurs des groupes classes qui sont des conseillers d'orientation chargés des classes.

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'objectif général poursuivi par notre étude a été de vérifier les facteurs d'optimisation du rendement des conseillers d'orientation en milieu scolaire grâce notamment à l'usage du moteur de recherche Google et du réseau social Facebook. Ceci au niveau du développement de nouvelles aptitudes de communication et leur implication dans l'efficacité du conseiller d'orientation en étroite ligne avec ses missions (missions de formation, d'offre de services adaptés, mission d'administration et de recherches), définies dans le cahier des charges du conseiller d'orientation au sein d'un établissement scolaire (2009 : 33).

Les conseillers d'orientation dans nos établissements publics éprouvent plusieurs difficultés dans la gestion des flux d'élèves, le suivi continu des entretiens individuels compte tenu des effectifs pléthoriques, l'élaboration des supports didactiques, l'actualisation des informations sur les filières d'études et les débouchés et la diffusion de l'information à un public plus étendu, la recherche des partenariats avec les universités et les entreprises en vue de l'obtention des bourses d'études... Ainsi, la question principale qui a conduit cette réflexion était celle de savoir si le développement des nouvelles aptitudes de communication chez les conseillers détermine-t-il leur efficacité dans l'accomplissement de leurs missions ? Pour répondre à cette question, nous avons mené une étude de type compréhensif qui nous a permis de comprendre l'implication des applications mobiles et plus précisément du moteur de recherche Google et Facebook dans le développement des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation scolaire. Cette étude a suffisamment fait usage des entretiens individuels. Ces entretiens ont eu lieu au lycée de la cité des palmiers de Douala avec les conseillers d'orientation du service d'orientation de cet établissement. Ces conseillers d'orientation ont été retenus sur la base des critères d'éligibilité qui prenaient en compte l'ancienneté, la connaissance des TIC, la facilité à communiquer, la connaissance des problèmes de l'orientation.

Au niveau du développement de nouvelles aptitudes de communication par les conseillers d'orientation scolaire, il ressort que l'usage des applications mobiles plus précisément du moteur de recherche Google et du réseau social Facebook dans le processus d'orientation scolaire favorise le développement de nouvelles compétences verbales et non

verbales des conseillers d'orientation et comme tel tous les conseillers d'orientation doivent les intégrer dans leurs pratiques professionnelles.

A ce sujet, « *Google et Facebook sont considérés comme des outils incontournables de la recherche et le développement des capacités personnelles et professionnelles. Dans la mesure où ils offrent des avantages sur le plan économique en terme de coût de communication et une forte attractivité selon les besoins des usagers* » (CO1).

Ils permettent de proposer d'autres modes expansifs de communication qui regroupent des contenus multimédias (contenu de sons, messages textes, images, vidéos), des groupes de discussion en fonction des centres d'intérêts ».

Pour Guité (2004), le connectivisme de Siémens & Downes constitue un modèle d'apprentissage qui reconnaît les bouleversements sociaux occasionnés par les nouvelles technologies, lesquels font en sorte que l'apprentissage n'est plus seulement une activité individualiste et interne, mais est aussi fonction de l'entourage et des outils de communication dont on dispose. Ainsi, les conseillers d'orientation avec lesquels nous nous sommes entretenus déplorent le peu d'intérêt pour l'usage des TIC. En effet, les téléphones androïdes et les tablettes sont très mobiles et pratiques.

Relativement à l'efficacité, la communication est comme un nœud du travail de CO « la communication est le nœud du travail du conseiller d'orientation scolaire(...) Google et Facebook offrent une opportunité de mieux informer l'élève... » (CO3). Dès lors, l'efficacité du CO réside dans le développement des compétences de base dans la création des liens entre les champs, les idées et les concepts au travers d'une logique combinatoire et rhétorique pour comprendre le langage humain et proposer des contenus d'apprentissage plus motivants pour l'élève et la mise à jour des connaissances, pour aider les élèves à prendre des décisions permettent de choisir ce que l'on apprend et la signification de l'information dans notre réalité changeante.

Pour Bandura (1997), l'auto-efficacité du groupe est la croyance individuelle partagée par un groupe en ses capacités conjointes d'organiser et d'exécuter les actions nécessaires pour produire un niveau donné de réalisations. L'efficacité personnelle est la croyance de l'individu en sa capacité d'organiser et d'exécuter la ligne de conduite requise pour produire. Dans un domaine à forte implication sociale comme celui de l'orientation, les moteurs de recherche et les réseaux sociaux sont des outils incontournables pour le conseiller d'orientation scolaire.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Aktoufomar. (1992). *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, introduction à la démarche classique et critique*, Québec : Presses universitaires de Québec, 1992.

Amadou, B. (2008). *Intégration des TIC dans l'encadrement psycho pédagogique des élèves*. Mémoire de DIPCO. Conseiller d'Orientation. Yaoundé : Université de Yaoundé I, Ecole Normale Supérieur.

Anzieu, D & Martin, J. (2000). *La dynamique des groupes restreints*. Psychologie. Paris: PUF.

Bandura, A., *Self-efficacy: the exercise of control*, 1997.

Bomda, J. (2008). *Le conseiller d'orientation scolaire, universitaire et professionnel au Cameroun : un luxe ? Une sinécure ?* Yaoundé : Ceper.

Depelteau, F. (2003). *La démarche d'une recherche en sciences humaines*. Bruxelles : Les presses de l'Université de Laval.

Dzounesse, B & all, (2009). *Etude des représentations sociales de l'usage des technologies de l'information et de la Communication par les Conseillers d'Orientation au Cameroun*. Dijon, France(AFEC) : Association Francophone d'Education Comparée.

Dzounesse, B & Fonkoua, P. (2009). *l'état de l'éducation au Cameroun en 2008*, éditions terroirs.

Dzounesse, B. (2011), *La promotion des langues nationales dans les politiques éducatives au Cameroun : réalités, défis et enjeux*. Collection cahiers de la Chaire, collection cahiers de la Chaire, vol.8, L'Harmattan.

Dzounesse, B. (2011). *Accessibilité des élèves-professeurs aux TIC à l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé : des nouvelles perspectives pour améliorer la qualité des apprentissages*, PANAF.

Dzounesse, B. (2011). *Les TIC dans la formation initiale des élèves professeurs à l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé*, PanAf .

Etat du Cameroun, Loi N° 98/004 du 14 Avril 1998 portant Orientation de l'Éducation au Cameroun, 1998.

Fonkoua, P. (2006), *La formation des enseignants et le développement durable en Afrique: d'une situation locale à une préoccupation globale*. Centre de recherche interuniversitaire sur la formation et la profession enseignante, 22(2), p. 43-49.

Gaziel H., & Warnet M. (1998). *Le facteur qualité dans l'école de l'an deux mille*. 1ère éd. Paris : PUF.

Guité, F. (2004). *Le connectivisme (néo socioconstructivisme)*. En ligne <http://www.francoisguité.com/2004/12/le-connectivisme-neo-socioconstructivisme.pdf>.

Grawitz, M. (1973). *Méthode des sciences sociales*. Paris : Dalloz.

Karsenti, T. (2002). *Défis de l'intégration des TIC dans la formation et le travail*, 2002.

Linne, A. (2010). *La contribution à l'évaluation du niveau d'utilisation et d'intégration des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les pratiques personnelles et professionnelles*. Mémoire de master en science de l'éducation. Université François Rabelais ;Paris.

Louise, C. (2015). *Au-delà du travail quotidien : la valeur ajoutée du C.O dans son environnement de travail*. Magazine des conseillers d'orientations du Québec : volume 5.

Lukeso, P. (2011). *L'appropriation du réseau social Facebook dans les communications interpersonnelles en milieux universitaires : Cas de l'université de Kinshasa*. Mémoire dde master . Graduat. <http://www.memoireonline.com>

Mario, A. (2010). *L'apprenant comme participant à la construction de contenu*. Université du Québec : Opossum. En ligne [https:// digital-learning-academy.com/tag/mario-asselin.pdf](https://digital-learning-academy.com/tag/mario-asselin.pdf)

Matchinda,B & Nguepkap, A. (2006). *Impact des TIC sur les compétences du conseiller d'orientation dans la ville de Yaoundé ». Intégration des TIC dans le processus enseignement- apprentissage au Cameroun*. Yaoundé : Terroirs.

Mbangwana M. & Achale.(2006). «*The use of information and communication technologies for counselling*». *Intégration des TIC dans le processus enseignement- apprentissage au Cameroun*. Yaoundé : Terroirs.

MINESEC. (2009). *Cahier des Charges du conseiller d'orientation au Cameroun : Le cahier des charges du conseiller d'orientation au sein d'un établissement scolaire*. Imprimerie national.

Mvesso, A. (2006). *Les TIC dans l'éducation : un enjeu pédagogique, une dynamique de formation : le cas du projet sur l'intégration pédagogique des TIC de l'IIRCA et de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé*. En ligne www.frantice.net

Mvoto, M. (2010). *Appropriation des innovations dans les écoles normales supérieures: une étude des besoins, des avantages et contraintes de l'intégration des TIC.* *Frantice net*, No 1, 24-41.

Okéné, R. (2009). *Défis et perspectives de l'orientation-conseil au Cameroun.* Paris : Harmattan.

République du Cameroun. (2015). *Examen national 2015 de l'éducation pour tous (EPT) :* Cameroun. En ligne efa2015reviews@unesco.org.

Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations*, Newyork: Free Press.5th edition. In line books [google.com.pdf](http://google.com/pdf).

Savickas, M., & al (2010). *Construire sa vie un paradigme pour l'orientation au 21e siècle. L'orientation scolaire et professionnelle.* Institut national d'étude du travail et d'orientation professionnelle (INETOP) P4-5. En ligne osp.revues.org/2401.

Siemens, G. (2005). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age.* *International Journal of Instructional Technology & Distance Learning.* Journal. En ligne www.oalib.com/references/7138324.

Toffler, A. (1991). *Les nouveaux pouvoirs : Savoir, richesse et violence à la veille du XXIe siècle.* Paris, France : Fayard.

Tsafak G. (2006). *Professionnalisation et formation des enseignants au Cameroun.* *Revue africaine des sciences sociales et de culture, volume 1.* Les cahiers de terroirs.

Wafing, F. (2009). *Ouverture aux technologies de l'information et de la communication et performance professionnelle des conseillers d'orientation au Cameroun : le cas des lycées camerounais.* Mémoire de master en recherche à distance, université de Rouan : www.memoireonline.com

ANNEXES

ANNEXE 1 : Formulaire de consentement éclairé

Cette recherche est réalisée dans le cadre du mémoire de fin de formation à l'ENS.

Avant d'accepter de participer à cette recherche, veuillez prendre le temps de lire les renseignements qui suivent : Ce formulaire de consentement vous explique les buts de ce projet de recherche et ses procédures. Nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles.

Cette recherche a pour but d'étudier la participation parentale au processus d'orientation-conseil et efficacité du conseiller d'orientation.

L'entrevue, de type individuel (collectif) se présentera dans le lieu de votre choix. Elle aura une durée de 15minutes maximum (45 minutes). Et elle sera enregistrée avec un dictaphone. L'entrevue concerne votre expérience personnelle. Vous êtes libre de participer à ce projet. Vous pouvez refuser de répondre à certaines questions ou encore de mettre fin à l'entretien à tout moment, sans avoir à fournir de raisons et sans aucun préjudice. Si vous décidez de mettre fin à votre participation, il est important d'en prévenir le chercheur responsable dont les coordonnées sont incluses dans ce document. Tous les renseignements, personnels vous concernant, incluant les enregistrements, seront alors détruits. Dans les travaux produits à partir de cette recherche, vous pourrez être identifié soit par un nom fictif pour assurer votre confidentialité selon ce à quoi vous consentirez spécifiquement.

Les noms des participants ne paraîtront dans aucun rapport. Les divers documents de la recherche seront codifiés et seul le chercheur aura accès à liste des noms et des codes.

Votre collaboration est très précieuse pour cette recherche et je vous remercie vivement d'y participer.

Si vous souhaitez recevoir un court résumé des résultats, de la recherche vous êtes invité à préciser ci-après l'adresse postale ou courriel à laquelle vous le faire parvenir.

Je soussigné(é).....consens librement à participer à la recherche sur la participation parentale au processus d'orientation-conseil et efficacité du conseiller d'orientation. J'ai pris connaissance du formulaire et je suis satisfait des explications, précisions et réponses que le chercheur m'a fournies, le cas échéant, quant à ma participation à ce projet.

.....Date :

Signature du participant(e).

Annexe 2 : Attestation de recherche

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix-Travail-Patrie
UNIVERSITÉ DE YAOUNDÉ I
ÉCOLE NORMALE SUPÉRIEURE
DÉPARTEMENT DES SCIENCES DE
L'ÉDUCATION
SECTION : Conseillers d'Orientation



REPUBLIC OF CAMEROON
Peace-Work-Fatherland
THE UNIVERSITY OF YAOUNDE I
HIGHER TEACHER'S TRAINING COLLEGE
DEPARTMENT OF SCIENCES OF EDUCATION
SECTION: Counseling Guidance

ATTESTATION DE RECHERCHE

Je soussigné, Pr Pierre FONKOUA, chef de département des Sciences de l'Éducation, certifie que l'étudiant (e) nommé(e) :

LOGMO MBENA ANTOINE LANDRY

Est inscrit(e) au niveau V du département des Sciences de l'Éducation, Filière Conseillers d'Orientation de l'École normale supérieure de Yaoundé et poursuit actuellement un travail de recherche sur le thème suivant :

L'intégration de nouvelles applications mobiles dans le processus d'orientation scolaire et développement des compétences transversales des conseillers d'orientation

Sous la direction de DR DIOUNESE TAYIM Bruno

Ce travail de recherche l'oblige à s'adresser à certaines institutions ou à certains services en vue de la collecte des données nécessaires à sa finalisation.

En foi de quoi la présente attestation lui est délivrée pour servir et valoir ce que de droit.

Fait à Yaoundé, le 08 mars 2016.....

Le Chef de Département

Annexe 3 : Guide d'entretien

GUIDE D'ENTRETIEN

THEME: l'intégration des applications mobiles dans le processus d'orientation scolaire et développement des compétences psychosociales des conseillers d'orientations : cas du lycée de la cité des palmiers.

Thème 0 : Connaissance générale des compétences verbales et non verbales du conseiller d'orientation

Thème 1 : **l'apport du moteur de recherche Google dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientations.**

Sous-thème 1 : Recherche sur les filières de formations et les débouchés ;

Sous-thème 2 : Recherche des supports didactiques ;

Sous-thème 3 : Actualisation des connaissances théoriques.

Thème 2 : **L'apport du réseau social Facebook dans le développement des nouvelles compétences verbales et non verbales des Conseillers d'Orientation scolaire.**

Sous-thème1 : Animation des groupes de causerie éducative ;

Sous-thème 2 : Suivi des entretiens individuels ;

Sous-thème 3 : Information sur les filières et débouchés.

Thème 3 : Efficacité du conseiller d'orientation scolaire dans l'accomplissement de leurs missions.

Sous-thème1 : Amélioration de la qualité des activités de formation ;

Sous-thème 2 : Amélioration de la qualité de l'offre des services adaptés ;

Sous-thème 3 : L'amélioration de la qualité des activités administratives et de recherche.