

Technologies de l'information et de la communication dans la guidance et le conseil en orientation Université d'été, Jyväskylä (Finlande), 12-16 août 2019



- Intervenants :**
- Sif Einarsdottir (University of Islande)
 - Anette Jochumsen (e-vejledning, Danemark)
 - Janaa Kettunen (PhD, University of Jyväskylä, Finlande)
 - Maria Söderholm (Umeå University, Sweden)
 - Raimo Vuorinen (University of Jyväskylä, Finlande)

Ce séminaire international fut l'occasion pour 50 professionnels et étudiants en orientation issus de pays différents (Suède, Danemark, Norvège, Autriche, Pays-Bas, Finlande, Islande, Suisse, Japon, Singapour, ...) d'être rassemblés sur le thème de l'orientation et des technologies de la communication. Répartis en sous-groupes internationaux, ils ont pu apprendre, partager des informations, échanger et travailler ensemble. Animée par des représentants de pays du nord de l'Europe, cette université d'été a également permis d'expérimenter un format didactique intéressant mêlant activement théorie, exercices pratiques, lectures personnelles, discussions et restitutions, ateliers.

Sur le plan pédagogique, les participants ont été invités à se mettre en situation d'apprentissage intentionnel à partir de leur expérience et en adoptant une pratique réflexive. Leur réflexion porte sur l'action (rétrospectivement), mais se traduit aussi dans l'action et par l'action (Schön, 1983). Cette pratique consiste surtout à examiner la façon dont on justifie ses croyances pour agir et réévaluer l'efficacité des stratégies et des procédures utilisées dans la résolution des problèmes (Mezirow 1990).

HISTORIQUE DES TECHNOLOGIES EN INFORMATION ET COMMUNICATION EN ORIENTATION

Les ordinateurs en orientation - Computers in Guidance – A-G Watts

Les avancées technologiques évoluent rapidement, tant du point de vue de la vitesse de traitement que des capacités de stockage des données. Dans le champ de l'orientation, l'apparition d'internet a offert de nouvelles possibilités en terme d'accessibilité. A long terme, de nouvelles formes d'aides seront possibles, comme la réalité virtuelle par exemple. Cela pose la question de leur appartenance (droits d'usage et de propriété). Certains systèmes légers (software) répondant à des standards de qualité peuvent se trouver sur le marché. Pour les systèmes plus complexes, l'implication est plutôt au niveau gouvernemental et des associations professionnelles. Dans certains cas, des systèmes experts peuvent agir comme des conseillers en orientation mais remplacer totalement l'homme par la machine serait ici voué à l'échec. Les ordinateurs ont un potentiel énorme concernant la quantité et la qualité des données auxquelles les individus ont accès mais aussi pour soutenir le contrôle individuel de son parcours. Notons que certains systèmes utilisent des constructions objectives factuelles alors que d'autres font référence à des constructions subjectives personnelles intégrées dans la machine. Si on a tendance à s'intéresser aux systèmes capables de concurrencer l'être humain, il est important de s'intéresser aussi aux systèmes qui permettent aux individus de construire leur propre cheminement (orientation, cheminement, plan d'actions). Cela pourrait préfigurer la prochaine étape de l'histoire des systèmes informatisés dans le champ de l'orientation : une période dans laquelle le locus of control de tels systèmes ne serait plus ni dans la machine ni dans l'interaction homme-machine mais bien aux mains de l'individu lui-même.

ETHIQUE ET ORIENTATION

Depuis plus de 50 ans, de nombreuses recherches ont porté sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le conseil et l'orientation sous l'angle des questions éthiques liées à leur utilisation. James P. Sampson Jr, Julia Panke Makela ont mené une recherche pour examiner ces questions sous 3 angles : l'équité sociale, les ressources et les services. Ils ont utilisé des entretiens auprès de professionnels en orientation pour mener des discussions sur les normes éthiques et d'accréditation. Leur article se conclut par un appel au développement de normes, de ressources de formation et de recherche afin de définir comment l'utilisation de technologies pourrait améliorer efficacement et éthiquement les services rendus aux usagers. *Ethical issues associated with information and communication technology in counseling and guidance – James P. Sampson Jr, Julia Panke Makela (2014)*

La question de l'éthique rejoint assez rapidement celle de la **qualité**. Quand l'orientation est gérée au niveau de l'Etat ou du service public, la question se pose moins. Certains pays ou certaines associations de professionnels en orientation ont d'ailleurs mis en place des standards de qualité. L'association NCDA (National Career Development Association's) a publié les principes directeurs d'une grille d'évaluation.

Critères d'évaluation des TIC & des médias :

On peut évaluer les TIC, les sites internet ou les média sociaux avec une grille d'analyse portant sur 5 critères :

- contenu d'information
- participation au processus d'orientation
- interaction avec l'utilisateur
- aspects techniques
- services d'aide et d'assistance

Chaque catégorie est évaluée sur une échelle de 5 (très bien) à 1 (insatisfaisant)

ATTITUDES, CONSIDERATIONS SUR LES TIC EN ORIENTATION

L'étude de Jaana Kettunen, Raimo Vuorinen & James P. Sampson Jr. (2013) part d'une perspective phénoménographique sur les conceptions des praticiens en orientation concernant l'usage des média sociaux dans les services d'orientation. Quinze praticiens finlandais travaillant dans l'éducation secondaire, supérieure et les services de l'emploi furent questionnés en groupes. L'analyse des entretiens laisse apparaître 5 catégories de conceptions sur les médias sociaux selon qu'ils sont considérés par les professionnels en orientation comme :

inutiles – facultatifs – optionnels – utiles – indispensables

Les résultats montrent des relations entre les conceptions des professionnels et leur pratique. Les éléments de cette étude peuvent être utilisés dans le cadre de la formation initiale et continue des professionnels afin de les sensibiliser à la question.

DIMENSIONS OF VARIATION	CATEGORIES			
	Ability to use social media for delivering information	Ability to use social media for delivering career services	Ability to utilize social media for collaborative career exploration	Ability to utilize social media for co-careering
approach to social media	technology focused	content focused	pedagogically focused	systemically focused
function in career services	means for delivering information	medium for one-to-one communication	interactive working space	impetus for paradigm change and reform
online skills	information literacy	online writing	online discourse/	online presence
ethical reflections	accuracy, validity	privacy	confidentiality	trust, professional proficiency
personal characteristics	motivated	patient	confident	innovative

Kettunen, J., Sampson, J. P., Jr. Vuorinen, R. (2013).

Career Practitioners Conceptions of Competency for Social Media in Career Services

Une autre étude de Jaana Kettunen, James P. Sampson Jr. & Raimo Vuorinen (2015) porte sur l'analyse des médias sociaux dans les services d'orientation par les professionnels qui y travaillent. Seize praticiens danois et finlandais utilisant des médias sociaux dans leur pratique professionnelle ont été interviewés dans le cadre de groupes de discussion. Par rapport à leur conception du rôle des médias sociaux, 4 conceptions se dégagent :

- les médias sociaux servent à diffuser de l'information,

- les médias sociaux peuvent offrir des services d'orientation,
- les médias sociaux servent à explorer de façon collaborative les métiers,
- les médias sociaux participent au processus d'orientation (co-careering)

Les résultats de l'étude peuvent servir lors de la formation initiale et continue des professionnels.
Etude portant sur la position des professionnels en orientation par rapport aux technologies d'information et communication et par rapport aux médias sociaux - Jaana Kettunen, James P. Sampson Jr. & Raimo Vuorinen (2015)

La Génération des « digital natives » : 2012

Ces jeunes ont grandi avec le langage digital. Cette thématique de recherche a été étudiée par le danois Søren Schultz Hansen. Il montre que les individus ont désormais une image d'eux-mêmes qui est rendue visible sur internet. Les nouveaux médias rendent cela inévitable : avoir une sphère totalement privée devient difficile, à moins de conditions artificielles.

Le cyborg est devenu réel (c'est un « digital native ») mais le monde virtuel et physique appartiennent pourtant au même monde. La communication est devenue indépendante du lieu mais reste dépendante du temps. On remarque que les réseaux sociaux sont utilisés comme des espaces de rencontres pour « traîner », Il y a de plus en plus de communications et on repère la co-création de différents profils personnels pour les mêmes individus sur des réseaux sociaux différents.

On peut d'une certaine façon considérer que les « digitales natives » sont les plus relationnels de tous les temps et qu'ils acceptent un leadership s'il est justifié. Pour eux, la stabilité et la prédictibilité créent de l'insécurité. Ils considèrent aussi que la spécialisation est risquée. Les « digitales natives » sont moins tournés vers un objectif que les générations qui les précèdent. Enfin, la distinction entre vie personnelle et vie professionnelle tend à devenir artificielle.



Présentation de la génération « cyborg » ou « digitale native » par Søren Schultz Hansen (en anglais) : <https://youtu.be/6Ds-CHqpByE>

L'INFORMATION EN ORIENTATION (référence : ELGPN)

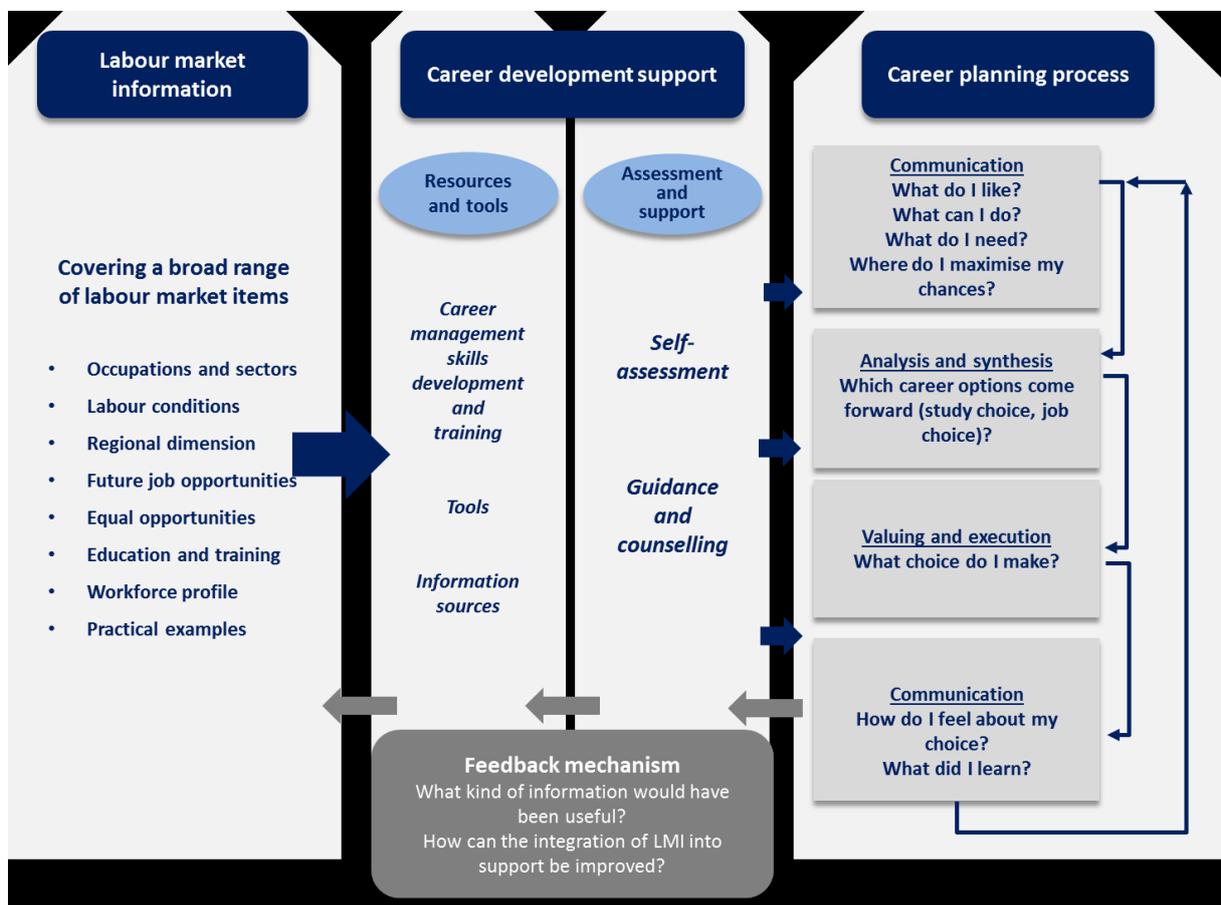
Ce qu'on entend par « Career informations » : tout type d'informations, quel qu'en soit le support, qui aident les citoyens à faire des choix éclairés en matière d'apprentissage et d'emploi.

L'information sur le marché du travail, transformée en « career informations », est essentielle à la prise de bonnes décisions d'orientation. L'information sur les métiers fait également référence à l'information obtenue grâce à l'apprentissage par l'expérience, p. ex. le "job shadowing", l'expérience de travail et la simulation.

Pourquoi c'est important : l'information sur les professions donne aux individus l'occasion de comparaisons : leur situation, leurs intérêts et leurs aspirations ↔ les exigences des emplois, du travail, les programmes d'éducation et de formation, les opportunités d'emploi. Cela permet d'identifier un éventail de voies menant à ces possibilités et de faire des choix significatifs. L'accès à l'information sur les professions, la compréhension et l'évaluation de cette information sont des facteurs importants d'équité sociale, de réussite scolaire et de participation au marché du travail.

"Les compétences à s'orienter » (CMS : career management skills) se réfèrent à toute une série de compétences qui fournissent aux individus et aux groupes des moyens structurés pour rassembler, analyser, synthétiser et organiser l'information personnelle, éducative et professionnelle (contenu), ainsi que les aptitudes pour prendre et mettre en œuvre les décisions et les transitions (processus).” La compétence personnelle d'apprendre à apprendre est la capacité à réfléchir sur soi-même à gérer efficacement son temps et son information, à travailler avec les autres de manière constructive, à rester résilient et à gérer son propre apprentissage et sa carrière. Cela implique de connaître ses stratégies d'apprentissage préférées, ses besoins en matière de développement des compétences et les différentes façons de les développer et de rechercher les possibilités d'éducation, de formation, les opportunités d'emploi et les ressources de conseil disponibles.

L'information sur le marché du travail (générée par la collecte systématique et l'analyse des différentes sources d'information) est interprétée puis adaptée : l'information devient un savoir (Labour market Intelligence, Bimrose Barnes, 2010)



Labour market information and guidance, Cedefop 2016

LA COMMUNICATION VIA LES TECHNOLOGIES

Quelques constats sur les médias :

- les technologies sont désormais utilisées en orientation,

- il y a un impact des nouveaux médias sur la société,
- l'interaction sociale change dans un monde qui est globalisé et digitalisé,
- les nouveaux média (dont les réseaux sociaux) ont un gros potentiel en matière d'orientation et de conseil.

Concernant le rôle des médias dans la société :

- Les relations sociales s'étendent sur de grandes distances
- Les changements s'accélèrent via la technologie
- la médiatisation est omniprésente

Selon Stig Hjarvad, les médias ne peuvent plus être considérés séparément des institutions. Certains pays sont déjà très digitalisés (Danemark, Estonie), on parle même de citoyenneté digitale (« digital citizenship ») il convient de savoir se situer par rapport à son pays et à soi-même individuellement.

Les nouveaux médias ont :

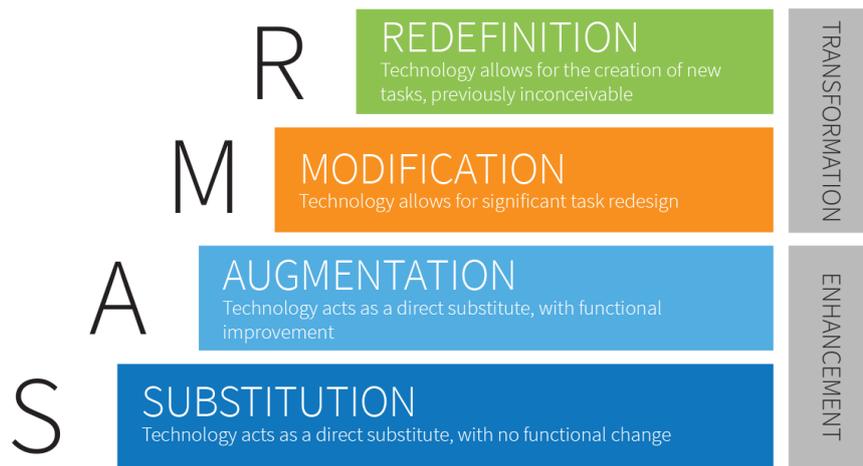
- changé les interactions sociales : SMS, MMS, chat,
- ouvert de nouveaux espaces de rencontres publics : YouTube, Facebook, Snapchat, Instagram
- créé des environnements virtuels pour jouer, expérimenter et apprendre
- rendu la communication indépendante du temps et de l'espace

Dans le domaine de l'orientation,

- ils améliorent l'accessibilité (espaces variés, connexions possibles à des plages horaires plus larges)
- ils offrent une variété de plateformes, synchrones et asynchrones
- ils permettent une communication entre un individu et plusieurs ou de plusieurs individus vers plusieurs autres
- ils sont multimédia
- ils rendent possible la création d'outils digitaux en orientation
- ils peuvent se combiner avec l'orientation classique ou mixte
- ils donnent l'opportunité d'un conseil en orientation anonyme

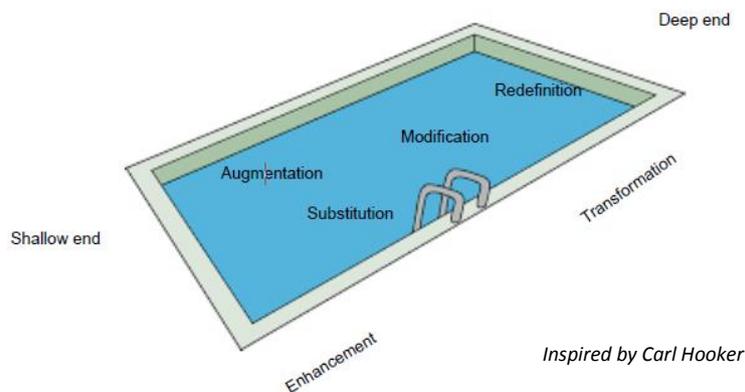
Le modèle SAMR : une taxonomie de pensée pour estimer l'impact des TIC dans l'enseignement.

En partant d'une tâche donnée, on évalue l'impact de l'utilisation de la technologie en se référant à 4 niveaux (de bas en haut) : soit la technologie permet une amélioration (niveaux 1 et 2), soit elle permet une transformation de la tâche (niveaux 3 et 4), laquelle transformation est – d'après Puentedura – source d'un meilleur apprentissage. On remarque que la progression ne peut avoir lieu que si la tâche initiale a été définie.



Robert Puentedura, educational researcher

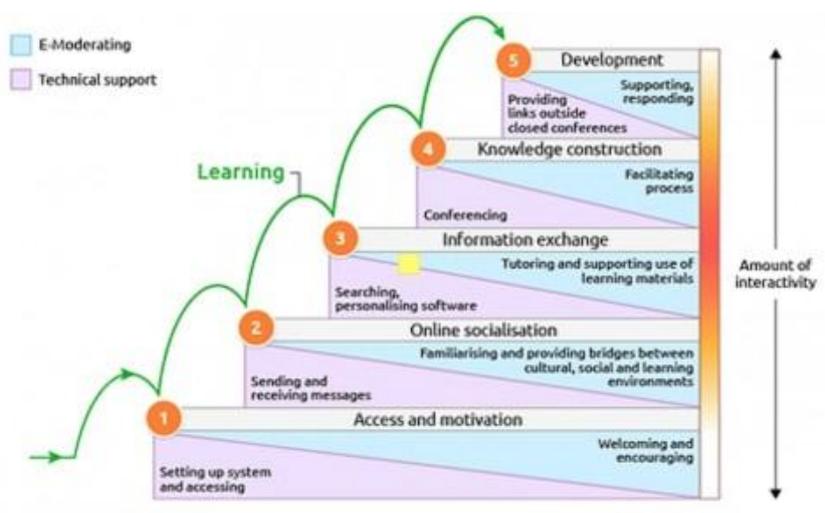
Le modèle SAMR peut aussi être illustré comme une piscine



Inspired by Carl Hooker

Les rencontres en ligne

Trois modes de discussion en ligne : Webinaires, ateliers en ligne, Tchat en direct. Une invitation est requise pour s'inscrire.



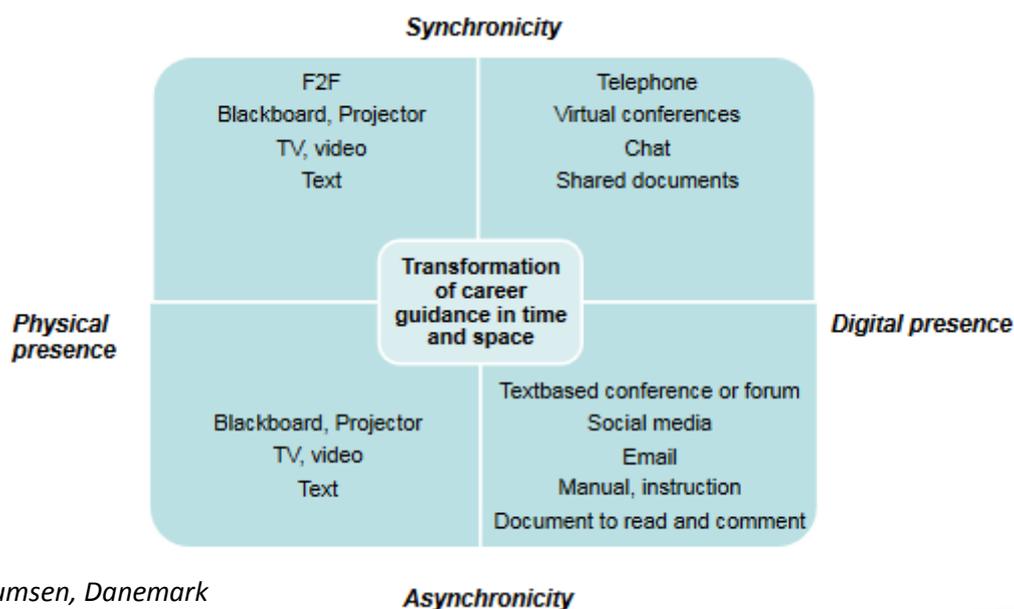
modèle de Gilly Salmon (2000)

Les étapes d'une session :

- 1-prise de contact (accès et motivation)
- 2-contrat (socialisation en ligne)
- 3-communication (échange d'informations et construction d'un savoir)
- 4-conclusion (développement)

Le mode d'échange repose sur le modèle 4K, eVejledning 2012

Analyse de la situation du conseil en orientation

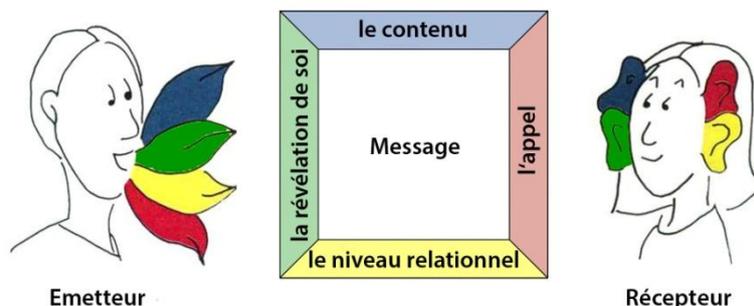


Ici, le conseil en orientation est analysé par rapport à la présence (physique ou digitale) et par rapport à la simultanéité entre demande et réponse (synchrone – asynchrone)

Les références clés :

- la situation personnelle et les habiletés du demandeur
- le parcours scolaire antérieur et les objectifs futurs
- les intérêts, les ressources et les obstacles
- l'évaluation de la situation par le demandeur lui-même

Le modèle de communication de Schulz von Thun.



On distingue dans ce modèle 4 niveaux dans la communication

L'exemple classique de Schulz von Thun : le passager avant d'une voiture dit au chauffeur: «Hé, les feux de signalisation sont verts». Le conducteur peut comprendre le message de plusieurs façons le faisant réagir différemment. Cela peut entraîner des quiproquos.

- au niveau factuel, il comprendra le fait "les feux de signalisation sont verts",
- il pourrait aussi le comprendre comme "allez, conduisez!." Sur le niveau « appel »
- sur le niveau "relationnel" il pourrait entendre "je veux vous aider »,
- sur le niveau de la révélation de soi par le passager, il peut entendre : « je suis pressé ».

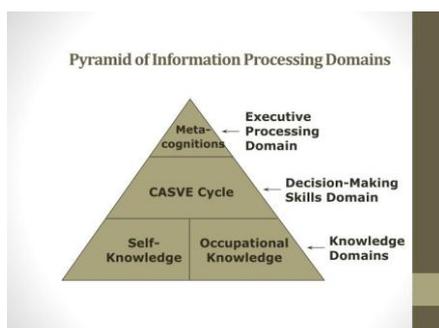
Le message peut être interprété différemment. C'est l'une des principales raisons des malentendus.

DE LA THEORIE A LA PRATIQUE

La théorie nous permet de mieux comprendre la façon dont les individus font des choix d'orientation. Pour analyser la demande, il faut déjà savoir si l'individu est prêt à opérer des choix sur les activités futures, les études ou la formation, l'emploi. Comme les besoins des individus varient, le conseil en orientation varie aussi.

Le traitement cognitif d'information pour le choix de carrière (CIP) : ce modèle cherche à aider les individus à s'informer tout en améliorant la résolution de problème et la capacité à prendre des décisions pour le futur. L'orientation est jugée plus adaptée aux besoins individuels et plus efficace. Les mécanismes psychologiques sous-jacents font appel à la perception, la mémoire, la pensée et le langage. L'importance est mise sur l'analyse de ce qu'on dit de soi (niveau méta), quels sont les mots, les possibilités et les obstacles qui apparaissent dans la pensée et comment ils influencent la prise de décision. Il s'agit ici d'un modèle cognitif de traitement de l'information influencé par des pensées qui peuvent être négatives, des émotions qui rendent la prise de décision plus difficile pour certaines personnes et qui ont un effet sur l'utilisation des TIC.

L'écart (gap) : un dilemme en orientation est défini par un écart entre l'indécision et l'objet désiré. Cela crée une dissonance cognitive qui devient source de motivation vers le processus de résolution de problème. La connaissance de soi, des métiers, de la solution du problème est en jeu. Les processus de pensée font appel à la reconnaissance de l'indécision de carrière, à l'analyse des causes, à l'expression d'alternatives et au choix d'une d'elles. Il s'agit ici d'atteindre un meilleur état de décision afin de résoudre le problème (faire un choix parmi les alternatives possibles). Le processus concerne aussi les actions à générer pour mettre en œuvre le choix. La théorie de prise de décision est précédée d'une résolution de problème intégrant les émotions et l'information disponible.

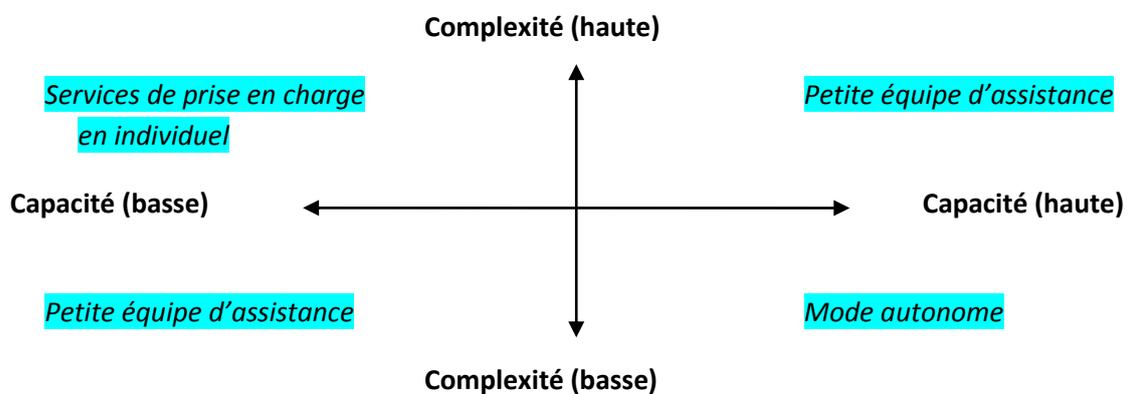


Il faut donc : Identifier le problème (1) Trouver des alternatives (2) Synthétiser les alternatives (3) Evaluer et hiérarchiser les alternatives (4) Agir pour réduire l'écart (5)

Cette théorie a mené au modèle de prise de décision qui repose sur 3 connaissances de la part du client :

- savoir comment je considère la décision
- savoir décider
- se connaître soi-même et l'environnement

La notion de « readiness » est la capacité d'un individu à faire des choix de carrière aboutis prenant en compte la complexité de tous les facteurs d'influence (famille, sociaux, économiques, organisationnels).



	Self-help services	Brief staff-assisted services	Individual case-managed services
Readiness of the user	High	Moderate	Low
Amount of staff assistance provided	Little or none	Minimal	Substantial
Who guides use of resources and services	The user	A practitioner	A practitioner
Where services are provided	Resource room or at a distance via the Internet or telephone	Resource room, classroom, group settings, or at a distance via the Internet or telephone	Individual office, classroom, group setting, or at a distance via the Internet or telephone
Selection and sequencing of resources and services	Resource guides	Individual learning plans	Individual learning plans

23
fppl.com

	Self-Help	Brief Staff-Assisted	Individual Case-Managed
Face-to-Face Intervention	Independent Use of Library or Career Resource Room	Moderate support of the person in selecting and sequencing library or Internet-based information	Substantial support of the person in selecting, sequencing, and pacing library or Internet-based information
Distance Intervention Mode (Email, Chat, Telephone, and Videoconference)	Independent Internet Search	Moderate support of the person in selecting and sequencing Internet-based information	Substantial support of the person in selecting, sequencing, and pacing Internet-based information

Raimo Vuorinen & Sif Einarsdottir

On distingue 3 niveaux de service selon le niveau de préparation (« readiness ») :

- accompagnement individuel (niveau bas),
- encadrement bref par des professionnels (niveau moyen)
- en autonomie (niveau élevé)

Remarque : l'entretien en face à face peut être physique mais aussi par tchat, par mail ou via des médias sociaux. Les lieux peuvent être différents aussi : dans un lieu dédié à l'orientation ou chez soi.

Sur ce schéma, on voit que la prise en charge de l'orientation diffère en fonction de la capacité de l'individu et de la complexité du problème. L'accompagnement en orientation est ici séquentiel : entretien, évaluation préliminaire, définition du problème et analyse des causes, formulation des buts, planification d'apprentissage individuel, exécution du plan, résumé et généralisation.

L'entretien porte essentiellement sur la prise de décision et sur la façon de procéder.

L'accompagnement à fournir dépend ici du niveau de « readiness ». Le conseil en orientation délivré est complètement individualisé : dans son contenu, sa forme, son canal de communication et son lieu de délivrance. A la fin du processus, il s'agit d'estimer de nouveau l'écart initial : a-t-il été réduit ? la connaissance de soi, des métiers et la capacité à résoudre des problèmes sont-elles meilleures qu'au départ ?

Enfin, en conclusion : comme le niveau de préparation (readiness) en orientation peut changer tout au long de la vie, les mêmes personnes peuvent très bien avoir besoin de différents niveaux d'accompagnement. Certaines personnes peuvent rencontrer des difficultés pour consulter les ressources et avoir besoin d'un accompagnement plus important.

DES OUTILS TECHNIQUES POUR L'ORIENTATION EN LIGNE

Utiliser les TIC en orientation : comme support d'informations ⇔ pour le conseil à distance.

Au départ, les TIC concernaient des tâches automatisées mais internet a modifié profondément

l'information en la diffusant largement. Il faut cependant savoir l'utiliser. L'information peut provenir d'experts d'une part et d'utilisateurs d'autre part. On passe d'un locus de contrôle des experts à un apport des connaissances provenant à la fois des experts et des usagers. Pour les praticiens, utiliser ces canaux, c'est l'occasion de toucher plus de personnes.

Les bénéfices des TIC sont nombreux : ils permettent l'accès à l'information pour tous (usagers et praticiens), sont pratiques et anonymes, permettent de localiser les services et les ressources en orientation, maximisent les opportunités d'apprentissage, améliorent le rapport « coût / efficacité » (beaucoup de personnes peuvent être touchées), sont adaptés aux nouvelles pratiques, permettent une réponse rapide, voire en temps réel.

Les limites de l'utilisation des TIC : qualité, peu d'implémentation en réalité, question de la confidentialité et de la sécurité des données, manque d'interventions de praticiens, référence incertaine à un modèle théorique, accès réduit pour certaines populations non-équipées ou isolées. Les utilisateurs ne savent pas toujours sélectionner les bonnes informations.

Le rôle des TIC : pour la diffusion d'informations répétitives et les instructions, pour permettre l'accès à l'information sur les métiers, pour former à partir de simulations virtuelles, pour comprendre la situation d'un individu en utilisant des outils en ligne. L'accès aux médias sociaux est intéressant pour être soutenu et agir.

Le rôle du praticien : évaluer si l'utilisateur est prêt pour l'utilisation des TIC, l'assister dans le choix, l'évaluation et l'utilisation des TIC, diagnostiquer les besoins des usagers, motiver et assister les personnes dans leurs recherches, surveiller l'utilisation des réseaux sociaux. Le champ des pratiques dépend des habitudes à utiliser les TIC et du nombre de personnes reçues (plutôt sur des grands groupes). Il dépend aussi des lieux de travail et de la façon dont les autorités hiérarchiques encouragent l'utilisation des TIC. *Vidéos : James P. Sampson Jr*

Attention, il y a des contraintes techniques :

- Il faut être 2 : un professionnel d'orientation et un facilitateur, dans la même pièce. Ils doivent aussi pouvoir se parler en « off » pendant la session.
- Il ne faut pas de bruit ni de distraction visuelle dans la pièce
- La technologie doit être sûre, de qualité et bien fonctionner
- Il est conseillé de se connecter comme utilisateur sur un ordinateur pour vérifier la page « utilisateur »

Les webinaires : témoignages d'étudiants ou sur la présentation des études à l'université pour les futurs étudiants.

Les vidéos courtes de présentation sur internet

Des podcasts préparés par des professionnels

L'orientation par e-mail :

On se place dans une position de conseil en orientation et dans une demande d'aide. Il y a ici une relation, un retour réflexif et une action. Le contact est initié par le demandeur qui l'exprime à l'écrit dans ses propres mots. Il n'y a pas d'idées préconçues sur l'interlocuteur puisqu'on ne le voit pas (sympathie d'emblée). Les e-mails doivent être structurés et rationnels mais on peut aussi utiliser des

émoticônes. Le professionnel peut ajouter des liens intéressants dans son mail réponse. Il peut aussi enregistrer la réponse mail et la réemployer plus tard pour une question similaire.

Si on s'appuie sur la théorie en 4 niveaux de Schulz, les préconisations dans la communication par e-mail sont les suivantes :

Lors de la lecture - -Quelles données, faits et déclarations factuelles l'expéditeur donne-t-il dans le texte (faits) -Qu'est-ce que l'expéditeur révèle sur lui-même à part les faits ? (auto-révéléateur) - Quel genre d'impression l'expéditeur veut-il donner ? (relation) - Qu'est-ce que l'expéditeur attend de moi et comment puis-je répondre aux attentes ? (appel)

Lors de la rédaction - -Quelles sont les informations qu'il est nécessaire de donner ? (faits) -Est-ce que je veux être personnel dans ma réponse ? (auto-révéléateur) - Quelle impression de moi-même dois-je donner au récepteur ? (relation) - Quel genre d'action dois-je encourager le destinataire à prendre pour atteindre son objectif ? (appel)

Ce mode de communication demande du temps. Il faut aussi savoir ce qui est le plus adapté à la situation. Qui l'envoie ? Pourquoi maintenant ? C'est un mode asynchrone. Lorsque vous transmettez la réponse, le récepteur doit vous faire confiance. Avant d'écrire, mieux vaut l'exprimer pour soi, observer de l'extérieur la situation. En écrivant sa question par mail, la personne participe au processus d'orientation car cela l'aide à analyser la situation.

Si le mail est utilisé, la réponse doit être apportée par mail et pas via un autre canal.

L'orientation par tchat : Annette Jochumsen, ministère de l'éducation et de la jeunesse (Danemark)

Le tchat est un dialogue synchrone, initié par la personne demandeuse (ce qui est un avantage), il est anonyme. Au Danemark, il s'agit d'un conseil non-stop. Mieux vaut cependant avoir déjà travaillé auparavant en établissement pour connaître les situations décrites. L'approche est influencée par le Royaume-Uni. Il y a d'importants éléments à connaître. Pendant le tchat, on navigue beaucoup sur internet. Quand on essaye de prioriser l'information, on se dit « quel est l'intérêt ? », il faut donc avoir une connaissance de soi et de ses pratiques. A la fin de l'échange, il faut savoir : quelle est la prochaine étape : rencontrer un professionnel ? recueillir un témoignage ? visiter l'université, ... Comment se débrouiller avec l'information. Il faut la trouver, la trier, la cibler, la comprendre. Avec les plus jeunes, c'est plus facile car ils n'ont pas beaucoup d'expérience. Ces étapes sont nécessaires et il y a des verbes d'action à utiliser. Travailler via le tchat est un processus d'apprentissage. On en vient à répondre à la situation jusqu'à formuler la prochaine étape. On se focalise sur le plan d'action, cela a un lien avec la façon dont on considère la personne à conseiller. Les dispositions décrites par Carl Rogers sont d'usage : congruence, regard positif inconditionnel, empathie pour écouter et être compris. Les bénéfices du conseil dépendent grandement de cela. Ce n'est pas juste les capacités du conseiller qui sont en jeu. G. EGAN a construit un modèle d'aide (années 70 jusqu'en 2017) où le conseillé est plus actif. Il l'a adapté à différents pays. Ce modèle est éclectique et dynamique : qu'est ce qui se passe ? (scénario actuel), qu'est ce que je veux à la place ? (scénario préféré) comment pourrait-on obtenir ce qu'on veut ? (stratégies d'action). Pas d'évaluation du tchat avec ce modèle dont le flux est rapide.

Remarques : Il faut du temps pour lire et répondre mais en même temps, il faut être réactif.

Certaines personnes préfèrent le tchat pour des raisons diverses : réponses en réel, court et précis. Il n'y a pas d'interférence, cela peut être utilisé de partout, la communication est simultanée, la sympathie pour l'autre est posée dès le départ car il n'y a pas de contact visuel, la désinhibition est plus grande, l'écrit place le demandeur à distance de ses problèmes, ...

On assiste à la fin du rôle stéréotypé du conseiller. Le demandeur peut utiliser le service quand il veut ce qui augmente sa motivation et il peut terminer la conversation quand il veut. Il a le plein contrôle.

En savoir + : le guide ressource sur le conseil par tchat de Trine Natasja Sindahl : [lien](#)

En terme de e-guidance : le modèle 4C : très utilisé au Danemark où le tchat fonctionne de 9h à 21h (16h le week-end)

Le modèle 4C est un modèle en quatre phases : contact - contrat - communication - conclusion. On passe d'une phase à l'autre et chaque phase a des objectifs et un contenu différents : Pendant la phase de contact, la relation se développe. Dans la phase contractuelle, l'objectif commun est déterminé. Pendant la phase de communication, le problème est examiné. Et dans la conclusion, le contrat est évalué et l'accent est mis sur l'état de préparation de la personne conseillée. Les phases comprennent également des suggestions par rapport à la conduite à tenir du conseiller d'orientation, p. ex. la courtoisie dans la phase de contact, un résumé dans la phase contractuelle, une approche d'enquête et stimulante dans la phase de communication et un encouragement à tester et essayer dans la phase finale. Le modèle offre également une boîte à outils électronique pour le conseiller en orientation sous la forme de propositions concrètes de types de questions et de phrases pour chaque phase.

Le modèle 4C est conçu pour le chat, le téléphone et le courrier électronique, mais il est particulièrement adapté au Tchat qui est plus fluide. Il crée une structure et met l'accent sur la nécessité de créer un contrat avec le client afin de commencer par l'accompagnement lui-même. Le modèle amène les conseillers en orientation en ligne à fournir des conseils plutôt que de se contenter de bavarder. Mieux vaut que le professionnel ait toutefois une expérience préalable avant de se lancer dans le tchat.

Ce modèle permet aussi de ralentir la communication par tchat en se plaçant sur un meta-niveau.

Les réseaux sociaux : LinkedIn (entre professionnels), Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, ... Ils font partie de plus en plus des pratiques. La question de leur place en orientation est soulevée.

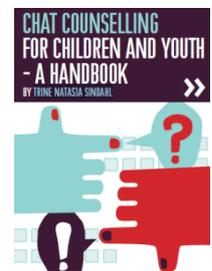
L'exemple des jeux en orientation

Les jeux motivent, mettent en action et impliquent les jeunes dans l'orientation. Pour être un bon jeu, il doit présenter les critères suivants : apporter un feed-back, donner la possibilité d'apprendre sur soi, être drôle, présenter un défi, avoir des buts à atteindre pour motiver, la progression doit être visible, présenter des niveaux, le jeu doit être adapté à l'âge, il faut pouvoir rejouer. Le suivi du joueur doit être possible ainsi que la communication avec des experts ou des amis.

« Old wine in new barrels », projet européen (Youth@work – erasmus project) : jeu sur ordinateur pour entraîner la prise de décision des 13-19 ans. Ce jeu s'appuie sur le cadre écossais du développement des compétences, sur la théorie des intérêts vocationnels de Holland et celle de la construction de carrière de Savickas. Ce jeu comporte plusieurs espaces, le joueur peut réseauter, des aides sont disponibles. Il peut collecter de l'information. 93 lycéens écossais, roumains et islandais l'ont testé (âge moyen 15,4 ans). Les réactions sont différentes selon les pays.

D'autres exemples de jeux :

1. Career development games



- MeTycoon (Dunwell et al., 2013)
- Pymetrics (www.pymetrics.com)
- Drive of Your Life (www.driveofyourlife.org)

2. Lifestyle games with career component

- *Jones in the Fast Lane*.
- Show Me the Future (www.showmethefuture.org)

3. Games with career development potential

- Second Life
- The Sims
- Kudos 2
- Real Lives 2010

EN CONCLUSION

Les services d'orientation se sont étendus de la sphère privée à la sphère publique et de sessions individuelles à des actions collectives plus mobilisatrices (Plant, 2008, Thomsen, 2012, Kettunen, 2017)

On assiste à des glissements : de la théorie à la pratique, du face à face au groupe, du synchrone à l'asynchrone. Avec les TIC et les réseaux sociaux, il faut être bien conscient de la sphère privée et mettre des limites dans le partage d'informations (confidentialité). Dans une perspective d'orientation collaborative, il faut vérifier que tout le monde accepte les conditions posées. Il y a toujours une partie non accessible (back-office). Il faut être à l'aise, se sentir bien. Les règles doivent être données dès le début (quelles données sont partagées par exemple...). Cela est important pour avoir confiance. Si nous allons vers les réseaux sociaux, quel rôle le professionnel en orientation va-t-il occuper ? Comment s'y présente t'il ?

L'utilisation des TIC en orientation



Qu'est-ce que le co-careering : une expertise de haut niveau partagée entre individus et une co-construction signifiante sur des questions d'orientation. Préciser s'il s'agit de co-careering en ligne ou en face à face car ce n'est pas la même chose. Dans les média sociaux, les gens sont moins timides. Il faut travailler sur la capacité à créer une image de soi digne de confiance et sincère au sein des communautés où des questions sont discutées. Cela demande une présence attentive, gérée

correctement et régulièrement suivie. Bien soigner la façon de se présenter et faire toujours mieux sont des conseils à suivre.

Présence en ligne : l'image et la page du profil, la présentation, les messages, les images, les mises à jour, les réseaux connectés = tout cela crée une image de soi.

Différentes logiques de comportement vis-à-vis des réseaux sociaux : Les adultes mettent un « like » ou invitent sur les réseaux sociaux quand ils connaissent les personnes et les ont déjà rencontrées ⇔ les jeunes essaient d'avoir le plus possible de contacts.

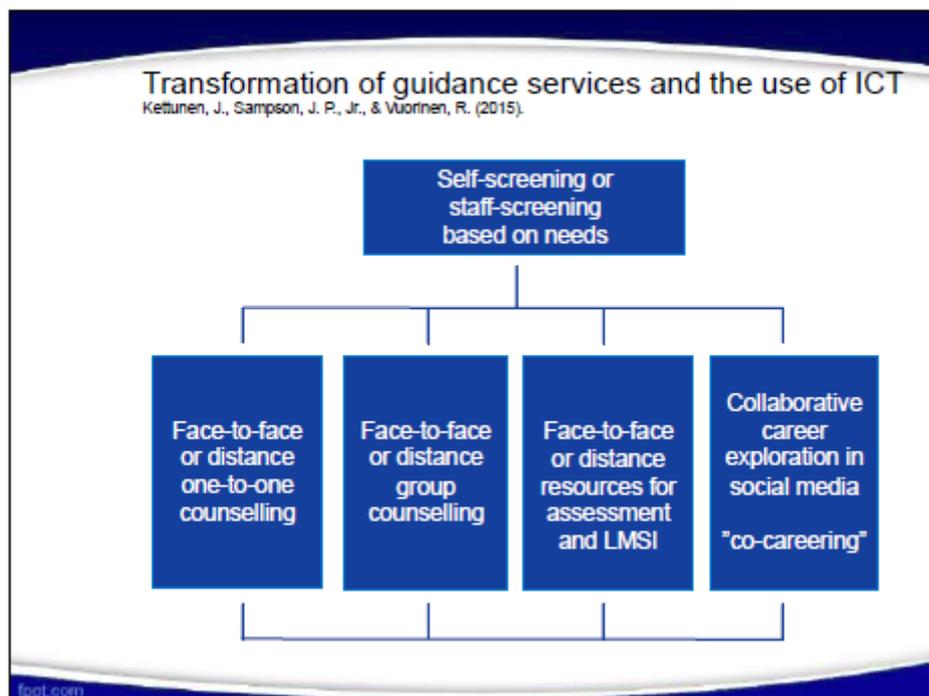
On assiste à des glissements de paradigmes parallèles :

Point de vue des fournisseurs ⇔ Point de vue des utilisateurs

Education et formation ⇔ apprentissage tout au long de la vie

Conseil et suivi en orientation ⇔ careering et co-careering (nouvelles dimensions)

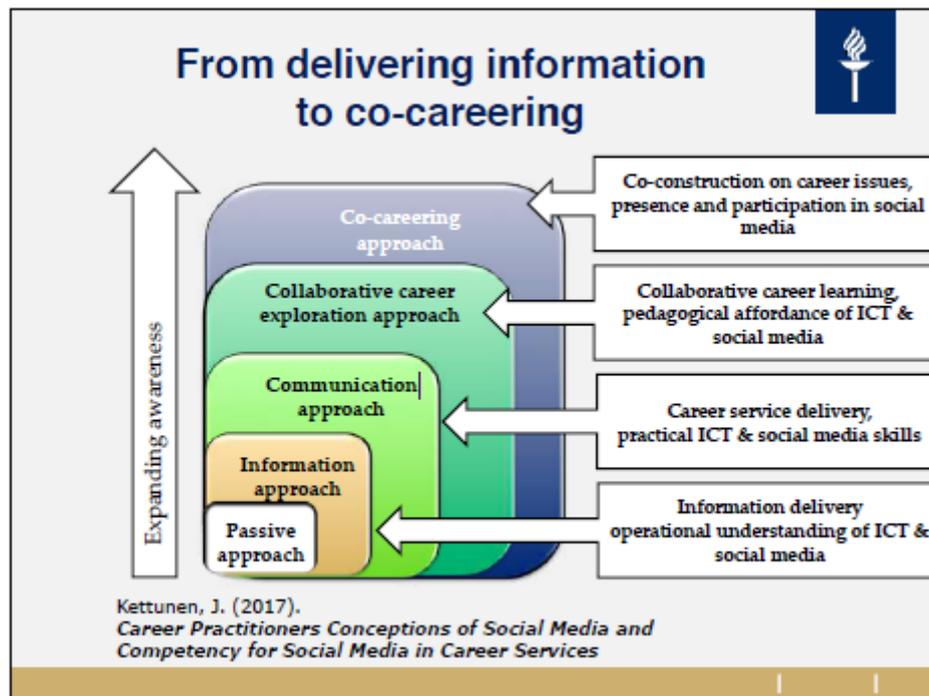
Transformation des services d'orientation et de l'utilisation des TIC



Face à face individuel // face à face ou conseil à distance pour des groupes //ressources en face à face ou à distance pour évaluer le marché du travail et les compétences recherchées // Exploration collaborative en orientation via les réseaux sociaux : co-careering -----> Tout ceci mène à l'exploration de ses besoins et de ceux de son groupe d'appartenance

Qu'est ce que cela nous apporte ? On passe d'une approche passive (recevoir l'information) -> à une collecte d'information (active) -> puis à l'utilisation de la communication -> à une approche explorative et collaborative -> approche co-careering.

Pour chaque niveau, les TIC peuvent apporter quelque chose. (cf schéma suivant)



Parce-que tout le monde utilise aujourd’hui les TIC, les praticiens en Orientation changent également leurs pratiques dans ce domaine et en matière de canaux de communication (réseaux sociaux). Ils le font plus ou moins spontanément. Cependant, il y a des écarts entre les usages en termes de niveau de préparation (readiness) qui obligent les professionnels à offrir des services différenciés. Il y a ici une nouvelle opportunité d’instaurer de nouvelles pratiques et de nouveaux paradigmes pour aller à la rencontre d’individus qui ont besoin d’aide pour explorer les métiers et prendre des décisions. Le défi actuel pour la profession est de décider comment utiliser au mieux ces technologies. Que savons-nous de la présence en ligne dans le co-careering ? Les pays organisent différemment l’utilisation des nouvelles technologies en orientation. Tous n’appliquent pas les mêmes règles et ne sont pas au même niveau d’utilisation : utilisation débutante -> transmission d’informations et de données -> nouvelles façons de délivrer l’information -> volonté d’ouvrir de nouvelles voies. Les défis à relever sont nombreux : l’accès aux TIC ou à l’information est parfois compliqué – les habiletés et les compétences sont inadéquates mais parfois c’est l’intégration des outils tout simplement qui est inadéquante.