



**Semaine de la persévérance
scolaire
Fiche
méthodologique**

**L'utilisation des
réseaux sociaux**

6 janvier 2013

Opportunité et principes directeurs de l'utilisation des réseaux sociaux

Une belle initiative qui séduira les médias sociaux

La semaine de la persévérance scolaire présente toutes les caractéristiques d'un sujet à succès pour les médias sociaux.

- Elle procède d'une démarche positive et sincère de la part des élèves et de leurs enseignants, et au-delà de l'éducation nationale
- Elle porte un intérêt social élevé
- Elle concerne en premier lieu les jeunes, particulièrement actifs sur les médias sociaux
- Elle fait la part belle à l'événementiel
- Elle s'appuie sur une marque forte « Lâche pas l'école ! »

Les médias sociaux offrent à moindre frais une forte capacité de caisse de résonance

Les médias sociaux ont pris une place importante dans la sphère de la communication. Ils sont là et perdureront.

Ils sont utilisés quotidiennement par la majorité des jeunes, et sans doute par beaucoup de personnels de l'éducation nationale.

L'utilisation des médias sociaux, de manière proactive, est porteuse pour renforcer le sens et l'image pour la semaine de la persévérance scolaire, d'autant plus que cela suppose un investissement très modeste, en confiant l'animation des réseaux à des équipes d'élèves encadrés par un enseignant référent.

En outre, les médias sociaux permettront sans doute, via la force du partage sur les médias sociaux, de détecter des propositions innovantes, des partenaires à impliquer, des parents et des élèves moteurs, etc.

Principes directeurs de l'utilisation des réseaux sociaux

- Communiquer de façon sincère et transparente. C'est le principe le plus important ! Dans un monde connecté, il ne faut pas chercher à se créer une fausse image. En effet, il y aura toujours un internaute informé de la réalité qui s'empressera de la diffuser et de vous tourner un ridicule.
- Animer les réseaux sociaux régulièrement, dans le cadre d'une communication ascendante, en cherchant d'abord à capter l'attention puis à créer un rendez-vous régulier, a minima hebdomadaire.
- En respect de ces deux premiers principes, déléguer l'animation des réseaux sociaux au plus proche des territoires et des actions, pour publier des informations les plus fraîches et les plus sincères possible. De fait, animer plusieurs initiatives sur les réseaux sociaux, dans plusieurs établissements et même dans plusieurs classes, n'est pas un problème et contribuera au rayonnement de la semaine de la persévérance scolaire.
- Impliquer les élèves dans l'animation des médias sociaux. Ce sont eux les experts de l'utilisation des réseaux. Ils sauront vous aider à choisir les bons médias, à créer et à animer un contenu attractif. Dans ce cadre, il convient de miser sur la confiance, tout en responsabilisant les élèves sur l'impact de leur action et en surveillant les publications, quitte à les modérer si nécessaire.
- Pour maintenir l'éveil et l'intérêt des internautes, varier les contenus et les formats : articles, interviews, sondage en ligne, écrits, photos, vidéos, liens internet, etc

Et dans la pratique ?

Quel réseau social choisir ?

Il existe 3 types de réseaux sociaux qui peuvent présenter un intérêt pour la semaine de la persévérance scolaire.

1. Les réseaux sociaux « personnels », qui initialement permettent de rester en contact avec ses amis. On y poste des photos, des vidéos, son humeur du moment, etc. Mais on peut aussi y animer une page, sous forme d'un blog, que des « amis » peuvent « liker » pour en suivre l'actualité. Facebook est un bon exemple de réseau social personnel.



2. Le « micro-blogging » permet de s'adresser à toute une population, dans le cadre d'un réseau ouvert, qui aura décidé de vous suivre et de recevoir vos publications. La principale caractéristique du micro-blogging est la limitation du nombre de caractères (140 sur Twitter). Cela peut présenter un intérêt pédagogique : savoir manier la langue et passer des idées et des informations de manière concise. Cela est également un bon moyen de passer un lien vers un contenu hébergé ailleurs.



3. Les réseaux visuels. Sur ces réseaux, on publie du visuel : photos et vidéos en cherchant à attirer l'œil de l'internaute



Proposition de démarche projet à mettre en place

- Constituer une équipe projet, animée par un binôme ou un trinôme d'enseignants volontaires, et faisant largement appel à un groupe d'élèves.
- Effectuer en équipe projet le cadrage de l'utilisation des réseaux sociaux :
 1. Choix des réseaux sociaux, en lien avec les pratiques des élèves. Tout change très vite sur le web, d'un territoire à l'autre également. Twitter semble assez populaire chez les jeunes, mais d'autres réseaux sociaux peuvent apparaître très vite, comme Ask par exemple
 2. Définition de la ligne éditoriale, des contenus et de la planification indicative des publications
 3. Constitution de sous-groupes rédactionnels
 4. Définition en commun des règles d'animation des réseaux sociaux
- Lancer les travaux et les publications en cherchant à les faire connaître le plus possible au début (après la puissance du web agira) : mailing-list, pages personnelles, affiches, etc.
- Produire et mettre en ligne le contenu conformément au cadrage
- Organiser régulièrement des réunions de l'équipe projet pour faire le point sur les travaux, le respects des règles, les éventuelles actions de modération, etc.

Pour aller plus loin. David Jones « On a tous à y gagner : la révolution des médias sociaux, bien faire et faire le bien »



Aujourd'hui, le numérique et les réseaux sociaux sont partout, ainsi les dirigeants, politiciens et responsables se voient contraints d'utiliser ces nouveaux réseaux de communication. Des exemples et des études de cas illustrent l'utilité des réseaux sociaux.

Cet ouvrage est destiné aux professionnels de la communication et de la publicité ainsi que les cadres et les responsables d'entreprise. Mais il permettra aux étudiants et aux enseignants d'avoir une vision plus concrète de l'utilité des réseaux sociaux dans un projet et l'importance de la communication externe.

David Jones est le directeur général d'Havas et co-fondateur de l'ONG « Onè young world ».