

Vers Une Innovation Dans La Communication Académique Des Universités Régionales A Madagascar

¹RANDRIANARISON Tsirihanitra Erikah Pascaline, ²FALIMANANA Ramirantsoa, ³RAKOTO DAVID Olivaniaina, ⁴RASOLOMANAN Eddy Harilala

Ecole Doctorale Ingénierie et Géosciences, Université d'Antananarivo

Auteur Correspondant : RANDRIANARISON Tsirihanitra Erikah Pascaline, tsirierikah@gmail.com



Résumé : Cet article explore l'innovation dans la communication académique des universités régionales à Madagascar, en se concentrant sur le cas de l'Université de l'Itasy. L'étude analyse les supports utilisés, la fréquence des publications, le degré de participation des enseignants et étudiants, ainsi que la perception des acteurs vis-à-vis des pratiques actuelles. Les principaux obstacles identifiés incluent le manque de formation, les ressources limitées et certaines contraintes d'infrastructure. Les priorités pour améliorer la communication portent sur le renforcement des compétences, l'optimisation des ressources et l'adoption d'outils numériques émergents tels que blogs académiques, newsletters et plateformes collaboratives. L'analyse révèle que les acteurs sont globalement prêts à intégrer ces innovations, offrant ainsi un potentiel significatif pour moderniser la communication institutionnelle. Ces résultats fournissent une base pour développer une communication académique plus efficace, inclusive et participative, adaptée aux besoins des différents publics universitaires.

Mots-clefs : communication académique, innovation, université régionale, Madagascar, outils numériques, participation.

Abstract: (This study examines innovation in academic communication within regional universities in Madagascar, focusing on the University of Itasy. It investigates communication channels, publication frequency, participation of faculty and students, and actors' perceptions of current practices. Major obstacles include lack of training, limited resources, and infrastructural constraints. Priorities for improvement involve capacity building, resource optimization, and adoption of emerging digital tools such as academic blogs, newsletters, and collaborative platforms. The findings show that stakeholders are generally willing to embrace these innovations, indicating significant potential to modernize institutional communication. These results provide a foundation for developing more effective, inclusive, and participatory academic communication strategies, tailored to the needs of diverse university communities.

Keywords: academic communication, innovation, regional university, Madagascar, digital tools, participation.

INTRODUCTION

La communication académique représente aujourd'hui une fonction stratégique au sein des universités à l'échelle mondiale, tant pour assurer la diffusion des savoirs que pour développer la visibilité institutionnelle, renforcer l'intégration des acteurs universitaires et soutenir l'innovation pédagogique et scientifique. La transformation des environnements éducatifs, accélérée par la digitalisation et la concurrence entre établissements, fait de la communication un levier essentiel de gouvernance et de performance institutionnelle [1]. D'une part, elle englobe les échanges internes entre enseignants, étudiants et services administratifs, et d'autre part, elle couvre les relations externes avec les communautés scientifiques, les partenaires socio-économiques et les populations locales. Cette double dimension impose aux universités de repenser leurs pratiques et outils communicationnels pour répondre à la complexité des enjeux contemporains et aux attentes de leurs différentes parties prenantes.

L'importance de la communication n'est plus seulement liée à la transmission d'information, mais aussi à la construction d'une identité institutionnelle cohérente et d'une réputation académique solide, facteurs déterminants dans un contexte de mobilité internationale des étudiants et de compétitivité croissante entre systèmes éducatifs [1][2]. De plus, la communication académique dépasse le cadre institutionnel pour inclure des compétences essentielles au sein des cursus, telles que l'expression écrite et orale, la médiation scientifique et l'interaction interculturelle, contribuant ainsi à la formation des futurs chercheurs et professionnels [2].

À Madagascar, et particulièrement dans les universités régionales comme celle de l'Itasy, la question de l'innovation dans la communication académique demeure encore peu explorée. Ces établissements doivent faire face à des défis spécifiques, tels que la visibilité limitée des productions scientifiques régionales, l'accès restreint aux plateformes numériques et l'intégration des communautés locales dans le processus de communication universitaire. Dans ce contexte, l'étude proposée s'efforce d'analyser les pratiques actuelles de communication, d'identifier les contraintes et d'ouvrir des pistes d'innovation adaptées aux réalités institutionnelles et sociales de la région Itasy.

MATÉRIELS ET MÉTHODES

Cette section présente les matériaux utilisés et les méthodes appliquées pour étudier la communication académique à l'Université de l'Itasy, en décrivant la population, l'échantillonnage, les outils de collecte et les procédures analytiques.

I. MATÉRIELS

Population étudiée

La population étudiée comprend l'ensemble des acteurs impliqués dans la communication académique au sein de l'Université de l'Itasy, à Madagascar. Elle a été définie de manière à inclure les principales parties prenantes, afin d'obtenir une vision complète des pratiques communicationnelles et des défis institutionnels.

Les étudiants représentent une part essentielle de cette population, car ils sont à la fois destinataires des informations institutionnelles et participants actifs à la production et à la diffusion des connaissances. Leur perception des messages, des outils numériques et des stratégies de communication influence directement l'efficacité globale des dispositifs communicationnels universitaires [3].

Les enseignants constituent un autre groupe clé. Ils sont non seulement producteurs de contenus scientifiques et pédagogiques, mais également médiateurs entre l'administration et les étudiants. Leur rôle communicationnel inclut la transmission des savoirs, la coordination d'activités académiques et la participation à la mise en œuvre des stratégies de communication institutionnelle. Les études internationales montrent que la qualité des interactions entre enseignants et étudiants affecte la perception et l'efficacité de la communication académique [4].

En complément, les responsables administratifs et le personnel des services de communication ont été inclus, car ils supervisent l'organisation et la diffusion des informations institutionnelles, ainsi que la stratégie de visibilité externe. Leur contribution est indispensable pour comprendre les objectifs, les contraintes et les pratiques communicationnelles en place [5].

Ainsi, l'échantillon étudié regroupe des individus représentant les dimensions centrales de l'université : formation (étudiants), enseignement (enseignants), gestion institutionnelle (administratifs) et communication stratégique (services de communication). Cette diversité permet d'obtenir une vision complète et nuancée des pratiques actuelles, et de formuler des recommandations adaptées au contexte régional de Madagascar.

Échantillonnage

L'étape d'échantillonnage est une composante fondamentale de cette recherche car elle garantit que les données recueillies reflètent fidèlement les pratiques communicationnelles au sein de l'université de l'Itasy. La taille de l'échantillon a été déterminée en visant un équilibre entre représentativité et faisabilité, compte tenu des contraintes temporelles et logistiques de terrain. La méthode d'échantillonnage adoptée est stratifiée, afin d'assurer la présence proportionnelle des catégories d'acteurs identifiées (étudiants, enseignants, responsables administratifs et personnel des services de communication) [6]. Cette technique permet d'éviter les biais liés à une surreprésentation d'un groupe et de mieux capter la diversité des expériences et perceptions des acteurs institutionnels [6].

Pour la taille de l'échantillon, l'étude a retenu un effectif estimé à 150 participants, répartis selon les proportions suivantes : 70 étudiants, 50 enseignants, 20 responsables administratifs et 10 membres du service communication. Ce calcul repose sur des critères d'hétérogénéité des profils, tout en respectant les recommandations méthodologiques pour les études en sciences sociales appliquées à l'éducation supérieure [7].

Les outils de collecte de données mobilisés combinent plusieurs approches complémentaires afin d'obtenir des informations à la fois quantifiables et qualitatives. Le premier outil est le questionnaire structuré, administré aux étudiants et enseignants. Il comporte des thèmes tels que la fréquence de publication d'informations académiques par l'université, les moyens de communication utilisés (par exemple, affichage, courriels institutionnels, réseaux sociaux) et la perception de l'efficacité des stratégies communicationnelles [8]. Ces informations permettent d'identifier les tendances générales et les préférences en matière de communication académique.

En complément, des entretiens semi-directifs ont été conduits auprès d'un échantillon ciblé d'enseignants et de responsables administratifs. Ce type d'entretien offre la flexibilité nécessaire pour explorer des points de vue détaillés sur les pratiques communicationnelles, les obstacles rencontrés et les stratégies innovantes envisagées, tout en laissant aux participants l'opportunité d'exprimer leurs expériences de manière narrative [8].

L'analyse documentaire constitue un pilier essentiel de la collecte de données. Elle inclut l'examen des rapports institutionnels, des sites web officiels de l'université, ainsi que des comptes officiels sur réseaux sociaux. Cette analyse permet d'objectiver l'écosystème informationnel de l'université, d'identifier les formats et la fréquence de communication externe, et de comparer les pratiques déclarées avec les pratiques observées [7].

Variables étudiées

Dans cette étude, les variables étudiées ont été sélectionnées en fonction de leur pertinence pour appréhender de manière systématique les pratiques et perceptions de la communication académique au sein de l'université de l'Itasy. Elles permettent de traduire des phénomènes observables en éléments mesurables, facilitant ainsi l'analyse quantitative et qualitative des données recueillies.

La première variable, la fréquence de communication, renvoie aux rythmes et aux cadences auxquels les informations institutionnelles sont diffusées auprès des différents publics (étudiants, enseignants, communauté externe). Cette variable s'intéresse à la régularité des publications et des annonces (hebdomadaire, mensuelle, ponctuelle), souvent corrélée à l'efficacité organisationnelle et à l'engagement des parties prenantes [9]. Une fréquence de communication inadaptée peut générer des retards informationnels, une baisse de participation ou une saturation des canaux utilisés.

La seconde variable, les supports utilisés, concerne les moyens techniques et médiatiques par lesquels l'université communique. Elle inclut les supports traditionnels (affiches, bulletins imprimés) et numériques (sites web, courriels institutionnels, réseaux sociaux), ainsi que l'intégration d'outils multimédias (vidéos, webinaires). L'analyse de cette variable permet de comprendre la diversité des canaux adoptés et leur efficacité relative selon les segments de la population universitaire [9].

La visibilité constitue ensuite une variable essentielle mesurant l'impact et la portée des pratiques communicationnelles. Elle s'évalue par la capacité des contenus à être accessibles, consultés et partagés par les destinataires, ainsi que par la reconnaissance de l'institution à l'extérieur (par exemple, citations dans d'autres plateformes, mentions sur des sites partenaires). Cette variable est centrale pour évaluer l'influence d'une stratégie de communication sur l'image institutionnelle et son rayonnement au-delà des frontières universitaires [10].

Le degré de satisfaction perçue par les acteurs constitue une autre variable clé. Elle reflète le jugement subjectif des étudiants, enseignants et personnels sur la qualité, la pertinence et la clarté de l'information reçue, ainsi que sur leur expérience globale des dispositifs communicationnels. L'évaluation de la satisfaction permet d'identifier les points forts et les axes d'amélioration selon les attentes des utilisateurs finaux de l'information universitaire [10].

La variable innovation perçue examine dans quelle mesure les acteurs considèrent que les pratiques de communication actuelles intègrent des éléments novateurs (usage de nouvelles technologies, formats interactifs, stratégies participatives). Cette mesure subjective permet de situer la communication institutionnelle sur un continuum allant des pratiques classiques aux approches plus créatives et adaptées aux évolutions numériques contemporaines.

II. MÉTHODE

L'étude s'inscrit dans une démarche méthodologique visant à analyser les pratiques de communication académique à l'Université de l'Itasy, tout en identifiant des pistes d'innovation adaptées aux réalités locales. La méthodologie choisie prend en compte la diversité des acteurs et la complexité des données à collecter, afin d'assurer une approche rigoureuse et complète.

Méthodologie générale

La recherche adopte une approche mixte, combinant des volets quantitatifs et qualitatifs. Cette combinaison permet de recueillir à la fois des données chiffrées sur les pratiques de communication et des informations interprétatives sur les perceptions et motivations des acteurs [11]. L'approche mixte est particulièrement adaptée aux études en sciences sociales appliquées à l'éducation, car elle permet d'analyser les tendances globales tout en tenant compte de la diversité des expériences individuelles.

Volet quantitatif

Ce volet repose sur l'utilisation de questionnaires structurés, administrés aux différentes catégories d'acteurs concernés, à savoir les étudiants, les enseignants, les responsables administratifs ainsi que le personnel des services de communication. Ces questionnaires permettent de mesurer plusieurs variables importantes, telles que la fréquence de communication, les supports utilisés, la visibilité perçue et le niveau de satisfaction des acteurs. L'analyse statistique des données recueillies permet ensuite de dégager des tendances générales, de comparer les réponses des différents groupes interrogés et de mieux identifier les pratiques les plus efficaces en matière de communication académique [12].

Volet qualitatif

Le volet qualitatif s'appuie sur des entretiens semi-directifs menés auprès des enseignants et des responsables administratifs, afin de mieux comprendre les stratégies mises en place, les contraintes rencontrées ainsi que les perceptions liées à la communication académique. Il comprend également une analyse documentaire portant sur les rapports institutionnels, les sites web officiels et les comptes officiels des établissements sur les réseaux sociaux. Cette analyse permet d'observer de manière plus objective les pratiques réelles de communication ainsi que leur degré de visibilité. Ainsi, la partie qualitative contribue à contextualiser les résultats issus de l'approche quantitative et à identifier d'éventuelles innovations adaptées au contexte local [13].

Collecte de données

La collecte des données s'est déroulée sur une période de trois mois, de mai à juillet 2025, afin de couvrir un cycle académique représentatif du fonctionnement institutionnel de l'Université de l'Itasy. Cette durée a été choisie de manière à inclure les phases de préparation, de mise en œuvre sur le terrain et de vérification des données, tout en tenant compte des contraintes logistiques propres à l'environnement universitaire à Madagascar.

Le contexte de la collecte s'inscrit dans un environnement académique caractérisé par une diversité de pratiques communicationnelles, allant des interactions présentiels traditionnelles aux échanges numériques via plateformes électroniques et réseaux sociaux. Le terrain d'étude inclut différents départements et services de l'université, ce qui permet une observation complète des pratiques internes et externes de communication.

Les modalités de collecte ont combiné plusieurs techniques complémentaires, afin de maximiser la richesse et la fiabilité des données recueillies. Tout d'abord, les questionnaires structurés ont été administrés en présentiel et en ligne selon les préférences des répondants. Cette double modalité augmente le taux de réponse et permet de tenir compte des contraintes d'accès à Internet rencontrées par certains participants à Madagascar, comme observé dans des études précédentes sur l'accès numérique en milieu universitaire africain [14].

Les entretiens semi-directifs ont été conduits individuellement avec des enseignants et des responsables administratifs, dans des espaces préalablement convenus pour garantir la confidentialité et le confort des échanges. Chaque entretien a duré entre 30 et 60 minutes, ce qui a permis d'explorer en profondeur les perceptions et les expériences des interlocuteurs sans perturber leurs activités quotidiennes. L'utilisation d'un guide d'entretien semi-structuré a assuré une certaine homogénéité des thèmes abordés tout en laissant la flexibilité nécessaire pour approfondir certains points selon le profil du participant [15].

La collecte documentaire a consisté à rassembler et analyser les documents institutionnels accessibles (rapports annuels, communiqués officiels, supports de communication publiés sur le site web et les réseaux sociaux). Cette étape a été organisée de manière continue tout au long de la période de collecte, afin de croiser les informations déclaratives et observables. La consultation systématique des ressources digitales est cohérente avec les recommandations méthodologiques pour l'étude des pratiques communicationnelles dans les universités contemporaines [16].

Ainsi, la diversité des modalités adoptées a permis de produire une base de données robuste, à la fois quantitative et qualitative, apte à répondre aux objectifs de l'étude et à nourrir une analyse approfondie des dynamiques de communication académique à Madagascar.

Analyse des données

Statistiques descriptives

Les données quantitatives issues des questionnaires ont été analysées à l'aide de statistiques descriptives afin de résumer et de présenter les tendances principales de la communication académique à l'Université de l'Itasy. Les mesures incluent les pourcentages, qui permettent de comparer la répartition des réponses selon les catégories d'acteurs ; les moyennes, qui fournissent une estimation centrale des variables continues telles que la fréquence de communication ; et les écarts-types, qui renseignent sur la dispersion des réponses autour de la moyenne [17]. Cette étape descriptive est essentielle pour identifier les pratiques dominantes et les éventuelles variations significatives entre groupes d'acteurs.

Analyses croisées

Pour approfondir la compréhension des différences entre les catégories d'acteurs, des analyses croisées ont été effectuées. Ces analyses permettent de comparer les réponses selon le type de public (étudiants, enseignants, responsables administratifs, personnel communication) ou selon le service concerné. L'objectif est de déterminer si certaines pratiques ou perceptions de la communication académique sont spécifiques à un groupe particulier ou généralisables à l'ensemble de l'institution. Les analyses croisées favorisent également l'identification des besoins spécifiques et des priorités pour améliorer les stratégies communicationnelles [18].

Analyse qualitative thématique

Les données qualitatives, issues des entretiens semi-directifs et de l'analyse documentaire, ont été traitées selon une approche thématique. Cette méthode consiste à identifier des catégories récurrentes et des motifs significatifs dans les discours et documents, permettant de mettre en évidence les perceptions, obstacles, pratiques innovantes et stratégies communicationnelles implicites. Les thèmes principaux incluent la visibilité de l'information, la satisfaction des acteurs et les innovations perçues dans les pratiques communicationnelles. L'analyse thématique facilite la triangulation avec les résultats quantitatifs et enrichit la compréhension globale du fonctionnement communicationnel de l'université [19].

Cette combinaison d'analyses quantitatives et qualitatives permet d'obtenir une vision globale, nuancée et fiable des pratiques et perceptions de la communication académique, tout en fournissant des éléments solides pour formuler des recommandations adaptées au contexte régional malgache.

Limites méthodologiques

L'étude menée sur la communication académique à l'Université de l'Itasy présente certaines limites inhérentes à sa conception et aux conditions de terrain. Premièrement, la disponibilité des données constitue une contrainte majeure. Certaines informations administratives ou historiques sur les pratiques communicationnelles n'étaient pas systématiquement accessibles ou centralisées, ce qui a limité l'exhaustivité de l'analyse documentaire et a nécessité des recoupements avec les données déclaratives des participants [20].

Deuxièmement, la recherche est susceptible de biais de réponse. Les questionnaires et entretiens reposent sur les déclarations des participants, qui peuvent être influencées par la perception qu'ils ont de l'institution ou par leur désir de présenter les pratiques sous un jour favorable. Ce biais est courant dans les études en sciences sociales et communication et peut affecter la précision des mesures, en particulier pour des variables subjectives comme la satisfaction ou l'innovation perçue [20].

Enfin, les contraintes temporelles ont également limité l'ampleur de l'échantillon et la durée de suivi. Bien que l'étude ait été planifiée sur trois mois, la disponibilité des participants et les impératifs académiques ont restreint certaines collectes de données, notamment les entretiens approfondis avec tous les responsables administratifs et enseignants ciblés. Ces limitations doivent être prises en compte lors de l'interprétation des résultats et des recommandations.

Malgré ces contraintes, la combinaison de méthodes quantitatives et qualitatives, ainsi que la triangulation des sources de données, a permis d'assurer un niveau de fiabilité et de validité satisfaisant, tout en identifiant les tendances et pratiques significatives au sein de l'université. La reconnaissance explicite de ces limites contribue à la transparence scientifique et à la pertinence des conclusions formulées.

RÉSULTATS

La présente section décrit les résultats issus de l'enquête menée auprès des acteurs de l'Université de l'Itasy, afin de caractériser la situation actuelle de la communication académique. Les analyses portent sur les supports utilisés, la fréquence de diffusion des informations, ainsi que le degré de participation des différents acteurs. L'objectif est d'identifier les pratiques dominantes et les axes d'amélioration possibles, tout en fournissant une base empirique pour l'évaluation des perceptions et des besoins en matière de communication.

1. Situation actuelle de la communication académique à Itasy

Supports utilisés

L'étude a mis en évidence que la communication académique repose principalement sur trois types de supports : les supports imprimés, les réseaux sociaux et le site web institutionnel.

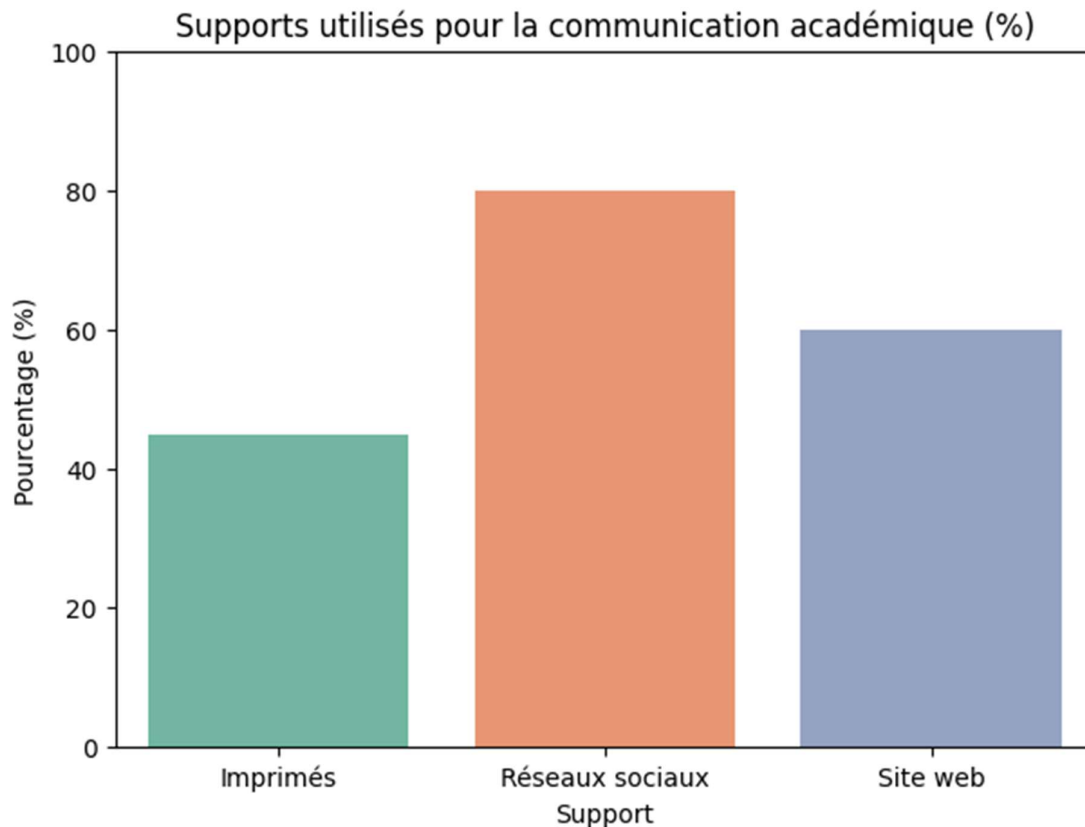


Figure 1: Supports utilisés pour la communication académique (%)

Interprétation

L'analyse des données montre que les réseaux sociaux constituent le canal le plus largement utilisé par l'institution et les acteurs pour la diffusion des informations, suivis par le site web officiel et enfin les supports imprimés. Cette tendance reflète une orientation vers la communication numérique et une volonté de toucher rapidement un large public, notamment les étudiants qui sont très actifs sur les plateformes sociales. Néanmoins, les supports imprimés conservent une certaine pertinence, surtout pour les annonces officielles ou les communications affichées sur le campus. Cette combinaison de supports traditionnels et numériques révèle que l'université cherche à maintenir une communication accessible et diversifiée, tout en s'adaptant aux habitudes des différents publics. L'usage plus fréquent des réseaux sociaux et du site web traduit également une modernisation progressive des pratiques communicationnelles et une ouverture à l'innovation, même si certaines limites liées à l'infrastructure et à la formation des acteurs peuvent encore freiner l'optimisation complète de ces canaux.

Fréquence de publication

La fréquence à laquelle les informations sont diffusées constitue un élément clé pour évaluer l'efficacité et la régularité de la communication académique à l'Université de l'Itasy. L'analyse des données recueillies auprès des différents acteurs montre

une variation notable dans la régularité des publications, reflétant à la fois les contraintes organisationnelles et les priorités stratégiques de l'institution.

Répartition des publications par fréquence

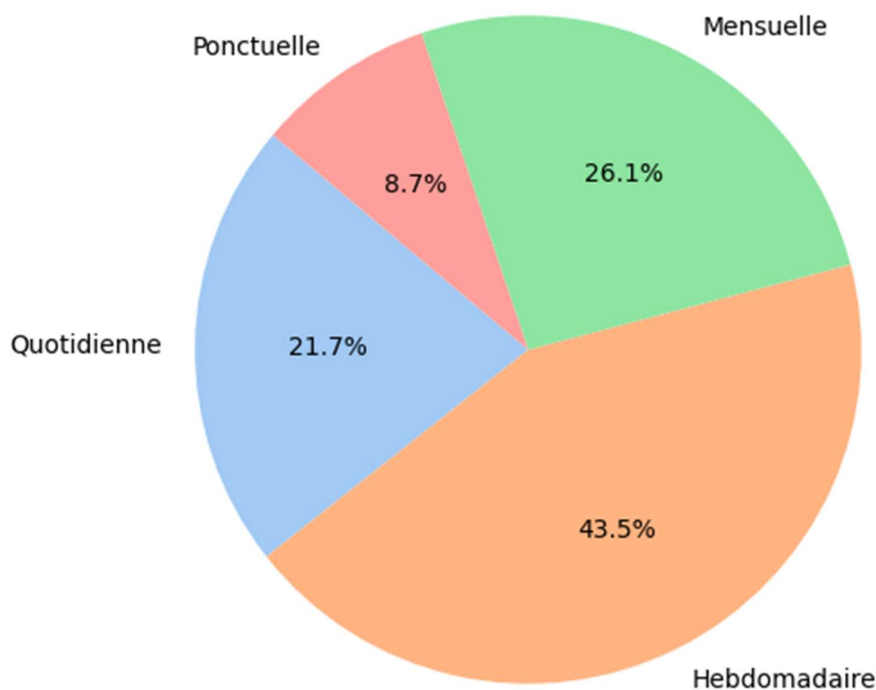


Figure 2: Répartition des publications par fréquence

Interprétation

Les résultats indiquent que la majorité des publications sont réalisées sur une base hebdomadaire, ce qui suggère que l'université privilégie un rythme régulier, permettant de maintenir les acteurs informés sans saturer les canaux de communication. Les publications quotidiennes restent limitées et concernent principalement les annonces urgentes ou les événements ponctuels, tandis que les publications mensuelles ou ponctuelles sont généralement liées à des rapports institutionnels ou à des communications officielles plus formelles. Cette distribution traduit une stratégie équilibrée, qui combine régularité et adaptabilité, et souligne la volonté de l'université de répondre aux besoins d'information immédiats tout en conservant des communications planifiées et structurées. En outre, cette fréquence de publication reflète implicitement le niveau d'engagement des services communicationnels et la disponibilité des ressources humaines et techniques pour soutenir la diffusion des informations.

Degré de participation des enseignants et étudiants

Le degré de participation des différents acteurs constitue un indicateur essentiel pour évaluer l'efficacité de la communication académique au sein de l'Université de l'Itasy. Cette participation se traduit par l'engagement dans la lecture, la consultation et le partage des informations diffusées par les canaux institutionnels, ainsi que par la contribution active aux activités et discussions organisées par les services de communication.

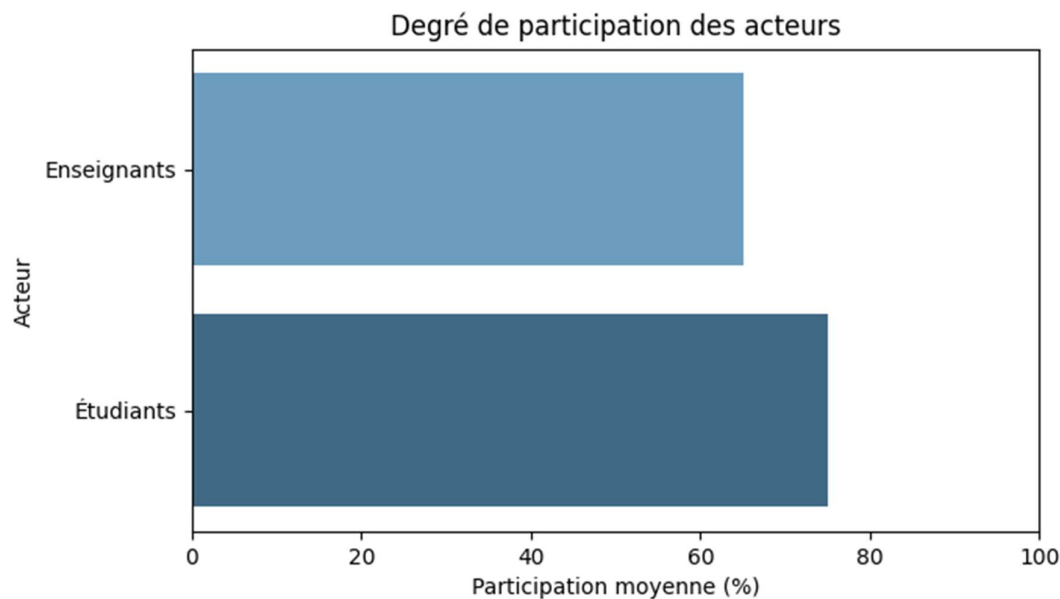


Figure 3: Degré de participation des acteurs

Interprétation

Les données montrent que les étudiants présentent un niveau de participation légèrement supérieur à celui des enseignants, ce qui reflète une familiarité plus grande avec les canaux numériques et une plus grande réactivité aux publications institutionnelles. Les enseignants participent également, mais leur engagement est plus variable selon les départements et la charge de travail académique. Cette différence suggère que l'efficacité de la communication ne dépend pas uniquement des moyens utilisés, mais également de la motivation et de la disponibilité des destinataires. L'analyse met également en évidence que, malgré une participation relativement élevée, certains segments restent peu engagés, ce qui souligne la nécessité de développer des stratégies ciblées pour renforcer l'implication des enseignants et optimiser la circulation de l'information dans l'ensemble de la communauté universitaire. Globalement, ces résultats indiquent que la communication académique à l'Itasy bénéficie d'un engagement notable des acteurs, mais qu'il existe encore des marges d'amélioration pour atteindre une participation pleinement intégrée et homogène.

2. Perception des acteurs

Communication académique à l'Université de l'Itasy. Elle permet de mesurer le degré de satisfaction des étudiants, enseignants et personnels administratifs vis-à-vis des pratiques actuelles et d'identifier les points forts et les aspects nécessitant

une amélioration. L'analyse de la satisfaction fournit ainsi un retour direct sur la pertinence des supports, la clarté des messages et la réactivité des services de communication.

Satisfaction vis-à-vis de la communication actuelle

Tableau 1: Satisfaction vis-à-vis de la communication

Acteurs	Satisfaction (%)
Étudiants	60
Enseignants	70
Administratifs	55

Interprétation

Les données présentées dans ce tableau montre que la satisfaction générale des acteurs est modérée à élever. Les enseignants affichent un niveau de satisfaction supérieur à celui des étudiants et des personnels administratifs, ce qui pourrait refléter leur rôle plus actif dans la diffusion des informations et leur familiarité avec les canaux utilisés. En revanche, les étudiants, bien que plus réactifs aux supports numériques, expriment une satisfaction légèrement moindre, suggérant que certains contenus ne répondent pas pleinement à leurs besoins ou attentes en matière d'information. Les personnels administratifs présentent la satisfaction la plus faible, ce qui peut s'expliquer par des contraintes organisationnelles, une charge de travail importante et un accès moins systématique aux outils numériques. Ces résultats soulignent l'importance d'adapter les stratégies de communication aux différents profils d'acteurs afin d'améliorer l'expérience globale et d'assurer une diffusion plus efficace et inclusive de l'information académique.

Obstacles identifiés

L'analyse des réponses des différents acteurs de l'Université de l'Itasy permet de mettre en lumière les principaux obstacles qui limitent l'efficacité de la communication académique. Identifier ces contraintes est essentiel pour comprendre les freins au bon fonctionnement des canaux existants et pour proposer des stratégies d'amélioration adaptées aux besoins des utilisateurs.

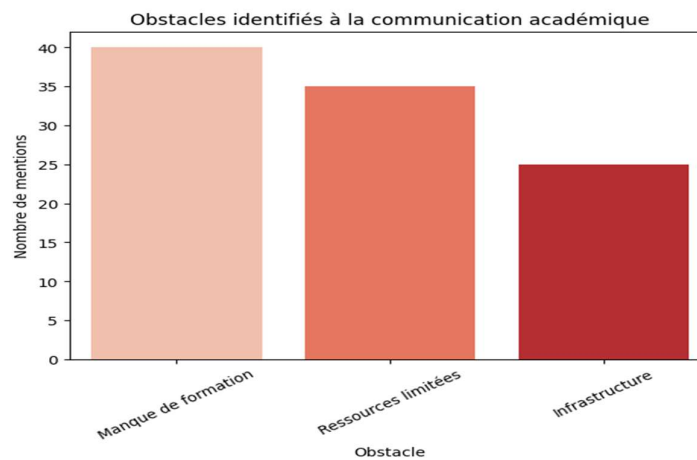


Figure 4: *Obstacles identifiés à la communication académique*

Interprétation

Les résultats montrent que le manque de formation constitue l'obstacle le plus fréquemment cité, reflétant une nécessité d'acquérir des compétences spécifiques pour maîtriser les outils numériques et les techniques de communication moderne. Viennent ensuite les ressources limitées, qui traduisent des contraintes financières et matérielles affectant la production et la diffusion des contenus. Enfin, les problèmes liés à l'infrastructure, tels que l'accès insuffisant aux ordinateurs, à Internet ou aux plateformes institutionnelles, apparaissent également comme des freins significatifs. Ces obstacles ne sont pas isolés mais se combinent, impactant la régularité des publications, la participation des acteurs et la qualité globale de la communication. L'identification de ces limites souligne la nécessité d'une approche intégrée visant à renforcer les compétences des acteurs, améliorer les équipements et optimiser les processus de diffusion de l'information pour garantir une communication académique plus efficace et inclusive.

Priorités pour améliorer la communication

L'évaluation des perceptions des acteurs de l'Université de l'Itasy a permis d'identifier les axes prioritaires pour renforcer l'efficacité de la communication académique. Ces priorités reflètent à la fois les besoins exprimés par les étudiants, les enseignants et les personnels administratifs, ainsi que les domaines jugés stratégiques pour optimiser la diffusion de l'information et l'engagement des parties prenantes.

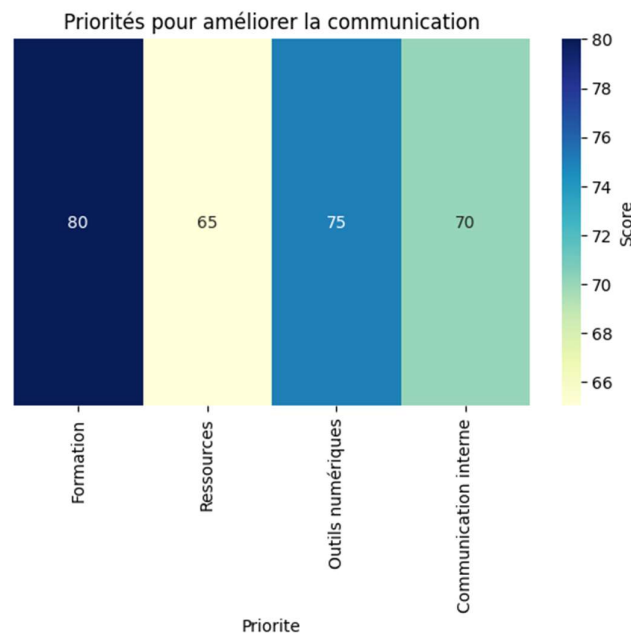


Figure 5: Priorités pour améliorer la communication

Interprétation

Les résultats indiquent que la formation des acteurs constitue la priorité la plus importante, soulignant le besoin de renforcer les compétences en matière de communication numérique et de gestion des outils institutionnels. Viennent ensuite l'amélioration des ressources disponibles, incluant les moyens financiers, matériels et techniques nécessaires pour soutenir la production et la diffusion des contenus. L'intégration d'outils numériques adaptés, tels que les plateformes collaboratives, newsletters et blogs académiques, apparaît également comme un levier essentiel pour moderniser les pratiques et favoriser l'engagement des étudiants et enseignants. Enfin, le renforcement de la communication interne est identifié comme un facteur clé pour améliorer la coordination entre services et garantir la cohérence des messages diffusés. Ces priorités montrent que l'amélioration de la communication académique nécessite une approche globale combinant formation, ressources, innovation technologique et organisation interne, afin de créer un environnement favorable à une information accessible, régulière et efficace pour tous les acteurs de l'université.

3. Opportunités et innovations possibles

Outils numériques émergents

L'analyse de la situation actuelle et des perceptions des acteurs met en lumière plusieurs opportunités pour renforcer et moderniser la communication académique à l'Université de l'Itasy. Parmi celles-ci, l'intégration des outils numériques émergents constitue un levier majeur. Les réseaux sociaux, déjà largement utilisés par les étudiants et enseignants, peuvent être exploités de manière plus structurée pour diffuser des informations institutionnelles, partager des événements académiques et encourager la participation active des membres de la communauté universitaire. De même, le développement de blogs académiques permettrait aux enseignants et chercheurs de partager des contenus scientifiques et pédagogiques, favorisant la visibilité de l'université tout en créant un espace de discussion et d'échange autour des pratiques éducatives. Enfin, les newsletters électroniques offrent une

solution simple et efficace pour centraliser les informations importantes et garantir une diffusion régulière vers l'ensemble des acteurs, tout en permettant de suivre la réception et l'engagement des destinataires.

Par ailleurs, l'observation de bonnes pratiques dans d'autres universités régionales montre que la mise en place d'une stratégie intégrée de communication, combinant outils numériques et supports traditionnels, favorise l'efficacité et l'accessibilité de l'information. Certaines institutions ont par exemple développé des portails numériques regroupant toutes les informations pédagogiques, administratives et événementielles, tandis que d'autres utilisent des tableaux de bord interactifs ou des applications mobiles pour toucher directement les étudiants et enseignants. Ces exemples illustrent qu'il est possible d'adapter et de contextualiser des solutions innovantes à la réalité locale d'Itasy, en tenant compte des ressources disponibles, des compétences des acteurs et des habitudes de consommation de l'information.

Ainsi, l'université dispose aujourd'hui d'un potentiel significatif pour innover, en combinant modernisation des supports, renforcement des compétences et adoption progressive de nouvelles technologies, afin de créer une communication académique plus efficace, inclusive et participative.

Distribution de la participation moyenne

La mesure du prêt des acteurs à adopter des innovations numériques constitue un indicateur clé pour évaluer la capacité de l'Université de l'Itasy à moderniser sa communication académique et à intégrer de nouveaux outils numériques. Cette statistique reflète non seulement l'ouverture aux technologies émergentes, mais également la motivation et la perception de leur utilité par les enseignants, les étudiants et le personnel administratif.

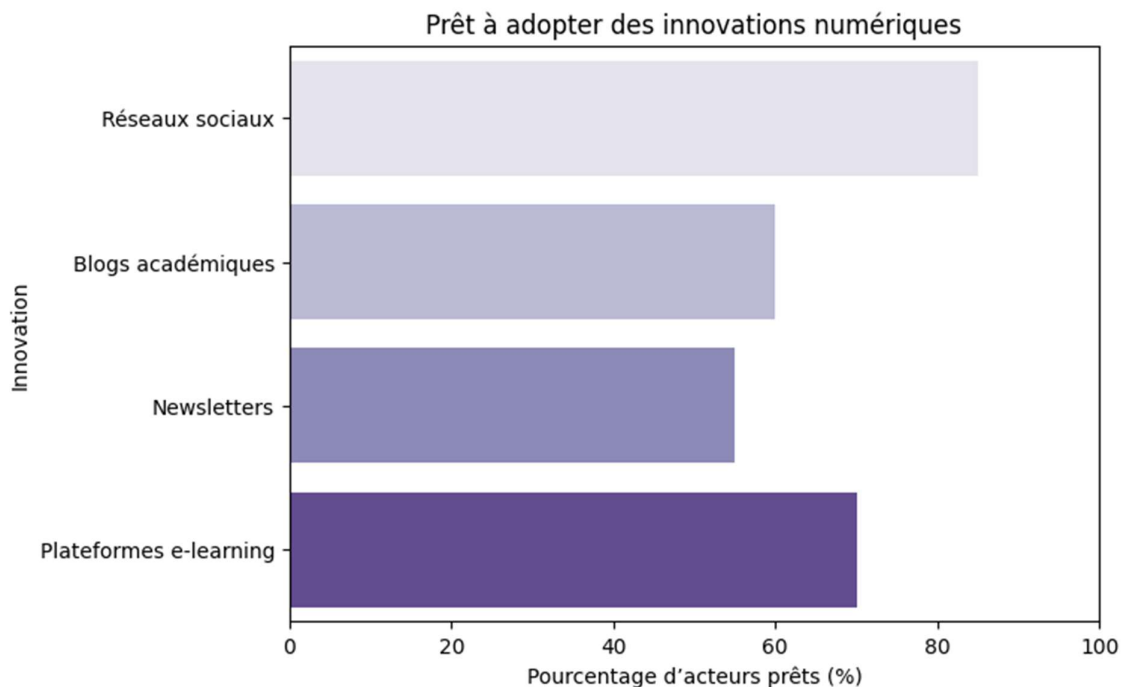


Figure 6: Prêt à adopter des innovations numériques

Interprétation

Les résultats montrent que la majorité des acteurs exprime un fort enthousiasme pour l'adoption de nouvelles solutions numériques, avec un pourcentage particulièrement élevé parmi les étudiants et les enseignants. Les innovations les plus attractives incluent les réseaux sociaux organisés pour la diffusion d'informations institutionnelles et les blogs académiques, qui offrent des espaces de partage et de visibilité pour les contenus pédagogiques et scientifiques. Les newsletters électroniques et les plateformes collaboratives sont également perçues positivement, bien que certains acteurs soulignent la nécessité de formation préalable pour en tirer pleinement parti. Cette tendance révèle que l'université dispose d'un terrain favorable à l'introduction progressive d'outils numériques innovants, et que les acteurs sont prêts à s'engager activement dans leur utilisation, à condition que les moyens et les compétences nécessaires soient mis à disposition. Ainsi, ces statistiques confirment que la communication académique peut bénéficier d'une modernisation ciblée et adaptée aux attentes et habitudes des différents publics.

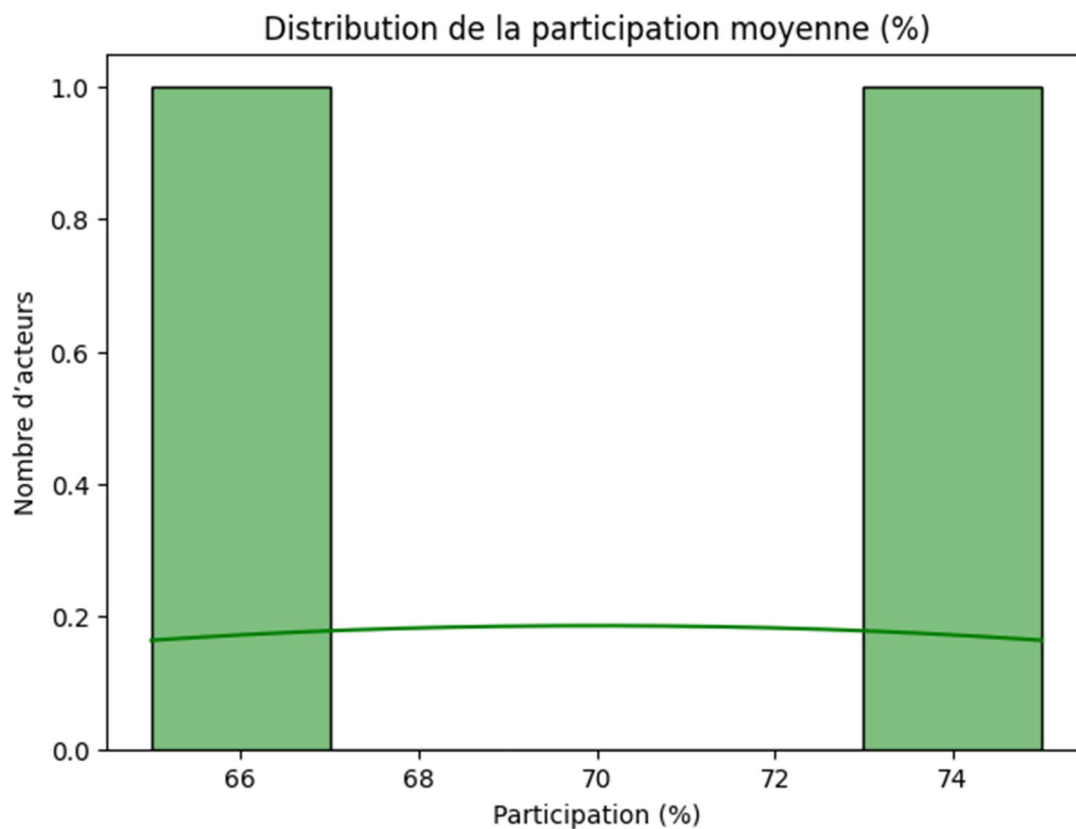


Figure 7: Distribution de la participation moyenne (%)

Interprétation

Les résultats révèlent que la participation des acteurs se concentre majoritairement autour de valeurs modérées à élevées, indiquant un engagement relativement soutenu dans les activités de communication académique. Toutefois, la distribution montre également quelques écarts significatifs, notamment parmi les enseignants, ce qui suggère que certains individus ou départements

participant beaucoup moins régulièrement. Ces différences peuvent être liées à la charge de travail, à l'habitude d'utiliser les outils numériques ou à la familiarité avec les supports de communication institutionnels. L'analyse de cette distribution met ainsi en évidence la nécessité de stratégies différenciées pour encourager une participation plus homogène, en proposant par exemple des formations ciblées, des supports adaptés et des incitations à la consultation et au partage d'informations. Globalement, cette répartition confirme que, bien que la participation moyenne soit satisfaisante, il existe un potentiel de progression pour atteindre une implication plus uniforme et durable de tous les acteurs.

CONCLUSION

L'analyse de la communication académique à l'Université de l'Itasy a permis de dresser un panorama clair de ses pratiques, de ses forces et de ses axes d'amélioration. Les résultats révèlent que l'institution utilise un éventail de supports, combinant imprimés, site web et réseaux sociaux, avec une prédominance nette de ces derniers, ce qui traduit une orientation vers la communication numérique. La fréquence des publications, majoritairement hebdomadaire, et le degré de participation des acteurs démontrent que l'information circule régulièrement, mais que certaines catégories, notamment parmi les enseignants, restent moins engagées, soulignant des disparités à prendre en compte pour renforcer l'efficacité globale du système.

L'étude a également mis en évidence les perceptions des acteurs : la satisfaction générale est modérée à élever, mais des obstacles subsistent, tels que le manque de formation, les ressources limitées et certaines contraintes d'infrastructure. Ces éléments illustrent que la communication académique est encore tributaire de facteurs organisationnels et techniques qui influencent la qualité, la régularité et la portée des messages diffusés. Dans ce contexte, les priorités identifiées par les acteurs – renforcement des compétences, amélioration des ressources, adoption d'outils numériques et optimisation de la communication interne – constituent des leviers stratégiques pour moderniser et rendre plus efficiente la circulation de l'information.

Par ailleurs, l'étude révèle des opportunités significatives pour innover, notamment grâce à l'usage accru de blogs académiques, de newsletters et de plateformes collaboratives. Les acteurs se montrent globalement prêts à adopter ces innovations, ce qui offre un contexte favorable pour introduire progressivement des solutions numériques adaptées aux besoins spécifiques de l'université. L'observation des bonnes pratiques dans d'autres universités régionales permet d'envisager des stratégies contextualisées, combinant modernisation des supports, formation continue et organisation optimisée, afin de renforcer la visibilité, l'accessibilité et l'efficacité de la communication académique.

En conclusion, l'Université de l'Itasy dispose aujourd'hui d'un potentiel réel pour transformer sa communication académique en un système plus moderne, inclusif et participatif. La combinaison d'une approche structurée, de l'adoption d'outils numériques et du renforcement des compétences des acteurs constitue la clé pour développer une communication efficace, adaptée aux attentes des différents publics et capable de soutenir la dynamique académique et institutionnelle sur le long terme.

Référence

- [1] Entradas, M., Bauer, M. W., Marcinkowski, F. et al., *The Communication Function of Universities: Is There a Place for Science Communication ?* Minerva, Springer, 2023.
- [2] Ioana Narcisa Crețu & Ioana-Tatiana Ciocan, *The Importance of Communication Skills in Inter-University Projects*, SAECULUM, vol. 56, 2023.
- [3] RAZAFINDRAKOTO, M., et RANDRIANARISOA, L., *Evaluation des systèmes d'information et communication dans les universités publiques à Madagascar*, Journal of Higher Education in Africa, vol. 15, n°1, 2020.
- [4] Gilani, D., *Student attitudes and preferences towards communications from their university*, Journal of Higher Education Policy and Management, vol. 46, n°2, 2024.

-
- [5] Entradas, M., Bauer, M. W., Marcinkowski, F., *The Communication Function of Universities: Is There a Place for Science Communication?* Minerva, Springer, 2023.
- [6] Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S., *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, SAGE Publications, 2018.
- [7] Teddlie, C. & Yu, F., « Mixed Methods Sampling: A Typology With Examples », *Journal of Mixed Methods Research*, vol. 1, n°1, 2007.
- [8] Creswell, J.W., *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4e éd., SAGE Publications, 2014.
- [9] Smith, R. et al., *University Communication in the Digital Age: Practices and Perceptions*, Routledge, 2021.
- [10] Kruckeberg, D. & Starck, K., *Public Relations and Communication Management in Europe: A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*, Routledge, 2016.
- [11] Tashakkori, A. & Teddlie, C., *Mixed Methodology: Combining Qualitative and Quantitative Approaches*, SAGE Publications, 2010.
- [12] Creswell, J. W., *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, 5e édition, Pearson, 2018.
- [13] Flick, U., *An Introduction to Qualitative Research*, 7e édition, SAGE Publications, 2018.
- [14] Mutula, S.M., & Wamukoya, J., *Access to Electronic Information Resources in African Universities: A Case of the University of Botswana*, *The Electronic Library*, vol. 27, n°4, 2009.
- [15] Kvale, S., *Doing Interviews*, SAGE Publications, 2007.
- [16] Bates, A.W., *Teaching in a Digital Age: Guidelines for Designing Teaching and Learning*, 2e édition, Tony Bates Associates Ltd., 2019.
- [17] Field, A., *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*, 5e édition, SAGE Publications, 2018.
- [18] Pallant, J., *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using IBM SPSS*, 7e édition, McGraw-Hill, 2020.
- [19] Braun, V. & Clarke, V., *Using Thematic Analysis in Psychology*, *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, n°2, 2006.
- [20] Bryman, A., *Social Research Methods*, 5e édition, Oxford University Press, 2016.