

**« KÄYTÄN TIKTOKIA KORJATAKSENI KIELIOP-  
PIVIRHEITÄNI » LES RESEAUX SOCIAUX COMME OU-  
TIL DANS L'APPRENTISSAGE DU FRANÇAIS**

Helmi Joenväärä  
Kandidaatintutkielma  
Romaaninen filologia  
Kieli- ja viestintätieteiden lai-  
tos  
Jyväskylän yliopisto  
Kevät 2022

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Helmi Joenväärä	
Työn nimi « Käytän TikTokia korjatakseeni kielioppivirheitäni » les réseaux sociaux comme outil dans l'apprentissage du français	
Oppiaine Romaaninen filologia	Työn laji Kandidaatin tutkielma
Aika 5/2022	Sivumäärä 29 + liitteet
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän kandidaatin tutkielman aiheena on lukiolaisten sosiaalisen median käyttö ranskan kielen opiskelussa. Sosiaalinen media on kasvattanut suosiotaan viimeisen vuosikymmenen aikana etenkin nuorten parissa, ja uusia alustoja ja sovelluksia kehitetään koko ajan. Sosiaalisen median käyttöä ranskan kielen oppimisessa ei ole tutkittu Suomessa aiemmin, minkä vuoksi tutkimuksen tarkoitus oli ensisijaisesti saada alustavaa tietoa tästä ilmiöstä. Tutkimus sijoittuu informaalin oppimisen kentälle, sillä oletuksena on, että sosiaalisen median käyttö ranskan kielen oppimisessa on vapaaehtoista ja tapahtuu opiskelijoiden vapaa-ajalla.</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää käyttävätkö lukiolaiset sosiaalista mediaa ranskan kielen oppimisessa, ja mitä alustoja he käyttävät. Tämän lisäksi halusimme selvittää, onko yksilön ulkopuolisilla tekijöillä, opettaja, oppikirja ja ystävät, vaikutusta sosiaalisen median käyttöön. Lopuksi halusimme tietää, ovatko lukiolaiset oppineet jotain ranskan kielestä tai ranskalaisesta kulttuurista sosiaalisen median avulla.</p> <p>Tutkimuksen korpus on lukiolaisille tehty sähköinen kysely, johon vastasi 15 lukiolaista kolmesta eri ryhmästä. Kyselyssä oli 8 kyllä/ei kysymystä, joiden lisäksi osassa kysymyksissä oli tarkentava lisäkysymys. Osallistujat olivat lukion toisen ja kolmannen vuoden opiskelijoita, ja he olivat opiskelleet ranskaa vähintään 1,5 vuotta kyselyä tehtäessä. Analysoimme kyselyn vastauksia laadullisen sisällönanalyysin avulla.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että suurin osa lukiolaisista käyttää sosiaalista mediaa ranskan kielen oppimisessa. He käyttävät neljää eri sosiaalisen median alustaa. Ulkoisten tekijöiden vaikutus sosiaalisen median käyttöön oli merkittävä ainoastaan opettajan osalta. Lukiolaiset toivoivat opettajan antavan vinkkejä sosiaalisen median hyödyntämisestä ranskan kielen opiskelussa. Lukiolaiset olivat oppineet monia erilaisia asioita ranskan kielestä ja ranskankielisten maiden kulttuurista sosiaalisen median avulla.</p>	
Asiasanat Sosiaalinen media, kielen oppiminen, informaali oppiminen, motivaatio, ranskan kieli, réseaux sociaux, apprentissage des langues, apprentissage informel, motivation, langue française	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

## FIGURES

FIGURE 1	Comment le contenu sur les réseaux sociaux en français a-t-il été trouvé ?.....	17
FIGURE 2	Les réseaux sociaux utilisés par les lycéens .....	18
FIGURE 3	Les bénéfices tirés par les lycéens de l'usage des réseaux sociaux en français .....	19
FIGURE 4	Questions 3 et 4, le rôle de l'enseignant .....	20
FIGURE 5	Ce que les lycéens ont appris à l'aide des réseaux sociaux.....	21

## TABLE DES MATIÈRES

1	INTRODUCTION.....	1
2	CADRE THEORIQUE.....	3
	2.1 Apprendre en dehors de l'école.....	3
	2.1.1 Le constructivisme.....	3
	2.1.2 L'apprentissage informel.....	4
	2.1.3 Apprendre avec les réseaux sociaux.....	5
	2.1.3.1 Les réseaux sociaux : histoire et définitions.....	6
	2.1.3.2 Le lien entre apprentissage et réseaux sociaux.....	7
	2.2 La motivation.....	9
3	LA RECHERCHE.....	11
	3.1 La recherche qualitative .....	11
	3.2 Le corpus .....	11
	3.2.1 Le questionnaire comme méthode.....	12
	3.2.2 Les participants.....	13
	3.2.3 La description du questionnaire .....	13
4	ANALYSE ET RESULTATS .....	16
	4.1 L'analyse qualitative.....	16
	4.2 Les résultats.....	16
	4.2.1 L'usage des réseaux sociaux .....	17
	4.2.2 L'influence des facteurs extérieurs .....	20
	4.2.3 L'utilité des réseaux sociaux .....	21
	4.3 Discussion .....	22
5	CONCLUSION .....	26
	BIBLIOGRAPHIE.....	28

ANNEXES

# 1 INTRODUCTION

Chaque année le 30 juin les Américains fêtent la journée des réseaux sociaux. Mais que sont ces réseaux sociaux et pourquoi sont-ils si importants au point de mériter un jour de fête ? Les réseaux sociaux font référence aux différentes plateformes qui permettent de partager et de créer du contenu avec d'autres utilisateurs. Pendant les années 2010 les réseaux sociaux, comme Facebook, Instagram et Twitter sont devenus très populaires surtout parmi les jeunes. Aujourd'hui on pense que Facebook est plutôt pour « les vieux », mais Instagram est toujours populaire. Depuis 2019 et 2020, TikTok, une application où on publie des vidéos courtes, est devenu une des applications les plus utilisées parmi les enfants et les adolescents. Les réseaux sociaux font partie intégrante de notre vie quotidienne et ils sont utilisés par exemple pour être en contact avec les amis et la famille, même à l'autre côté du monde. Les réseaux sociaux nous permettent aussi de voir et d'éprouver des choses nouvelles et parfois incroyables par l'intermédiaire d'un petit écran. Pour ces raisons, les réseaux sociaux peuvent être un outil efficace d'apprentissage des langues.

Il faut cependant noter que l'apprentissage des langues étrangères avec les réseaux sociaux n'a pas fait encore l'objet de beaucoup de recherches. Dans le monde scolaire, les réseaux sociaux sont nouveaux venus ce qui peut expliquer le petit nombre des études sur ce sujet. Vaarala (2014) a étudié l'usage de Twitter dans l'enseignement et l'apprentissage du finnois comme langue étrangère et elle s'est concentrée aussi sur les expériences et les pensées que les étudiants ont eu sur le sujet. Li (2017) a fait une recherche sur l'usage des réseaux sociaux à Hong Kong. Elle voulait savoir si les étudiants utilisent les réseaux sociaux pour apprendre l'anglais. Rapeli (2016) a fait une étude comparative sur l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage des langues étrangères en France et en Finlande. L'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français en Finlande n'a pas été étudié jusqu'à maintenant, c'est pourquoi nous nous proposons de travailler sur ce sujet.

L'objectif de notre étude est d'en savoir plus sur l'usage des réseaux sociaux par les lycéens finlandais pour apprendre le français. Nous avons formulé quatre

questions de recherche : 1. Les lycéens utilisent-ils des réseaux sociaux pour apprendre le français ? 2. Quels réseaux utilisent-ils ? 3. Quels facteurs ont un effet sur l'usage des réseaux sociaux des lycéens ? 4. Ont-ils appris quelque chose à l'aide des réseaux sociaux ? À l'aide de ces questions nous voulons mieux comprendre ce phénomène, les facteurs qui agissent sur l'usage des réseaux sociaux et les effets de cet usage sur l'apprentissage de l'individu. Nous avons préparé un questionnaire en ligne pour les lycéens et nous avons reçu 15 réponses au total. Notre mémoire se constitue de quatre parties : le cadre théorique qui explique les théories et les notions plus importantes pour notre recherche, la recherche qui présente notre recherche plus en détail, la partie de l'analyse et les résultats où se trouvent les résultats de notre recherche et la conclusion.

## 2 CADRE THÉORIQUE

Pour mieux comprendre comment on peut apprendre de nouvelles compétences avec les réseaux sociaux, il faut examiner l'apprentissage hors de la classe et la motivation derrière plus en détail. En premier, nous nous concentrons sur l'apprentissage en dehors de l'école et les concepts les plus pertinents de ce domaine ; le constructivisme (2.1.1.), l'apprentissage informel (2.1.2.) et l'apprentissage à l'aide des réseaux sociaux (2.1.3.). Ensuite, nous définissons la motivation en général et la motivation intrinsèque plus précisément (2.2.).

### 2.1 Apprendre en dehors de l'école

#### 2.1.1 Le constructivisme

Le constructivisme est une théorie épistémologique d'apprentissage. Larochelle et Bednarz (1994 : 8) précisent que le constructivisme n'est ni une méthode ni un modèle d'enseignement. Ce qui distingue le constructivisme des autres théories d'apprentissage est qu'il se concentre sur les expériences et les savoirs antérieurs de l'individu (Larochelle et Bednarz, 1994 : 8 ; Masciotra, 2007 : 48). Pour le constructivisme, le connaître est plus important que la connaissance parce qu'il est un processus actif et à cause de cela pertinent pour le développement cognitif (Masciotra, 2007 : 48). Selon le constructivisme, l'individu construit ses compétences et connaissances à l'aide de ce qu'il sait déjà et ses savoirs se modifient avec les nouvelles expériences (*ibid.*). Les connaissances antérieures sont donc essentielles pour pouvoir apprendre de nouvelles compétences. Le constructivisme est une théorie importante pour notre recherche sur l'apprentissage du français à l'aide des réseaux sociaux parce qu'en utilisant des réseaux sociaux en français, l'apprenant construit et modifie ses compétences antérieures avec les nouvelles informations qu'il reçoit. Dans la partie suivante nous examinerons plus en détail le processus d'apprentissage.

## 2.1.2 L'apprentissage informel

L'apprentissage est l'action d'apprendre quelque chose, soit « acquérir des connaissances sur (un sujet) ou des compétences dans (un art, etc.) à la suite d'études, d'une expérience ou d'un enseignement »<sup>1</sup> (Oxford English Dictionary, *s.v. to learn*). Le concept d'apprentissage est souvent partagé en trois parties ; l'apprentissage formel, informel et non-formel. Ce type de distinction prend en compte les différences par exemple dans la motivation (Eshach, 2007 : 173). Pour notre étude, l'apprentissage informel est la plus importante et la plus pertinente de ces trois sous-catégories. Toutefois, pour mieux comprendre l'apprentissage en dehors de l'école avec les réseaux sociaux, nous clarifions aussi brièvement l'apprentissage formel et non-formel et expliquons en quoi l'apprentissage informel se distingue d'eux avant de le présenter plus en détail.

L'apprentissage formel a toujours lieu dans le monde scolaire et se construit par étape en suivant des cycles et niveaux déterminés d'éducation formelle (Eshach, 2007 : 172 ; Schugurensky, 2007 : 14). L'apprentissage formel est obligatoire, structuré et le processus d'apprentissage est évalué (Eshach, 2007 : 174 ; Schugurensky, 2007 : 14). L'éducation formelle est un système hiérarchisé parce qu'il y a un enseignant ou une autre figure d'autorité présent dans les situations d'apprentissage formel (Eshach, 2007 : 174 ; Schugurensky, 2007 : 14 ; Tuomisto, 1998 : 34).

L'apprentissage non-formel se compose d'activités éducatives différentes qui se passent en dehors de l'éducation officielle, par exemple dans les hobbies comme un cours de langues (Schugurensky, 2007 : 14 ; Tuomisto, 1998 : 34). Au contraire de l'apprentissage formel, l'apprentissage est volontaire, il est plus flexible et il n'est pas évalué (Eshach, 2007 : 174 ; Schugurensky, 2007 : 14). Dans les situations d'apprentissage non-formel, il y a souvent un enseignant ou un guide présent (*ibid.*).

Souvent l'apprentissage informel est défini comme l'apprentissage en dehors de l'école, mais comme le dit Eshach (2007 : 174) cette définition n'est pas suffisamment précise. La plupart de l'apprentissage informel se déroule hors de classe dans la vie de tous les jours, par exemple à la maison et dans les loisirs, mais il est possible aussi à l'école pendant les récréations (Schugurensky, 2007 : 15). Les caractéristiques typiques de l'apprentissage informel sont par exemple la motivation intrinsèque<sup>2</sup> et la volonté (Eshach, 2007 : 174). L'apprentissage informel n'est pas structuré comme l'apprentissage formel et il n'y a pas de figure d'autorité (*ibid.*). On apprend la plupart des choses importantes de la vie quotidienne de manière informelle, par exemple parler et les savoirs et compétences essentielles de la vie (Schugurensky, 2007 : 14-15).

Selon Schugurensky (2007 : 16) le concept d'apprentissage informel est trop ambigu et il faut l'examiner plus précisément pour pouvoir l'analyser. En examinant

---

<sup>1</sup> "To acquire knowledge of (a subject) or skill in (an art, etc.) as a result of study, experience, or teaching."

<sup>2</sup> L'action elle-même est motivante.



l'intentionnalité (autrement dit le désir d'apprendre), et la conscience (autrement dit le fait de savoir qu'on est en train d'apprendre), il a partagé l'apprentissage informel en trois sous-catégories : l'apprentissage auto-dirigé, l'apprentissage fortuit et la socialisation. L'apprentissage auto-dirigé est intentionnel et conscient, et l'apprenant peut avoir des objectifs d'apprentissage (*ibid.*). Par exemple, l'apprenant trouve un blogueur français qui raconte sa vie en France et commence le suivre pour apprendre plus d'information sur la culture française. L'apprentissage fortuit est conscient mais pas intentionnel et il n'y a pas d'objectifs d'apprentissage. Par exemple, l'apprenant suit plusieurs utilisateurs français sur TikTok et remarque qu'en regardant les vidéos il a appris plusieurs mots et phrases en français. La socialisation n'est ni intentionnelle ni consciente. Cependant, l'apprenant peut plus tard devenir conscient qu'il a appris quelque chose, par exemple avec l'autoréflexion (*ibid.*). Ce type d'apprentissage est souvent l'assimilation des choses fondamentales de la nature humaine, comme les valeurs et les attitudes (*ibid.*). Tuomisto (1998 : 39) mentionne aussi trois sous-catégories similaires pour l'apprentissage informel. Sa première catégorie est l'apprentissage conscient avec des objectifs, par exemple pendant les loisirs mais aussi dans le travail, comme l'apprentissage auto-dirigé de Schugurensky. La deuxième catégorie de Tuomisto (1998 : 39) est l'apprentissage par l'expérience. Ce type d'apprentissage se passe presque tout le temps mais souvent il n'y a pas d'objectifs, comme l'apprentissage fortuit de Schugurensky. La troisième catégorie est l'apprentissage caché inconscient qui très commun dans la vie quotidienne et l'apprenant ne sait pas qu'il a appris quelque chose, comme la socialisation de Schugurensky. Nous préférons la catégorisation de Schugurensky (2007) parce que nous la considérons plus claire que celle de Tuomisto (1998). Pour notre recherche l'apprentissage auto-dirigé et fortuit sont plus importants que la socialisation, parce que l'apprentissage avec les réseaux sociaux est presque toujours conscient mais le niveau d'intentionnalité peut varier. Dans le chapitre suivant nous examinerons l'apprentissage à l'aide des réseaux sociaux plus en détail.

### **2.1.3 Apprendre avec les réseaux sociaux**

Dans la partie précédente nous nous sommes familiarisés avec le concept d'apprentissage informel et pourquoi c'est important pour l'apprentissage avec les réseaux sociaux. Maintenant, nous nous concentrons sur les réseaux sociaux et comment ils peuvent être utilisés dans l'apprentissage des langues étrangères. Nous commençons avec l'histoire des réseaux sociaux et continuons en définissant ce qu'ils veulent dire (2.1.3.1). Puis, nous examinerons le lien entre l'apprentissage et les réseaux sociaux. Finalement, nous présenterons quelques recherches sur les réseaux sociaux et l'apprentissage des langues (2.1.3.2).

### 2.1.3.1 Les réseaux sociaux : histoire et définitions

Les réseaux sociaux sont relativement jeunes. L'histoire des réseaux sociaux commence au début des années 90 quand le World Wide Web a été créé par Tim Berners-Lee en 1991 (van Dijck, 2013 : 5). Quelques sites Internet, comme des weblogs et des services de mail, sont apparus pendant cette décennie. Au début du 21<sup>e</sup> siècle avec l'arrivée du Web 2.0 plusieurs nouveaux sites web et plateformes sont nés rapidement (van Dijck, 2013 : 5). Parmi ces nouveaux sites, il y en a plusieurs qui sont populaires encore aujourd'hui, comme Wikipédia (créé en 2001), Facebook (créé en 2004), YouTube (créé en 2005) et Twitter (créé en 2006). Ces nouveaux sites et plateformes ont rendu possible pour tout le monde de créer du contenu et de partager leurs objets d'intérêt avec les autres, ce qui les a rendus si populaires. Une autre raison pour la croissance rapide de ces plateformes est que la nouvelle a circulé d'une personne à l'autre et la couverture journalistique a également fait passer la nouvelle, ce qui a provoqué un effet boule de neige (Suominen et al., 2013 : 128). Pendant les dernières années, la popularité toujours croissante de Facebook a commencé à ralentir à cause de la naissance de nouvelles plateformes branchées, comme TikTok, qui sont devenues de plus en plus populaires parmi les jeunes. Mais qu'est-ce que les réseaux sociaux et comment pouvons-nous les définir ?

Dans ce paragraphe nous présentons deux définitions qui approchent les réseaux sociaux de points de vue un peu différents. Le terme « réseaux sociaux » a été adopté par le public environ en 2007 (Suominen et al., 2013 : 139). Le dictionnaire Oxford English Dictionary (*s.v. social media*) définit les réseaux sociaux comme des « sites Web et applications qui permettent aux utilisateurs de créer et de partager du contenu ou de participer au réseautage social »<sup>3</sup>. Cette définition est très similaire avec celle de Reinhardt (2019 : 3) qui définit les réseaux sociaux comme : « n'importe quelle application ou technologie par laquelle les utilisateurs participent, créent et partagent des ressources et des pratiques médiatiques avec d'autres utilisateurs au moyen du réseau numérique »<sup>4</sup>. Ces définitions approchent les réseaux sociaux en examinant les différentes fonctions qu'ils offrent aux utilisateurs. Reinhardt (2019 : 3) aussi fait remarquer que quelques sites Web peuvent s'appeler « réseaux sociaux » seulement pour améliorer leur image de marque, mais qu'en réalité ils ne correspondent pas à la définition des réseaux sociaux. De leur côté, Kaplan et Haenlein (2010 : 60-61) définissent les réseaux sociaux à l'aide des deux termes ; Web 2.0 et User Generated Content. Le Web 2.0 fait référence au changement dans l'usage de World Wide Web environ en 2004, qui a permis à tout le monde de modifier et partager du nouveau contenu (Kaplan et Haenlein, 2010 : 60-61). Avant ce changement, il n'y avait que quelques personnes qui avaient la possibilité de créer du nouveau contenu. Il faut noter que Web 2.0 ne fait

---

<sup>3</sup> " Websites and applications which enable users to create and share content or to participate in social networking"

<sup>4</sup> " any application or technology through which users participate in, create, and share media resources and practices with other users by means of digital networking"

pas référence à une mise à jour spécifique de World Wide Web, mais plutôt au changement progressif dans son usage (Kaplan et Haenlein, 2010 : 60-61). Le terme User Generated Content est utilisé pour décrire tout le contenu qui est accessible pour tout le monde et créé par des personnes ordinaires au lieu de professionnels (*ibid.*). Selon Kaplan et Haenlein (2010 : 61), les réseaux sociaux se composent d'applications différentes basées sur Internet qui se basent sur les fondements du Web 2.0 et qui rendent possible la création et le partage d'User Generated Content. Cette définition se concentre plus sur l'évolution du World Wide Web, qui a mené à la naissance des réseaux sociaux d'aujourd'hui. Le facteur commun entre ces deux définitions un peu différentes est que n'importe qui peut créer, partager et modifier du contenu sur les plateformes des réseaux sociaux donc on n'a pas besoin des compétences spécifiques. Pourtant, comme le dit Suominen (2013 : 17) trouver une définition solide et complète pour les réseaux sociaux n'est peut-être pas possible parce qu'ils changent et se développent sans cesse. Bien qu'il ne soit pas possible de définir les réseaux sociaux complètement, il est possible de les diviser en sous-catégories et distinguer les différents types des plateformes.

Van Dijck (2013 : 8) présente quatre catégories pour les réseaux sociaux qui se basent sur leurs différents types d'usage. En premier, les sites de SNSs (social networking sites) se concentrent sur les connections entre les individus ou groupes, par exemple Facebook et Twitter. Le deuxième groupe se compose des sites de UGC (user-generated content) qui renforcent le partage créatif de contenu entre amateurs et professionnels, par exemple YouTube et Wikipédia. Le troisième groupe est composé des sites de TMSs (trading and marketing sites) qui encouragent leurs utilisateurs à vendre et échanger des produits en ligne, par exemple Amazon et eBay. Le dernier groupe contient des sites de PGS (play and game sites) qui sont des jeux numériques populaires comme The Sims Social et AngryBirds. Pour notre recherche les deux premières catégories, SNSs et UGC, sont les plus importantes parce qu'elles se concentrent sur l'interaction des utilisateurs et rendront possible l'apprentissage des nouvelles connaissances. Maintenant, nous examinerons l'apprentissage avec les réseaux sociaux plus précisément.

### **2.1.3.2 Le lien entre apprentissage et réseaux sociaux**

Dans la partie précédente (2.1.2.) nous avons présenté l'apprentissage informel et ses sous-catégories et dans ce chapitre nous examinerons l'apprentissage informel à l'aide des réseaux sociaux plus en détail. La plupart de l'apprentissage avec les réseaux sociaux se déroule en dehors de l'école ; il s'agit donc d'apprentissage informel (Kiviniemi et Kurkela, 2010 : 132). Les activités dans les différentes plateformes se basent sur la participation active et indépendante des individus (*ibid.*). Ainsi se créent des groupes qui partagent les mêmes objets d'intérêt dans les réseaux sociaux, par

exemple le cinéma et la mode. L'apprentissage avec les réseaux sociaux rend possible de participer à différentes communautés qui communiquent sur Internet et l'individu apprend de nouvelles pratiques (Kiviniemi et Kurkela, 2010 : 133). En effet, quand on voit du contenu à la télévision ou sur les réseaux, cela nous permet d'obtenir des informations ou expériences nouvelles sans participation active (Aittola, 1998 : 74). C'est ce qu'Aittola (1998 : 73-74) appelle des expériences secondaires, typiques pour l'apprentissage informel avec les réseaux sociaux. Aujourd'hui, on peut obtenir les mêmes expériences avec les réseaux sociaux où il est possible de trouver du contenu très varié sur n'importe quel sujet. Cela permet par exemple de se familiariser aux cultures différentes et de mieux les comprendre. Les réseaux sociaux offrent donc beaucoup de possibilités pour l'apprentissage des langues étrangères. Dans le paragraphe suivant nous présentons deux recherches sur l'apprentissage des langues étrangères à l'aide des réseaux sociaux.

Le sujet de l'apprentissage des langues étrangères avec les réseaux sociaux n'a pas encore été beaucoup étudié. Toutefois, nous avons trouvé deux recherches intéressantes ; nous examinons maintenant leurs résultats les plus importants plus en détail, l'une se concentre sur l'usage des réseaux sociaux pour apprendre l'anglais (Li, 2017) et l'autre compare la France et la Finlande sur l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage des langues étrangères (Rapeli, 2016).

La recherche de Li (2017) est basée sur une enquête en ligne et elle a reçu 741 réponses au total, avec 122 participants qui ont utilisé les réseaux sociaux pour apprendre l'anglais. Les plateformes les plus utilisées pour l'apprentissage de l'anglais étaient YouTube, Facebook et WhatsApp. Un peu plus d'un tiers (36%) des étudiants ont utilisé YouTube quotidiennement pour apprendre l'anglais et Facebook était utilisé par un cinquième (21%). Les étudiants ont partagé du contenu et du matériel avec des camarades de classe.

Le corpus de la recherche de Rapeli (2016) était une enquête qui se concentrait sur l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage des langues étrangères et les attitudes que les élèves avaient envers cet usage. Rapeli a reçu 79 réponses au total, dont 40 étaient d'une école finlandaise et 39 d'une école française. Presque tous les élèves qui ont répondu au questionnaire utilisent les réseaux sociaux pendant leur temps libre. La plupart des élèves utilisent les réseaux sociaux pendant leurs leçons ou en faisant leurs devoirs. Les réseaux sociaux sont moins utilisés pendant les leçons de langues que les leçons d'autres matières. Les élèves finlandais ont utilisé les réseaux sociaux plus pendant les leçons des langues que les élèves français. La plupart des élèves pensaient que l'usage des réseaux sociaux peut être utile pendant les leçons.

Il sera intéressant de voir si notre enquête aboutit aux mêmes conclusions que les études de Li et Rapeli ou pas. Maintenant nous passons au concept de motivation et examinons plus précisément ce qui peut motiver les individus à utiliser les réseaux sociaux pour apprendre le français.

## 2.2 La motivation

La motivation est une force interne qui agit sur l'action de l'individu de plusieurs façons et à différents niveaux (Lehtinen, Vauras, et Lerkkanen, 2016 : 115 ; Lonka, 2015 : 167). La motivation agit par exemple sur les choix de l'individu, sur la détermination et l'intensité de l'action, et sur les émotions et pensées que l'action suscite chez l'individu (Lehtinen, Vauras, et Lerkkanen, 2016 : 115). L'individu motivé s'approche de l'action qui l'intéresse avec enthousiasme (Lonka, 2015 : 167). La théorie de l'autodétermination partage la motivation en deux parties ; la motivation extrinsèque et la motivation intrinsèque (Salmela-Aro, Nurmi, et Feldt, 2017 : 54). Nous définissons la motivation extrinsèque brièvement parce que les facteurs externes à l'individu sont un de nos objets d'intérêt dans le questionnaire. Puis nous nous concentrons sur la motivation intrinsèque qui nous aide à mieux comprendre l'apprentissage informel à l'aide des réseaux sociaux. La motivation intrinsèque est un concept pertinent pour notre recherche parce que, comme nous l'avons montré dans le chapitre 2.1.2., elle est une partie essentielle de l'apprentissage informel.

Quand la motivation d'un individu est extrinsèque, il fait l'action pour des raisons externes (Lehtinen, Vauras, et Lerkkanen, 2016 : 116). Ces raisons pourraient être par exemple obtenir un prix si on fait l'action ou obtenir une punition si on ne fait pas l'action (Lonka, 2015 : 168 ; Salmela-Aro, Nurmi, et Feldt, 2017 : 55). La culpabilisation et l'obligation de faire quelque chose sont des facteurs efficaces pour la motivation extrinsèque. Si on est trop souvent motivé par les facteurs externes, on risque de perdre la motivation intrinsèque et le bien-être de l'individu peut s'affaiblir (*ibid.*).

La motivation intrinsèque est le contraire de la motivation extrinsèque. L'individu est motivé parce que l'action elle-même est motivante, intéressante et gratifiante (Lonka, 2015 : 168 ; Lehtinen, Vauras, et Lerkkanen, 2016 : 116 ; Salmela-Aro, Nurmi, et Feldt, 2017 : 55). Pour être motivé à faire quelque chose, l'individu n'a pas besoin de facteurs externes, en revanche l'action procure de la joie et elle suit les valeurs de l'individu (Lonka, 2015 : 168 ; Salmela-Aro, Nurmi, et Feldt, 2017 : 55). Lonka (2015 : 168) précise que la motivation intrinsèque ne vient pas de l'intérieur de l'individu, mais qu'il y a un lien significatif entre l'action et l'individu. Donc, pour que l'individu soit motivé à faire quelque chose, il faut que l'action soit jugée sensée et l'individu ne soit pas stressé par les autres. La motivation intrinsèque est un concept important pour notre recherche parce que les étudiants ne sont pas obligés d'utiliser les réseaux sociaux pour apprendre le français en dehors de l'école, donc l'action d'utiliser les réseaux sociaux peut être motivante et intéressante pour eux. Les étudiants peuvent éprouver l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français comme une façon nouvelle et différente d'apprendre une langue étrangère.

Il est parfois possible que la motivation extrinsèque devienne intrinsèque. Ces deux types de la motivation forment un continuum qui contient différents types de motifs dont certains sont plus intrinsèques que d'autres (Salmela-Aro, Nurmi, et Feldt, 2017 : 58). Le processus dans lequel la motivation extrinsèque devient intrinsèque est graduel, mais il est possible que certains motifs ne deviennent jamais intrinsèques (*ibid.*). Selon Lonka (2015 : 169) pour que la motivation extrinsèque devienne intrinsèque, on a besoin du défi, de la compétence, de la curiosité et du contexte. Le défi veut dire que l'action doit être suffisamment difficile pour que l'individu soit intéressé. La compétence fait référence à la confiance de l'individu parce qu'il est important que l'individu ait confiance en lui et ses capacités. Il est aussi important que l'action éveille la curiosité de l'individu. Enfin, l'action et son contexte doivent être intéressants et pertinents pour que la motivation extrinsèque puisse devenir intrinsèque. Un facteur de la motivation extrinsèque peut forcer l'individu à faire quelque chose pour la première fois, mais parfois l'action est intéressante et motivante de sorte que la motivation s'intériorise (Lonka, 2015 : 169). Par exemple quand l'enseignant de français demande aux élèves de trouver une vidéo de YouTube intéressante en français, les élèves pourraient trouver du contenu très utile et commencer à regarder des vidéos aussi pendant leur temps libre. D'autre part, il est normal qu'il y ait plusieurs types de motivation derrière une action, aussi bien des motifs extrinsèques que des motifs intrinsèques. Pour notre recherche ce processus et les motifs différents de l'individu sont pertinents quand nous examinons la motivation pour utiliser les réseaux sociaux dans l'apprentissage du français. L'enseignant, les manuels et les amis peuvent motiver l'individu à trouver du contenu intéressant dans les plateformes différentes.

Maintenant que nous avons présenté les concepts et termes pertinents pour notre recherche, nous allons examiner notre recherche, la recherche qualitative, le questionnaire et les participants plus précisément.

### **3 LA RECHERCHE**

Dans cette partie du mémoire nous nous concentrons sur la recherche que nous avons faite. Premièrement, nous examinerons ce que veut dire la recherche qualitative (3.1.). Puis, nous passons au corpus de notre recherche, un questionnaire, en examinant le questionnaire comme une méthode de recherche (3.2.1.). Nous présentons aussi les participants du questionnaire (3.2.2.) et à la fin nous examinerons notre questionnaire plus précisément (3.2.3.).

#### **3.1 La recherche qualitative**

Les objets d'une recherche qualitative sont les caractéristiques des humains, comme leur comportement, leurs opinions et leurs motivations, et la recherche qualitative essaie de mieux comprendre des phénomènes complexes (Shuttleworth et Wilson, 2008). Notre recherche se situe plutôt dans le domaine de la recherche qualitative que quantitative parce que nous voulons en savoir plus sur les opinions et expériences que les lycéens ont sur l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français. Les avantages de la recherche qualitative sont qu'elle peut offrir une vue plus profonde que la recherche quantitative, elle peut être faite avec un petit nombre des participants et elle offre toujours des informations utiles pour les enquêteurs parce que son idée est de mieux comprendre un phénomène (*ibid.*).

#### **3.2 Le corpus**

Le corpus de cette recherche est un questionnaire en ligne pour les lycéens de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> années. Dans les parties suivantes, nous présentons le questionnaire comme méthode

de recherche, les participants du questionnaire et le questionnaire lui-même plus en détail.

### 3.2.1 Le questionnaire comme méthode

Le questionnaire est une méthode de recherche à l'aide de laquelle on peut obtenir de l'information et des données sur les opinions, les conceptions et les expériences des participants en posant des questions avec un formulaire (Vehkalahti, 2014 : 11). Dörnyei et Taguchi (2010 : 5) distinguent cette information en trois groupes différents : l'information factuelle (par exemple l'âge, le sexe, le domicile), l'information sur le comportement des participants (ce qu'ils font ou ont fait), et l'information sur les attitudes, les croyances et les objets d'intérêt. Le questionnaire est une méthode très efficace pour rassembler d'information rapidement en comparaison avec l'entretien et il est utile dans le domaine des langues étrangères (Dörnyei et Taguchi, 2010).

En préparant le questionnaire, il est important de faire attention à la formulation des questions parce que les réponses des participants ne peuvent pas être précisées plus tard. Pour que la recherche soit reçue et fiable, les questions doivent être bien formulées et claires, donc il faut réserver suffisamment de temps pour cela (Vehkalahti 2014, 11, 20). Dörnyei et Taguchi (2010 : 6-7) prêtent attention aussi à la formulation des questions, parce qu'il est facile de mal interpréter les questions si elles ne sont pas bien formulées, ce qui remet en cause la fiabilité de la recherche. Les questions longues et compliquées peuvent induire les participants en erreur et ils peuvent donner des réponses superficielles ou ne pas répondre du tout. Il est donc mieux que les questions soient courtes et simples parce que la plupart des participants ne veut pas passer beaucoup de temps à remplir le questionnaire (Dörnyei et Taguchi 2010, 7). L'enquêteur ne peut pas savoir si les réponses ont été apportées avec sérieux ou pas (*ibid.*). Selon Vehkalahti (2014, 12) les défis du questionnaire sont le nombre de réponses, la correspondance des questions avec les questions de recherche et la couverture des questions sur le sujet.

En ce qui concerne l'ordre des questions dans le questionnaire, Valli (2016 : 16-17) propose de commencer avec les questions sur les connaissances de base (par exemple l'âge, le sexe, l'éducation) et de continuer avec les questions faciles avant les questions plus difficiles et personnelles. Quand les questions sont prêtes, on doit se concentrer sur les aspects éthiques du questionnaire : l'anonymat et la permission de recherche. Il est important de garder le questionnaire anonyme, ce qui peut être fait en supprimant des informations personnelles et en utilisant des pseudonymes. La permission de recherche doit contenir des informations de base sur l'étude, la manière dont les données sont traitées et le fait que la participation est volontaire. Si l'enquêteur est présent quand les participants font le questionnaire, il peut présenter sa recherche et répondre aux questions des participants si quelque chose n'est pas clair (Valli 2016 : 19).



Nous avons choisi le questionnaire comme méthode de recherche parce que nous voulons en savoir plus sur les pensées et les expériences que les lycéens ont sur l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français. Nous préférons le questionnaire au lieu de l'entretien parce que nous voulons avoir une idée générale sur le sujet et le questionnaire nous permet d'obtenir plus de réponses que l'entretien. Nous avons utilisé Webropol pour créer notre questionnaire en ligne. Nous avons choisi Webropol parce que c'est une application fiable et facile à utiliser. Un questionnaire en ligne nous permet de rassembler les réponses facilement et en peu de temps. Avec Webropol il est facile d'examiner et d'analyser les résultats. De plus, à la cause de la pandémie de Covid-19 nous avons voulu éviter des contacts inutiles avec les participants. L'ordre des questions dans notre questionnaire suit ce que Valli (2016 : 16-17) a proposé. La permission de recherche est dans la première page du questionnaire et toutes les informations importantes sur notre recherche se trouvent là. Nous avons gardé l'anonymat des participants en faisant le questionnaire anonyme et en supprimant toutes les informations personnelles, s'il y en avait. Notre questionnaire est présenté plus en détail dans le chapitre 3.2.3 et il se trouve en finnois en annexe. Maintenant nous passons aux participants à notre recherche.

### **3.2.2 Les participants**

Nous avons eu au total 15 réponses à notre questionnaire. Les participants viennent de deux lycées et ils ont étudié français au moins 1,5 ans et au plus 11 ans. Nous avons choisi les lycéens de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> année parce qu'ils ont étudié le français pendant au moins une année, donc leur niveau du français est suffisant pour pouvoir comprendre le contenu des réseaux sociaux en français. De plus, nous pensons que les lycéens sont capables de réfléchir sur ce qu'ils ont appris à l'aide des réseaux sociaux. Les réponses ont été obtenues entre la fin novembre et mi-décembre 2021. Les participants de trois classes différentes ont répondu au questionnaire en notre présence. De cette façon, le questionnaire et son objectif a pu être présenté aux personnes interrogées et d'éventuelles clarifications ont pu être données.

### **3.2.3 La description du questionnaire**

Notre questionnaire est composé de 8 questions et quelques questions ont eu des questions supplémentaires si le participant a répondu « Oui ». Le questionnaire a trois parties qui se concentrent sur les différents aspects de l'apprentissage du français avec les réseaux sociaux.

Au début nous voulions obtenir des informations de base sur les participants. Pour notre recherche l'âge ou le sexe des participants n'est pas important, mais nous

voulions savoir combien de temps ils avaient étudié le français et dans quel lycée ils étudiaient.

Depuis combien de temps étudiez-vous le français ?

Dans quel lycée étudiez-vous ?

Dans la première partie du questionnaire nous voulions répondre à la première et à la deuxième question de recherche : Les lycéens utilisent-ils des réseaux sociaux pour apprendre le français ? Quels réseaux utilisent-ils ?

1. Avez-vous regardé du contenu sur les réseaux sociaux (Instagram, YouTube, TikTok etc.) qui était en français ?

B. Comment avez-vous trouvé ce contenu ?

2. Avez-vous utilisé les réseaux sociaux (Instagram, YouTube, TikTok etc.) pour étudier le français ?

B. Nommez les plateformes que vous utilisez.

C. Quels bénéfices avez-vous tiré de l'usage de ces plateformes ? (par exemple apprentissage du vocabulaire, apprentissage de la culture, compréhension de la langue parlée)

Les questions suivantes examinent l'influence de l'enseignant, des manuels et des amis sur l'usage des réseaux sociaux de l'individu. Ces questions essaient de répondre à notre troisième question de recherche : Quels facteurs ont un effet sur l'usage des réseaux sociaux des lycéens ? Plus précisément, les facteurs externes à l'individu ont-ils un effet sur l'usage des réseaux sociaux des lycéens ?

3. Votre enseignant de français vous a-t-il encouragé à utiliser les réseaux sociaux pour étudier le français ?

4. Voudriez-vous que votre enseignant de français vous donne des conseils sur l'usage des réseaux sociaux avec l'apprentissage du français ?

5. Votre manuel contient-il des conseils pour utiliser les réseaux sociaux dans l'apprentissage du français ?

B. Quelle sorte de conseils ?

6. Vos amis ont-ils partagé du contenu en français sur les réseaux sociaux ?

B. Quel genre ?

La dernière partie traite les pensées et expériences des individus sur l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français et essaye de répondre à la quatrième question de recherche : Ont-ils appris quelque chose à l'aide des réseaux sociaux ?

7. Pensez-vous que le contenu des réseaux sociaux en français est / pourrait être utile pour apprendre le français ?

8. Avez-vous appris quelque chose sur la langue ou la culture française grâce aux réseaux sociaux ?

B. Quoi ?

Dans la partie suivante de notre mémoire nous allons présenter les réponses des participants à notre questionnaire. Nous examinons aussi l'analyse qualitative que nous avons utilisé pour analyser les réponses. Nous présentons donc les résultats de notre recherche et répondons aux questions de recherche.

## **4 ANALYSE ET RÉSULTATS**

### **4.1 L'analyse qualitative**

Dans la partie précédente nous avons présenté notre questionnaire qui contient aussi bien des questions fermées (oui/non) que les questions ouvertes supplémentaires. Pour les questions ouvertes nous allons utiliser l'analyse qualitative du contenu. Selon Dörnyei et Taguchi (2010 : 99) l'analyse du contenu des questions ouvertes se compose de deux phases. En premier, on doit examiner les réponses de chaque participant individuellement et marquer les idées plus importantes et essentielles. Ensuite, on peut former des catégories supérieures pour les idées trouvées et les analyser et comparer. Les idées les plus pertinentes de la première phase peuvent être citées pour donner des exemples exacts du corpus (Dörnyei et Taguchi, 2010 : 99). Pour analyser notre corpus, nous avons suivi ces phases : nous avons marqué les points les plus importants de chaque réponse et formulé les catégories qui peuvent être analysées plus précisément. Nous avons aussi trouvé des citations intéressantes dans le corpus qui présentent des points de vue essentiels de notre analyse.

### **4.2 Les résultats**

Nous avons partagé les réponses de notre questionnaire en trois parties et chaque partie examine les réponses d'un point de vue différent. La partie 4.2.1 se concentre sur l'usage des réseaux sociaux en général et essaie de répondre aux deux premières questions de recherche en examinant les réponses des participants aux questions 1 et 2 de notre questionnaire. Dans la partie 4.2.2 nous étudions les effets des facteurs externes à l'individu sur son usage des réseaux sociaux pour apprendre le français en examinant les questions 3-6 de notre questionnaire et répondons donc à la 3<sup>e</sup> question de

recherche. Finalement, la partie 4.2.3 traite des conséquences de l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français en examinant les questions 7 et 8 du questionnaire et répond à la dernière question de recherche. Dans la partie 4.3 nous examinons les résultats obtenus plus précisément.

#### 4.2.1 L'usage des réseaux sociaux

À cause du fait qu'il n'existe pas d'étude précédente sur l'usage des réseaux sociaux pour l'apprentissage du français dans un contexte exclusivement finlandais, notre premier intérêt était de savoir si les lycéens utilisent les réseaux sociaux pour apprendre le français et quels réseaux ils utilisent. Les deux premières questions traitent de l'usage des réseaux sociaux en français à un niveau général.

Avant de nous concentrer sur l'usage des réseaux sociaux pour apprendre le français, nous voulions savoir si les participants ont regardé du contenu sur les réseaux sociaux qui était en français. Tous les participants ont regardé ce type de contenu. Ils l'ont trouvé selon des manières différentes (figure 1.).

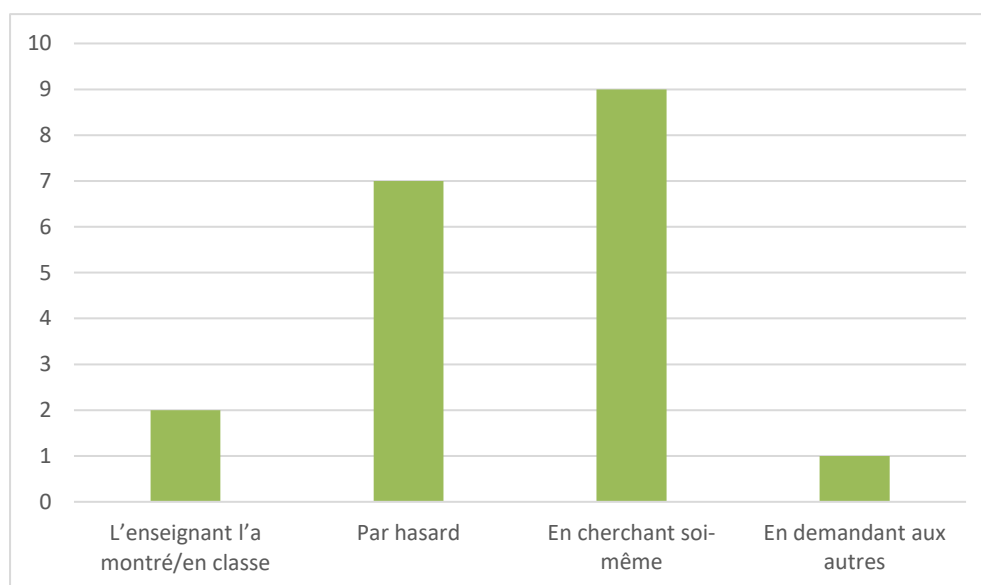


FIGURE 1 Comment le contenu sur les réseaux sociaux en français a-t-il été trouvé ?

Les manières les plus fréquentes pour trouver le contenu étaient *par hasard* et *en cherchant soi-même*. 9 participants ont trouvé du contenu en français en cherchant eux-mêmes ce qui indique qu'ils sont motivés et trouvent le contenu utile. Deux des participants ont mentionné que l'enseignant a montré du contenu en français en classe. Ce nombre est assez petit mais cela peut venir de la question, qui était ouverte : comme il n'y avait pas de choix prêts, les participants n'ont pas pensé à cela. L'un des participants a demandé à des Français pour des recommandations.

La deuxième question se concentre sur l'usage des réseaux sociaux pour apprendre le français. Nous ne voulions pas seulement savoir si les lycéens les utilisent mais aussi quelles plateformes ils utilisent et comment ils ont profité de ces plateformes. 12 participants ont utilisé les réseaux sociaux pour apprendre le français et ils utilisent quatre plateformes différentes (figure 2.).

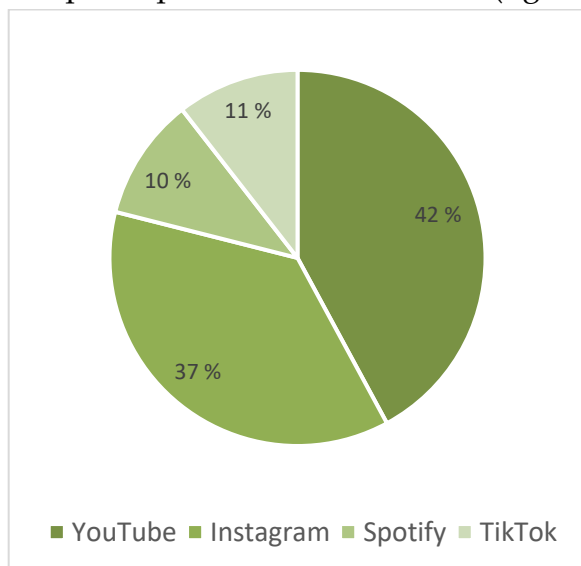


FIGURE 2 Les réseaux sociaux utilisés par les lycéens

Les plateformes le plus utilisées par nos participants sont YouTube et Instagram ce qui n'est pas surprenant parce que ces plateformes sont bien connues et elles contiennent beaucoup de contenu différent. YouTube est une plateforme où on publie surtout des vidéos et il est facile à trouver des vidéos sur n'importe quel sujet et souvent aussi en différentes langues. Il y a par exemple des vidéos qui enseignent les langues de manières très différentes. Le contenu dans Instagram est plus varié parce qu'en plus des vidéos on peut publier des photos et des stories qui disparaissent après 24 heures. Instagram offre aussi du contenu très divers selon les préférences de l'utilisateur. Quelques participants ont aussi mentionné qu'ils utilisent Spotify et TikTok mais ces plateformes ne sont pas si populaires que les deux autres. Plusieurs participants ont mentionné qu'ils utilisent plus d'une plateforme pour apprendre le français.

En examinant les manières différentes dont les lycéens profitent des plateformes, on peut voir que les manières trouvées sont très variées et ingénieuses (figure 3.).

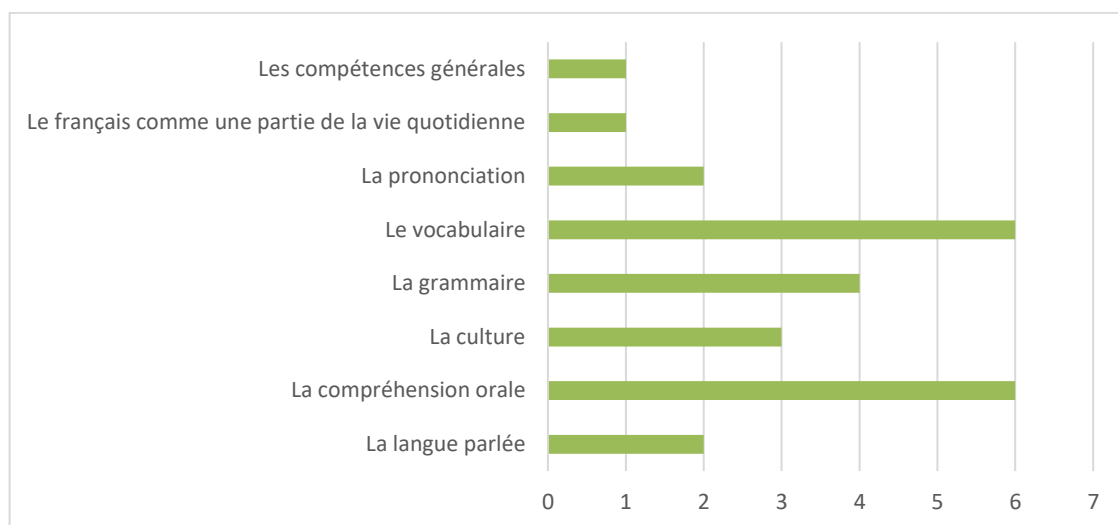


FIGURE 3 Les bénéfices tirés par les lycéens de l'usage des réseaux sociaux en français

Les participants ont profité de ces plateformes surtout pour apprendre la grammaire et le vocabulaire. En plus de ces réponses, les lycéens utilisent les réseaux sociaux aussi pour améliorer leurs capacités orales (la langue parlée, la compréhension orale et la prononciation) et leurs connaissances de la culture française. Certains des participants utilisent les réseaux sociaux dans l'apprentissage du français d'une manière très originale :

**Extrait 1)** (Lycéen 1) J'utilise TikTok pour corriger mes fautes de grammaire...<sup>5</sup>

Cet extrait montre que les nouvelles plateformes comme TikTok offrent beaucoup de possibilités différentes d'apprendre une langue étrangère ou améliorer ses compétences. Dans TikTok il se trouve beaucoup de vidéos sur différents sujets qui sont liés à la culture ou à la langue. Par exemple, il y a des vidéos qui montrent des fautes grammaticales fréquentes parmi les apprenants de français ou qui font découvrir différentes expressions dans les pays francophones.

Sur la base des réponses des participants, on peut donc conclure que les lycéens utilisent les réseaux sociaux pour apprendre le français. Ils utilisent des plateformes différentes et souhaitent en tirer des bénéfices variés. Dans le chapitre suivant nous nous intéressons à l'influence possible que les facteurs externes à l'individu peuvent avoir sur l'usage des réseaux sociaux des lycéens en examinant les réponses aux questions 3-6 de notre questionnaire.

<sup>5</sup> "Käytän TikTokia korjatakseni kielioppivirheitäni..." Opiskelija 1

## 4.2.2 L'influence des facteurs extérieurs

Pour notre recherche les facteurs externes à l'individu et les effets qu'ils ont sur l'usage des réseaux sociaux sont plus importants que la motivation intrinsèque parce que, comme nous avons remarqué dans le chapitre 2.3., elle est évidente avec l'apprentissage informel. Cependant, nous allons examiner le rôle de la motivation intrinsèque et ce que nous pouvons en déduire d'après les réponses des participants dans la partie de la discussion. Les facteurs externes à l'individu que nous considérons avoir une influence importante sont l'enseignant, les manuels et les amis.

En premier, nous nous concentrons sur le rôle de l'enseignant. Dans les questions 3 et 4 de notre questionnaire, nous avons demandé aux participants si leur enseignant les a encouragés à utiliser les réseaux sociaux pour étudier le français et s'ils voudraient que leur enseignant leur donne des conseils sur l'usage des réseaux sociaux pour l'apprentissage du français. Pour les deux questions la plupart des participants ont répondu *oui* (figure 4).

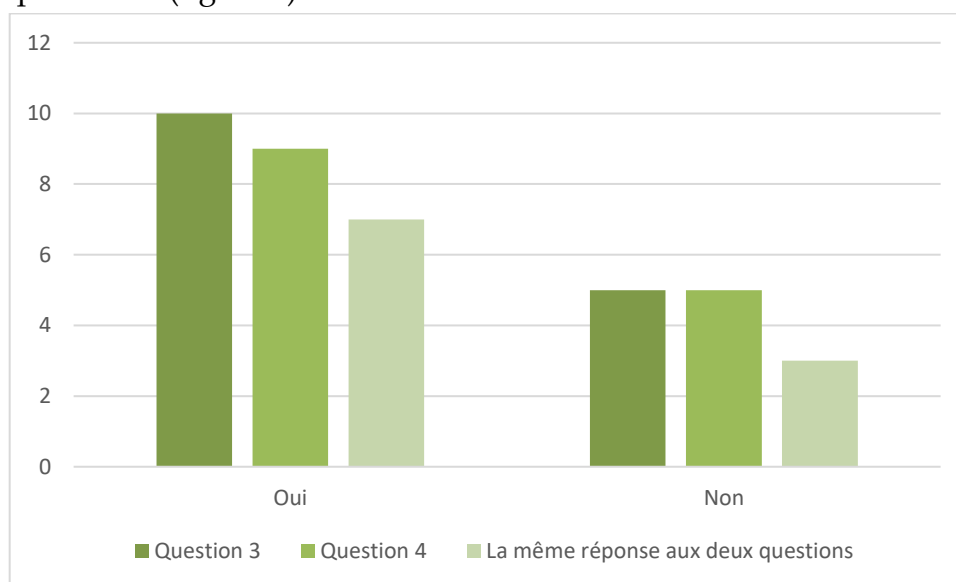


FIGURE 4 Questions 3 et 4, le rôle de l'enseignant

Dans la figure 4 on peut voir les réponses aux questions 3 et 4, et aussi le nombre des participants qui ont répondu de la même manière. La plupart des participants ont répondu que leur enseignant les a encouragés à utiliser les réseaux sociaux pour apprendre le français et la plupart pense que ces conseils sont utiles. Ce qui est intéressant dans les réponses, c'est que presque tous les participants que l'enseignant a encouragé voulaient aussi que leur enseignant leur donne des conseils. D'après ces réponses on peut donc déduire que l'encouragement et les conseils donnés par les enseignants sont utiles pour les lycéens. Au contraire, ceux qui n'ont pas reçu d'encouragement de leur enseignant n'en veulent pas. Cela donne l'impression que les



participants qui n'ont pas reçu d'encouragement ne peuvent pas nécessairement savoir si les conseils seraient en fait utiles.

En ce qui concerne le rôle des manuels et des amis, leurs effets semblent moins importants que celui de l'enseignant. Un seul participant a dit que son manuel contient des conseils pour l'usage des réseaux sociaux, mais il n'a pas précisé le type de conseils. Quand on a demandé aux participants si leurs amis ont partagé avec eux du contenu en français sur les réseaux sociaux, trois d'entre eux ont répondu *oui*. Ils ont ensuite précisé le type de contenu et trois types différents ont été mentionnés : des *vidéos de TikTok*, des *vidéos drôles* et des *blagues*. Ce que ces types ont en commun, c'est qu'ils ont une fonction divertissante. Le petit nombre des réponses affirmatives peut s'expliquer par le fait que les participants n'ont peut-être pas d'amis qui étudient ou comprennent le français.

Dans le chapitre suivant nous nous concentrons sur la dernière partie de notre questionnaire et essayons de mieux comprendre les expériences d'apprentissage que les participants ont eu grâce aux réseaux sociaux.

### 4.2.3 L'utilité des réseaux sociaux

Notre dernier objectif était de découvrir si les lycéens ont appris quelque chose à l'aide des réseaux sociaux. La question 7 de notre questionnaire traite les pensées que les participants ont sur l'utilité des réseaux sociaux pour apprendre le français. Tous les participants ont répondu qu'ils pensent que les réseaux sociaux sont utiles dans l'apprentissage du français. 11 participants ont appris quelque chose sur la langue ou la culture française grâce aux réseaux sociaux. Ils ont précisé ce qu'ils ont appris (figure 5).

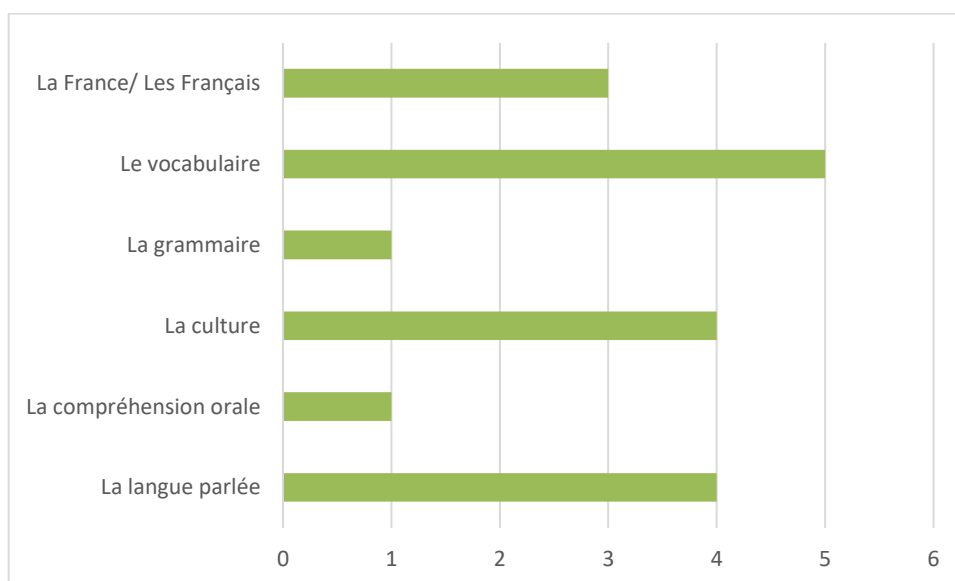


FIGURE 5 Ce que les lycéens ont appris à l'aide des réseaux sociaux

Ces réponses montrent que les lycéens ont le sentiment d'avoir appris beaucoup de choses différentes aussi bien sur la langue française que sur la culture francophone. Les réponses plus courantes étaient la grammaire, la langue parlée et la culture. Ce qui est vraiment intéressant, c'est que les participants ont aussi appris de nouvelles connaissances sur les cultures des autres pays francophones et pas seulement sur la culture française, comme l'extrait 2 le montre :

**Extrait 2)** (Lycéen 2) J'ai appris qu'il y a des expressions différentes dans les pays francophones différents, ainsi en Belgique on utilise des expressions autres qu'en France par exemple. De plus, je me suis familiarisé à la culture alimentaire des pays différents, comme le Maroc.<sup>6</sup>

Donc, grâce à cette réponse on peut constater que les réseaux sociaux permettent de découvrir les cultures diverses qui sont incluses dans la culture francophone.

Maintenant que nous avons présenté les résultats de notre recherche, nous passons à la discussion pour examiner ces résultats plus précisément et pour mieux comprendre ce qu'ils nous veulent dire sur l'apprentissage du français à l'aide des réseaux sociaux.

### 4.3 Discussion

L'objectif de notre recherche était de découvrir si les lycéens finlandais utilisaient les réseaux sociaux dans l'apprentissage du français. Les résultats que nous avons obtenus à l'aide du questionnaire sont très intéressants et donnent beaucoup de matériel pour une discussion plus approfondie. Dans la partie précédente nous avons répondu à nos questions de recherche et maintenant nous voulons examiner ce que les résultats veulent dire, comment ils peuvent être utiles à l'avenir et est-ce qu'il y a des similarités avec les résultats des recherches de Li (2017) et de Rapeli (2016).

Les résultats montrent clairement que les adolescents d'aujourd'hui utilisent les réseaux sociaux et que consulter du contenu en français est normal pour eux. La plupart de nos participants ont aussi utilisé les réseaux sociaux pour apprendre le français. L'usage des réseaux sociaux est une pratique courante chez les lycéens donc il serait important de s'appuyer sur ces nouvelles habitudes pour catalyser l'apprentissage du français. Les participants ont mentionné seulement quatre plateformes qu'ils utilisent parmi lesquelles Instagram et YouTube sont les plus utilisées. Comme nous l'avons déjà constaté, la popularité d'Instagram et de YouTube vient du fait qu'ils sont plus connus que Spotify et TikTok qui sont des plateformes assez récentes. Cela peut

---

<sup>6</sup> "Olen oppinut, että monissa eri ranskaa puhuvissa maissa on erilaisia sanontoja, kuten Belgiassa käytetään erilaisia ilmaisuja kuin vaikka Ranskassa. Lisäksi olen oppinut eri maiden kuten Marokon ruokakulttuurista." Opiskelija 2

indiquer que les participants se sont familiarisés avec les possibilités que ces plateformes offrent à l'apprentissage du français. La popularité de YouTube peut s'expliquer aussi par le fait que les enseignants le connaissent beaucoup mieux et savent comment il peut être utile pour apprendre le français. Au contraire, TikTok, qui est une plateforme très nouvelle et à la mode parmi les jeunes, est moins connu pour les enseignants et ils ne savent peut-être pas comment on en peut profiter dans l'apprentissage des langues. Cependant, TikTok peut être un outil très efficace et utile et les réponses montrent cela, mais les avantages de TikTok et des autres nouvelles plateformes ne sont pas encore familiers pour tout le monde. Ce qui est intéressant dans l'usage des plateformes différentes des lycéens, c'est que personne n'a mentionné Facebook. Cela peut renforcer l'idée que les jeunes n'utilisent plus Facebook, mais l'autre explication peut être qu'ils n'ont pas des amis français dans Facebook.

Nous avons présenté les catégories des réseaux sociaux de van Dijck (2013 : 8) dans le chapitre 2.1.3.1. Les plateformes utilisées par les participants se trouvent aussi dans ces catégories. YouTube, TikTok et Spotify sont des plateformes de UGC ou on peut partager du contenu très divers avec autres utilisateurs. Instagram peut être situé dans le groupe des sites de UGC parce qu'on peut créer et partager du contenu, mais Instagram peut aussi fonctionner comme Facebook pour être connecté avec ses amis et ainsi peut être situé aussi dans la catégorie des sites de SNSs. Les sites de TMS et PGS n'étaient pas mentionnés dans les réponses des participants. Cela ne veut pas nécessairement dire que les lycéens n'utilisent pas ces types de plateformes. La première explication peut être que les lycéens utilisent ces types de plateformes mais ils ne les utilisent pas pour apprendre le français. La deuxième raison peut être que les participants n'ont pas pensé à ces types des réseaux parce que dans le questionnaire on n'a pas précisé ce que veut dire les réseaux sociaux selon nous.

En ce qui concerne la motivation et le rôle des facteurs externes à l'individu, d'après les résultats de notre questionnaire seulement le rôle de l'enseignant est notable. Le rôle de l'enseignant est visible aussi dans les réponses à la première question : comment les lycéens ont-ils trouvé du contenu en français. Deux participants ont mentionné que leur enseignant leur a montré du contenu en français en classe. De plus, la plupart des participants voulaient que leur enseignant leur donne des conseils sur l'usage des réseaux sociaux, donc le rôle de l'enseignant est notable pour les lycéens. Il est important pour les enseignants et les futurs enseignants d'être conscient des avantages que les réseaux sociaux offrent à l'apprentissage des langues parce que c'est une façon agréable et drôle d'apprendre une langue. Le français est une langue assez marginale en Finlande qui veut dire que les lycéens ne connaissent pas nécessairement beaucoup de influenceurs ou de jeux en français. La responsabilité de l'enseignant est donc grande pour que les lycéens connaissent mieux les manières diverses dont les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour approfondir leurs connaissances sur la

langue et culture française. D'après les réponses des participants, les manuels d'aujourd'hui ne contiennent pas de conseils pour utiliser les réseaux sociaux dans l'apprentissage du français et cela est quelque chose qui peut tout à fait être amélioré dans les nouveaux manuels. Comme nous l'avons expliqué dans la partie 2.2, les facteurs externes peuvent présenter une action à l'individu et avec temps la motivation extrinsèque peut devenir intrinsèque. Donc, ces facteurs externes peuvent inciter l'individu à utiliser de façon pérenne les réseaux sociaux pour apprendre le français et quelquefois une petite incitation peut avoir un effet boule de neige.

La motivation intrinsèque n'était pas directement l'objet de notre recherche parce que comme nous l'avons dit dans la partie 2.2, l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français n'est pas obligatoire, donc les lycéens ont une motivation intrinsèque pour utiliser les réseaux sociaux. Il est important de noter aussi que le français est une langue optionnelle en Finlande ce qui peut indiquer que les participants ont déjà une motivation intrinsèque pour apprendre le français. Nous pouvons quand même déduire quelque chose sur la motivation intrinsèque de nos participants d'après leurs réponses. Le fait que la plupart des participants utilisent les réseaux sociaux renforce l'idée de la présence de la motivation intrinsèque. De plus, la plupart des participants ont cherché du contenu en français eux-mêmes ce qui indique aussi que les lycéens ont une motivation intrinsèque pour utiliser les réseaux sociaux.

En comparant les réponses des questions 2C et 8B du questionnaire on peut remarquer quelques similarités et différences. La question 2C traite les bénéfices que les lycéens souhaitent tirer de l'usage des réseaux sociaux dans l'apprentissage du français et la question 8B traite des connaissances que les lycéens ont acquis à l'aide des réseaux sociaux. Dans les réponses à la question 2C les lycéens ont mentionné 8 catégories différentes et dans les réponses à 8B il y a 6 catégories mentionnées. 5 de ces catégories sont les mêmes : le vocabulaire, la grammaire, la culture, la compréhension orale et la langue parlée. Ce qui est intéressant, c'est que quelques catégories ont un nombre des réponses considérablement différent dans ces deux questions. Par exemple, 4 participants ont mentionné qu'ils utilisent les réseaux sociaux pour apprendre la grammaire mais un seul participant a répondu qu'il a appris quelque chose sur la grammaire. On peut remarquer la même chose avec la compréhension orale avec 6 participants qui veulent améliorer leur compréhension orale et un seul qui estime que ça a été le cas. Donc les lycéens n'apprennent pas nécessairement les choses qu'ils ont voulu. Il y a cependant d'autres raisons possibles pour les différences dans les nombres des réponses. Il est souvent difficile de se rendre compte soi-même qu'on a en fait appris quelque chose et surtout avec les réseaux sociaux, être conscient de son apprentissage peut être difficile parce que les réseaux sociaux ne sont pas un outil traditionnel d'apprentissage. Donc, si nous avons mesuré d'une manière objective si les lycéens ont appris quelque chose avec les réseaux sociaux, les résultats pourraient être très différents de ceux que nous avons reçu sur la base des expériences d'apprentissage des lycéens. Avec la culture et le vocabulaire le nombre des réponses est resté

presque le même ce qui veut dire que les lycéens ont appris les choses qu'ils voulaient apprendre à l'aide des réseaux sociaux.

Dans le chapitre 2.1.3.2 nous avons présenté les études de Li (2017) et Rapeli (2016) et les sujets de ces études sont près de notre sujet. Les résultats de notre recherche sont similaires avec les résultats de Li qui a trouvé que les étudiants de Hong Kong utilisent les réseaux sociaux pour apprendre l'anglais. YouTube était la plateforme la plus utilisée aussi selon les résultats de Li. Les étudiants de Hong Kong utilisent aussi Facebook et WhatsApp qui ne sont pas mentionnés par nos participants. Nos résultats ont aussi des similarités avec les résultats de Rapeli qui a trouvé que les élèves finlandais et français utilisent les réseaux sociaux pendant les leçons des langues. La plupart des élèves pensent aussi que les réseaux sociaux peuvent être utiles pendant les leçons ce qui est semblable aux réponses de nos participants.

Bien que tous les participants n'utilisent pas les réseaux sociaux pour apprendre le français, ils pensent tous que les réseaux sociaux peuvent être utiles dans l'apprentissage du français. Cela montre clairement que selon les lycéens les réseaux sont un bon outil pour apprendre le français. Pour toutes les raisons présentées, nous pensons pouvoir avancer que les réseaux sociaux semblent être un outil très efficace pour soutenir l'apprentissage des langues dans le monde scolaire.

## 5 CONCLUSION

Dans ce mémoire, nous nous sommes concentrés sur l'apprentissage du français à l'aide des réseaux sociaux. Nous avons choisi des lycéens de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> année comme notre public cible. Nous avons voulu savoir si les lycéens utilisent les réseaux sociaux pour apprendre le français, quels réseaux ils utilisent, ce qui les incite à utiliser les réseaux sociaux et si les lycéens ont appris quelque chose à l'aide des réseaux sociaux. Notre méthode de recherche était un questionnaire en ligne et pour analyser les résultats du questionnaire nous avons utilisé l'analyse qualitative du contenu.

15 lycéens de trois classes ont participé à notre recherche. 12 participants utilisent les réseaux sociaux pour apprendre le français et ils utilisent 4 plateformes différentes : YouTube, Instagram, Spotify et TikTok parmi lesquelles YouTube et Instagram sont les plus utilisées. L'influence des facteurs externes à l'individu est assez marginale. Seul l'enseignant a un effet notable selon les lycéens et les lycéens apprécient les conseils donnés par l'enseignant. 11 participants ont appris quelque chose grâce aux réseaux sociaux, entre autres en grammaire, vocabulaire, compétences orales et culture francophone.

Comme les résultats du questionnaire le montrent, les lycéens utilisent les réseaux sociaux et ils ont appris beaucoup de choses différentes grâce à eux. Les réseaux sociaux offrent donc de nouvelles possibilités pour l'apprentissage du français. Il est important que les connaissances sur les réseaux sociaux des enseignants soient mises régulièrement à jour pour qu'ils puissent donner des conseils utiles et encourager leurs élèves à utiliser les réseaux sociaux pendant leur temps libre.

Notre corpus, avec seulement 15 participants, est petit ce qui veut dire que les résultats ne peuvent pas être généralisés. En raison du fait que ce sujet n'a pas été étudié avant en Finlande, nous avons voulu avoir une idée de ce phénomène chez quelques lycéens. D'autre part, la présence des questions ouvertes implique qu'on ne peut pas être certain que les lycéens ont mentionné tous les éléments essentiels parce qu'il est possible qu'ils n'aient pas pensé à toutes les réponses possibles. Pour éviter cela, les questions supplémentaires auraient pu être des questions fermées avec

différentes options de réponse ce qui aurait pu fournir des résultats un peu différents. Dans l'ensemble, notre recherche a fourni des informations nouvelles et fiables qui peuvent être utiles à l'avenir pour l'apprentissage du français.

À l'avenir, cette recherche pourrait être complétée avec des études sur des aspects différents. Il serait utile de refaire cette recherche avec un public cible plus grand pour voir si les résultats restent les mêmes ou avec des entretiens pour avoir une compréhension plus vaste. La motivation derrière l'usage des réseaux sociaux pourrait aussi être examinée plus en détail pour mieux comprendre ce qui motive les lycéens à utiliser les réseaux sociaux dans l'apprentissage du français. Ce sujet peut être abordé du point de vue des enseignants pour voir comment les réseaux sociaux peuvent être utilisés dans l'enseignement du français. L'apprentissage d'autres langues étrangères peut aussi profiter de ce type de recherche parce que les réseaux sociaux sont un outil efficace dans l'apprentissage des langues en général.

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages consultés :

- Aittola, T. (1998). « Aikuisten oppiminen arkielämän ympäristöissä », dans Sallila, P., et Vaherva, T., édés. *Arkipäivän oppiminen. Aikuiskasvatuksen Vuosikirja 39*. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu : Kansanvalistusseura : Aikuiskasvatuksen tutkimusseura. 59-89.
- Dijck, José van. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford / New York : Oxford University Press.
- Dörnyei, Z., et Taguchi, T. (2010). *Questionnaires in second language research: construction, administration, and processing. Second Language Acquisition Research Series*. Hoboken: Routledge.
- English Language Centre, the Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, China, et Li, V. (2017). « Social Media in English Language Teaching and Learning ». *International Journal of Learning and Teaching*. <<https://doi.org/10.18178/ijlt.3.2.148-153>>
- Eshach, H. (2007). « Bridging In-School and Out-of-School Learning: Formal, Non-Formal, and Informal Education ». *Journal of Science Education and Technology* 16 (2): 171-90. <<https://doi.org/10.1007/s10956-006-9027-1>>
- Ihanainen, P., Kalli, P., Kiviniemi, K., et Opetus-, kasvatus- ja koulutusalojen säätiö - Okka-säätiö. (2010). *Sosiaalinen media ja verkostomainen toiminta*. Helsinki : Okka.
- Kaplan, A. M., et Haenlein, M. (2010). « Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media ». *Business Horizons* 53 (1) : 59-68. <<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>>
- Larochelle, M., et Bednarz, N. (1994). « À propos du constructivisme et de l'éducation ». *Revue des sciences de l'éducation* 20 (1) : 5. <<https://doi.org/10.7202/031697ar>>
- Lehtinen, E., Vauras, M., et Lerkkanen, M-K. (2016). *Kasvatuspsykologia*. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Lonka, K. (2015). *Oivaltava oppiminen*. Helsinki : Otava.
- Masciotra, D. (2007). « Le constructivisme en termes simples ». *Vie pédagogique*, n° 143 : 48-52.
- Rapeli, H. (2016). *L'usage des réseaux sociaux dans l'enseignement et l'apprentissage des langues étrangères - étude comparative entre la France et la Finlande*. Tampere : Université de Tampere. [Mémoire de maîtrise]
- Reinhardt, J. (2019). « Social Media in Second and Foreign Language Teaching and Learning: Blogs, Wikis, and Social Networking ». *Language Teaching* 52 (1) : 1-39. <<https://doi.org/10.1017/S0261444818000356>>
- Salmela-Aro, K., Nurmi, J-E., et Feldt T. (2017). *Mikä meitä liikuttaa: motivaatiopsykologian perusteet*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Schugurensky, D. (2007). « « Vingt mille lieues sous les mers » : les quatre défis de l'apprentissage informel ». *Revue française de pédagogie*, n° 160 : 13-27. <<https://doi.org/10.4000/rfp.583>>
- Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P., et Turtiainen, R. (2013). *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki : Gaudeamus.



- Tuomisto, J. (1998). « Arkipäiväoppiminen aikuiskasvatuksen ja elinikäisen oppimisen kontekstissa », dans Sallila, P., et Vaherva, T., eds. *Arkipäivän oppiminen*. Aikuiskasvatuksen Vuosikirja 39. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu : Kansanvalistusseura : Aikuiskasvatuksen tutkimusseura. 30-58.
- Vaarala, H. (2014). « Muutoksen mahdollisuus - sosiaalinen media kielenopetuksen osana », dans Mutta, M., Lintunen P., Ivaska I., et Peltonen P., éd. *Tulevaisuuden kielenkäyttäjät =: Language users of tomorrow*. Suomen soveltavan kielitieteen yhdistyksen (AFinLA) julkaisuja, n:o 72. Jyväskylä : Suomen soveltavan kielitieteen yhdistys AFinLA. 133-155.
- Valli, R. (2016). « Creating a questionnaire for a scientific study ». *International Journal of Research Studies in Education* 6 (4). <<https://doi.org/10.5861/ijrse.2016.1584>.>
- Vehkalahti, K. (2014). *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Helsinki : Finn Lectura.

#### **Sites Internet :**

- Oxford English Dictionary. <https://www-oed-com.ezproxy.jyu.fi/view/Entry/183739?redirectedFrom=social+media#eid272386371> Consulté le 04/03/2022.
- Oxford English Dictionary. <https://www-oed-com.ezproxy.jyu.fi/view/Entry/106716?rskey=s7nf0z&result=1&isAdvanced=false#eid> Consulté le 04/03/2022.
- Shuttleworth, M., et Wilson, L. T. (14.9.2008). *Qualitative Research Design*. Explorable.com: <https://explorable.com/qualitative-research-design> Consulté le 13/04/2022.

## ANNEXES

### KYSELYLOMAKE

#### **Tutkimuksen kuvaus ja tutkimuslupa**

Opiskelen kolmatta vuotta ranskaa Jyväskylän yliopistossa. Teen tänä vuonna kandidaatin tutkielmaa, jonka aiheena on sosiaalisen median käyttö ranskan kielen opiskelussa. Tämän kyselyn avulla haluan selvittää eri sosiaalisen median alustojen käyttöä ranskan kielen opiskelussa. Kyselyssä on kahdeksan kysymystä sekä muutama tarkentava kysymys, ja siihen vastaamiseen menee n. 10 minuuttia. Jokainen vastaus on tärkeä tutkimukselleni. Kyselyn tarkoitus on kartoittaa teidän mielipiteitä, näkemyksiä ja kokemuksia, minkä vuoksi toivon rehellisiä vastauksia. Mihinkään kysymyksistä ei ole oikeaa tai väärää vastausta.

Kysely toteutetaan täysin anonymisti ja kysymysten perusteella ei ole mahdollista tunnistaa yksittäistä vastaajaa. Kyselyyn vastaaminen on täysin vapaaehtoista. Vastaamalla tähän kyselyyn annat luvan käyttää vastauksiasi kandidaatin tutkielmasani.

Kuinka kauan olet opiskellut ranskan kieltä?

Missä lukiossa opiskelet?

1. Oletko koskaan katsonut sosiaalisen median sisältöä (Instagram, Youtube, TikTok jne.), joka oli ranskan kielellä?

Miten löysit kyseistä sisältöä?

2. Oletko hyödyntänyt sosiaalista mediaa (Instagram, Youtube, TikTok jne.) ranskan opiskelussa?

Nimeä käyttämäsi alustat

Miten olet hyödyntänyt näitä alustoja? (esim. sanaston oppiminen, kulttuurin oppiminen, puhutun kielen ymmärtäminen)

3. Onko ranskan opettajasi kannustanut käyttämään sosiaalista mediaa ranskan opiskelussa?

4. Haluaisitko, että opettajasi antaisi vinkkejä sosiaalisen median hyödyntämisestä?

5. Onko oppikirjassasi vinkkejä sosiaalisen median hyödyntämiseen ranskan opiskelussa?

Millaisia?

6. Ovatko kaverisi jakaneet sinulle ranskankielistä sosiaalisen median sisältöä?  
Millaista?

7. Koetko, että ranskankielisestä sosiaalisen median sisällöstä on/voisi olla hyötyä ranskan opiskelussa?

8. Oletko oppinut jotain ranskan kielestä tai kulttuurista sosiaalisen median avulla?  
Mitä?