



# LA LIGUE DE L'ENSEIGNEMENT ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

.....

## Mémo et bonnes pratiques



L'expression « médias sociaux » recouvre les différentes activités qui intègrent la technologie, l'interaction sociale (entre individus ou groupes d'individus), et la création de contenus. Les médias sociaux, ce sont « un groupe d'applications en ligne qui se fondent sur la philosophie et la technologie du net et permettent **la création et l'échange du contenu généré par les utilisateurs** ».

**Aujourd'hui,**  
**Facebook compte 1,32 milliards d'utilisateurs actifs mensuels**  
**(26 millions en France) ;**  
**Twitter, 255 millions d'utilisateurs actifs mensuels**  
**(2,3 millions en France).**

### Pourquoi être sur les réseaux sociaux ?

- **Les personnes s'informent de plus en plus via les médias sociaux :** pour se renseigner de manière générale mais aussi pour voir ce que les autres pensent de nous (« l'e-réputation).
- Les médias sociaux permettent donc **d'être visible, d'être suivi et de suivre.**
- Pour un mouvement d'éducation populaire, qui fait la part belle aux initiatives de citoyens et à leur pouvoir d'agir, utiliser ces médias correspond **à notre conception de la citoyenneté active et participative.**
- Les médias sociaux, c'est aussi une autre façon de communiquer, moins descendante, plus participative, de compter sur le relai des citoyens. **La communication devient un dialogue interactif.**

En revanche, il est inutile d'ouvrir une page Facebook ou un compte Twitter si personne ne peut suivre correctement les réseaux sociaux. Cela demande du temps pour bien animer sa communauté. Sans se substituer à des agences, une présence régulière est conseillée. Autre écueil à éviter : la « surprésence » ! Inonder son réseau d'informations est très nuisible.

### À qui nous adressons-nous ?

À qui veut bien nous suivre ! C'est le principe des réseaux sociaux. En revanche, **on ne parle pas de n'importe quoi** (voir chapitre sur éditorialiser son contenu, page 6). Le but, c'est de toucher la communauté éducative, les militants associatifs, les chercheurs, toute personne susceptible d'être intéressée par nos informations/sujets/les valeurs que nous défendons... mais aussi de se faire suivre par des personnes « influentes », c'est-à-dire actives sur les réseaux sociaux et qui peuvent être de bons relais pour nous.

### Notre déontologie

- **Être clair et lisible.** Si le ton utilisé dans les médias sociaux permet une certaine oralité, il ne doit pas pour autant être familier et vulgaire. Notre communication doit rester lisible, éviter les abréviations et le langage sms. **Nous engageons aussi l'image de l'organisation.**
- **Citer nos sources** (chiffres, articles...).
- Jouer le jeu des médias sociaux. Basé avant tout sur le concept de « réseau », il est important de « renvoyer l'ascenseur » : quand une information provient d'une autre personne, organisation etc., on ne s'approprie pas l'information, on partage ou on retweete. **Une communauté s'anime.**


### Qui gère les réseaux sociaux ?

**Il vaut mieux ne pas multiplier les plumes.** Il est préférable d'avoir un style unique pour l'écriture, deux personnes peuvent s'occuper d'un même compte mais pas plus. En revanche, plusieurs personnes peuvent suivre le fil d'actualité sur Twitter et Facebook (le mieux est d'ouvrir un compte personnel) pour faire remonter les informations aux personnes désignées.



**C'**est souvent un complément au site Internet institutionnel. Votre page Facebook peut éventuellement remplacer un site Internet (il faut pour cela que la page soit extrêmement bien renseignée). C'est aussi un média qui permet de mettre en avant des événements, de les partager avec les personnes qui ont « aimé » votre page.

### Important : comment ouvrir un compte ?

Pour ouvrir un compte au nom de son association, il est très important de créer un compte « groupe » et non pas un compte personnel. Il faut pour cela « **créer une page** » à partir d'un compte perso. Ainsi plusieurs personnes peuvent administrer la page de l'association\*. Les personnes vous « likent »  mais il n'y a pas de « demande d'amis » comme sur un compte personnel. Il est normalement interdit sur Facebook de procéder autrement. Par ailleurs, créer une page au nom de votre fédération permet de qualifier officiellement votre page en mettant « organisation à but non lucratif », terme prévu par Facebook.

### Comment s'appeler ?

La page du confédéral est : La Ligue de l'enseignement. **Il est donc important de ne pas vous nommer de la même façon** car il existe une grande confusion lorsque l'on recherche la Ligue de l'enseignement dans le moteur de recherche Facebook. Le mieux est de rajouter le nom de votre département.

### Quelle image afficher ?

**Le logo pour bien vous identifier.** Le logo n'est pas formaté pour la photo d'identité Facebook, vous pouvez nous appeler pour qu'on vous le fasse. **Pour le bandeau, mettre une image vivante**, qui illustre vos activités (sport, vacances etc.) ou des valeurs (solidarité, citoyenneté). Vous pouvez la changer régulièrement.

### Combien d'informations ?

**Une à deux par jour** qu'il s'agisse d'une information propre ou d'un partage d'information. Une le matin, une l'après-midi par exemple.

\* Pour élargir le nombre d'administrateurs, il faut en tant que personne qui administre la page Facebook de la Ligue, se rendre sur son propre compte. Pour cela, aller sur l'onglet en haut à droite avec une petite flèche. Dans le menu déroulant, aller sur « gérer la page », puis cliquer sur votre nom. Ensuite, aller dans « paramètres », puis « rôle de la page ». Vous pouvez alors rajouter le nom d'une ou plusieurs personnes. Il faut évidemment que ces dernières possèdent un compte Facebook perso.



**T**witter est un outil excellent pour être informé en temps réel. Contrairement à Facebook, on scroll rarement pour revenir en arrière et voir l'actualité des derniers jours. Penser également que l'essentiel des utilisateurs utilisent leur mobile ! Il faut donc être très clair même en 140 signes.

Un tweet, c'est donc une phrase (très) courte pour exprimer une opinion, relayer une information (retweeter), diffuser des informations (événements, colloques, articles, débat etc).

### Twitter est un fil d'informations

**Il faut donc un minimum suivre l'actualité** du jour, de la semaine... Si l'actualité tourne autour de l'éducation prioritaire, par exemple, dans le champ éducatif, inutile ce jour là ou cette semaine là, d'inonder le réseau avec des informations sur autre chose. En revanche, tout ce qui tourne autour du sujet, l'éclaire etc. est pertinent (décrochage scolaire, insertion de la jeunesse). Vous pouvez également relayer l'analyse ou les articles d'autres personnes. Bien entendu, si une info vous concerne directement (un colloque, une fête etc.), il faut la relayer.

Mais il est important de garder à l'esprit **qu'il faut avoir quelque chose à dire**. Utiliser twitter pour diffuser uniquement des événements internes ou des informations descendantes sans s'appuyer sur le réseau, sans inclure d'autres utilisateurs (@), sans faire l'usage des hashtags (#) cela n'a aucun intérêt.

Conseil : **définir en amont une « ligne éditoriale »**, des sujets de prédilection que l'on va suivre. Au confédéral par exemple : l'éducation et la laïcité en priorité. Dans un second temps, l'actualité associative (via le Mouvement associatif) et l'économie sociale et solidaire. Par ailleurs, si un sujet ressort de l'actualité et qu'il nous concerne indirectement (ex : une atteinte aux droits de l'Homme etc.), nous nous autorisons à relayer l'information, la commenter, l'éclairer par un article etc.

### Comment s'appeler ?

Le nombre de signes étant limité, le choix de votre nom et de votre identifiant est très important. Ne choisissez pas un identifiant trop farfelu car c'est plus dur de vous retrouver dans le moteur de recherche et dans les retweet, vous êtes mal identifiés.

Le centre confédéral a choisi Ligue\_enseignement @weblaligue.

Dans le cas des fédérations, l'utilisation du mot Ligue et du numéro du département est le plus pratique et identifiable.

### Quelle image utiliser ?

Le logo pour bien vous identifier. Le logo n'est pas formaté pour la photo d'identité Twitter, vous pouvez

nous appeler pour qu'on vous le fasse. Pour le bandeau, mettre une image vivante, qui illustre vos activités (sport, vacances, etc.) ou des valeurs (solidarité, citoyenneté). Vous pouvez la changer régulièrement.

### Exemples de bons tweets

- ZEP : 30 ans de politiques d' #educationprioritaire. L'analyse d'Agnès Van Zanten à lire [bit.ly/12sdV7L](http://bit.ly/12sdV7L) @associationozp @sciencespo

#### **Pourquoi ? :**

Parce que le sujet est d'actualité, donc beaucoup relayé sur les réseaux sociaux. Parce que la Ligue a une expertise sur le sujet ou du moins a produit des articles intéressants sur le sujet. Utiliser le #educationprioritaire permet d'être recensé sur le sujet. Le lien renvoie DIRECTEMENT sur l'article (ne pas renvoyer sur une page qui elle-même renvoie sur un PDF etc.). Deux relais importants : l'Observatoire des zones prioritaires et sciences Po (l'idéal aurait été qu'Agnès Van Zanten ait un compte twitter).

#### **Autres exemples :**

- Notes à l' #ecole : Repenser l' #evaluation, c'est aussi réfléchir à la notion de compétences. Lire @olivier\_rey sur [bit.ly/1rTP9Dm](http://bit.ly/1rTP9Dm)

- Oui au #servicecivique universel mais pas n'importe lequel. Lettre ouverte @fhollande : [huff.to/1vOdPOA](http://huff.to/1vOdPOA) @uniscite @ServiceCivique

- @nbellaoui :La société civile est plus que jamais le lieu des sursauts citoyens [bit.ly/1rw4cqj](http://bit.ly/1rw4cqj) #associations @leszebres @lelabo\_ess

- Légitimer la #culture par l'économie est un risque, F.Benhamou [bit.ly/1zFVHIS](http://bit.ly/1zFVHIS) @fleurpellerin @franceculture

### Exemples de mauvais tweets

- Cnee :le nombre de camous des metiers va passer a 26 (doubler)

#### **Pourquoi ? :**

Aucun renvoi, aucun #, aucun lien, aucune ressource.

#### **Autres exemples :**

- [blogcom.laligue.org/wp-content/uploads/2013/11/livret-salon-des-maires-sanscoupe-p.pdf](http://blogcom.laligue.org/wp-content/uploads/2013/11/livret-salon-des-maires-sanscoupe-p.pdf) ... <http://fb.me/2Te0LZvoW>

#### **Pourquoi ? :**

il faut faire des phrases. Même court, un contenu s'éditorialise. Un lien relayé sans plus d'explication, sans indication sur le sujet, n'est ni relayé ni activé.

- #EducPop : Long entretien J-M #Roirant, sec. gén. #LigueEnseignement in @Revue\_Education > <http://www.revue-education.fr/index.php/component/k2/item/209-interview-jean-marc-roirant> ... #SEE2014 cc @weblaligue

#### **Pourquoi ? :**

Le lien de l'article est trop long. Il va donc prendre trop de place (lire astuces page 9: comment raccourcir un lien).

- #carnaval #étudiant #caen > Message d'avertissement > <http://ow.ly/i/59lan> via @culturacaen #prévention

#### **Pourquoi ? :**

Attention à l'indigestion de hashtags. On ne comprend pas de quoi on parle. Quel est le thème principal ? Le carnaval ? Les étudiants ? La prévention ? A qui s'adresse le message ? Par ailleurs, Caen n'est pas un #, il vaut mieux renvoyer au compte de la ville de Caen en faisant un @ (MavilleCaen en l'occurrence) par exemple.

## Les hashtags

**Les # sont utilisés généralement pour des mots concepts, des sujets, des valeurs etc.** Ex : #educationprioritaire #laïcité et non pour des noms propres. Pour renvoyer à une personne ou à une structure, il faut faire @ et le nom de la personne ou de la structure en question. Si le compte twitter existe, le lien s'activera automatiquement. Sinon, mettre le nom normalement.

## Combien de tweets par jour ?

Il n'y a pas de règles absolues. **Mieux vaut ne pas tweeter que de tweeter pour tweeter.** Si on veut être visible, **il faut considérer que 3, 4 tweets par jour est une bonne moyenne** (un le matin, un le midi, un l'après-midi et un en fin de journée par exemple). Mais si « l'actualité » le demande, vous pouvez en faire plus évidemment. Par exemple, le jour de la fête de la laïcité.

## Éditorialiser ses tweets

• **Penser à « panacher » ses tweets.** Par exemple, une image, un tweet d'information, un retweet, un commentaire....

• Plutôt que de faire un tweet trop complexe, il faut mieux « saucissonner » une actualité. **Une information peut faire plusieurs tweets.**

### Exemple :

• Pour suivre le débat mixité sociale à l' #ecole» ce samedi à Amiens, il faudra faire #ForumRDE @louisetourret @reseau\_canope @Cnesco\_Educ

• Venez débattre de #mixite sociale à l' #ecole avec @claudelelievre et @octavegreard ce samedi à Amiens @louisetourret [bit.ly/1FHgtv0](http://bit.ly/1FHgtv0)

• #Ecole : souhaitons-nous vraiment la #mixitesociale ? 1er #ForumRDE à Amiens @louisetourret @reseau\_canope Infos sur <http://cnesco.fr/tag/mixite-sociale/> ...

• **Choisir ses sujets. Ne pas parler de tout et relayer toutes les informations.** Essayer de maintenir une ligne éditoriale cohérente au moins sur une journée. Par exemple, si vous relayer la tenue d'une conférence, d'un discours, d'un événement qui se déroule sur une journée, essayez de faire plusieurs tweets sur le sujet dans la journée.

• Sur des sujets qui vous touchent indirectement, vous pouvez retweeter.

## Quelles réponses en cas d'interpellation ?

Faut-il supprimer un tweet qui nous déplaît ? Ce n'est pas l'usage des réseaux sociaux. Chacun peut s'exprimer, être en désaccord.

- **Si le tweet est insultant** (racisme, injure etc.) à l'encontre d'une personne, vous pouvez le supprimer.

- **Si le tweet vous prend à partie**, libre à vous d'y répondre mais ce n'est pas obligatoire. Vous pouvez répondre directement à la personne et engager la conversation.

- **Si le tweet vous prend à partie et donne une information fautive**, vous répondez en démentant l'information puis en twittant la bonne information.

## Pour les détenteurs de comptes personnels

Vous pouvez avoir un compte personnel en plus du compte de votre organisation. Vous pouvez vous exprimer mais si vous souhaitez exprimer des opinions personnelles, des réactions à chaud, mieux vaut ne pas mettre dans votre profil le lien que vous avez avec votre organisation.

## Bonnes pratiques

- **Un # est utilisé pour des mots clés** (éducation, inégalités etc.) pas pour des organisations.
- **Ne pas faire plus de 2 # et 3 @ et un lien par tweet.** Ce n'est pas une règle absolue évidemment mais cela permet d'avoir une moyenne.
- **Les RT.** Quand vous reprenez une information d'un utilisateur. C'est comme un retweet sauf qu'en général vous rajoutez une information (en la renvoyant à quelqu'un en particulier, en la commentant) ou que vous « améliorez » le contenu (l'information est importante à vos yeux mais l'utilisateur en question n'a pas utilisé un bon # etc.). **Il est important de citer ses sources.**
- **N'hésitez pas à remercier** (à la fin d'un événement, d'une rencontre etc...). Si les personnes en question sont sur twitter, votre tweet n'en sera que plus relayé.
- **Mettre en favori** (cliquer sur l'étoile) des tweets que nous trouvons pertinents, pour montrer que nous appuyons le propos, la cause ou la personne en question. Autre pratique, quand on est cité, il est déconseillé de se retweeter, mieux vaut mettre le tweet dans nos favoris.
- **Ne pas hésiter, de temps en temps, à publier des photos, des infographies** car dans un fil, cela se remarque instantanément. Exemple, nous avons tweeté cette photo avec une information la veille de la journée mondiale du bénévolat. A savoir, une photo prend une dizaine de caractères. Si vous mettez du contenu sur la photo, cela vous permet d'y mettre une information supplémentaire sans utiliser de caractère du tweet.



## Astuces

- **Pour raccourcir un lien** : Si vous renvoyez à une page de votre site Internet ou un article extérieur, le lien est souvent trop long et vous mange le peu de caractères qui vous reste. Le site [bitly.com](https://bitly.com) permet de créer un lien plus court (copier votre lien dans l'onglet « shorten » et un lien plus court apparaît).
- **Le .@** en début de tweet permet de citer quelqu'un et d'élargir la diffusion.

### **Par exemple :**

.@najatvb : C'est à l' #ecole de la République de corriger les #inégalités de départ. J'ai besoin pour cela de tous les acteurs éducatifs.

Sans le point devant, seule la ministre aurait été notifiée du tweet. Là tout son réseau peut le lire.

## Complémentarités entre Facebook et Twitter

Il est important de faire des passerelles entre vos différents médias. Vous pouvez relayer une même information mais pas de la même façon.

### **Exemple : pour un même article sur la laïcité :**

- Sur Twitter :

39% des Français ne sont pas rattachés à une #religion. Lire C.Kintzler sur @Respu [bit.ly/1waj0cB](https://bit.ly/1waj0cB) @ObservLaicite @CharlesConte1

- Sur Facebook

«Ce qui menace la liberté de conscience, c'est au contraire que la laïcité n'est pas suffisamment respectée et étendue sur l'ensemble du territoire». Lire cet article intéressant de Catherine Kintzler avec photo + lien de l'article





Contacts :

Marie-Sophie Thiroux, responsable de service  
msthiroux@laligue.org

Ariane Ioannides, chargée de la communication éditoriale et des réseaux sociaux  
aioannides@laligue.org

Mélanie Gallard, chargée des productions et des réseaux sociaux  
mgallard@laligue.org

Cédric Rabardel, webmaster  
crabardel@laligue.org

.....  
**LA LIGUE DE L'ENSEIGNEMENT  
ET LES RÉSEAUX SOCIAUX**  
**Mémo et bonnes pratiques**  
.....

Conception : Ligue de l'enseignement

Photos de couverture et intérieur : Benoît Debuisser

***www.laligue.org et <http://blogcom.laligue.org>***