

Les réseaux sociaux, une question d'éducation ?



les francas

Éducation en mouvement

Ce dossier a été élaboré par un groupe de militants des Francas de statuts et fonctions différents, souhaitant réfléchir à l'influence des médias sur l'éducation. Ce groupe travaille depuis 2008 sur cette question et a choisi de se donner une obligation de publication en direction du Mouvement de l'état de sa réflexion. La création de cette initiative repose sur l'impulsion donnée par les textes d'orientations des congrès de 2004 et 2009.

Depuis sa création, le groupe s'est doté d'une méthode de travail qui s'appuie sur l'observation des pratiques d'animation, l'analyse de pratiques médiatiques, la lecture d'ouvrages et l'interviews d'experts de l'information, du numérique et de l'éducation.

La thématique retenue dans cet article est celle des réseaux sociaux. Celle-ci s'est imposée d'elle-même dans nos échanges et nous espérons qu'elle rencontrera vos préoccupations.

Cécile Ponsot
Chargée de l'animation du groupe national
« Influence des médias sur l'Education »

Ont participé à la rédaction de ce dossier :
Olivier Baldomero, Christian Combier, Pascal Couffin, Stéphane Fermé, Mickaël Garnier-Lavalley, Gaëlle Genevov, Robert Lataste, Sabine Lavoipierre, Sabine Marandon, Guy Pastre, Cécile Ponsot, Maurice Testemale.

Ont bien voulu nous livrer le fruit de leur réflexion et de leur expérience sur cette question :

Pauline Reboul, Fréquence école
Pascale Garreau, Internet sans crainte
L'équipe de la M@ison de Grigny
Le groupe cyber de la région Rhône Alpes
Le réseau régional médias de Midi-Pyrénées
Les Assises internationales du journalisme

Un grand merci à tous !

Les réseaux sociaux, une question d'éducation ?

I Apparition et développement des réseaux sociaux (page 7)

- 1.1 La question du vocabulaire (page 7)
- 1.2 Les pratiques dans les réseaux sociaux / typologies (page 10)
- 1.3 Mobilisation sociale et illusion participative (page 13)

II Pourquoi les réseaux sociaux fonctionnent dans notre société ? Quelques hypothèses (page 14)

- 2.1 Des pratiques de réseaux sociaux en cohérence avec le processus d'individuation observé (page 14)
- 2.2 Des facteurs politiques (page 14)
- 2.3 Des enjeux économiques : le web, outil de marketing individualisé (page 15)
- 2.4 Des enjeux culturels (page 16)

III Les tensions repérées pour éduquer aujourd'hui (page 17)

- 3.1 Le processus d'individuation (page 17)
- 3.2 La pratique des acteurs éducatifs (page 17)

IV Des initiatives à prendre pour les Francas (page 19)

- 4.1 Développer un accompagnement des usages (page 19)
- 4.2 Former (page 20)
- 4.3 Travailler sur une stratégie concertée d'investissement et d'utilisation du web (page 20)

V Pour aller plus loin (page 23)

L'éducation recouvre tout ce qui contribue à la construction et au développement d'un être humain : l'éducation comprend toutes les influences qui peuvent s'exercer sur l'individu pendant sa vie. L'éducation est donc une combinaison d'influences diverses.

Ponctuelles ou permanentes, ces influences peuvent être convergentes ou contradictoires ; l'individu peut les rechercher, les accepter ou les subir ; de natures différentes - physiques, psychologiques, idéologiques... - elles sont aussi d'origines diverses : environnement matériel, environnement humain, environnement institutionnel, etc. Emanation des circonstances ou production des hommes, toutes ces influences sont éducatrices, alors que toutes les situations dont elles émanent ou toutes les actions qui les produisent ne prétendent pas éduquer. Toutes ces influences interfèrent, se complétant, se relativisant ou s'opposant les unes aux autres. Et toutes constituent le bagage individuel et original à partir duquel chacun se construit.

Quelle que soit leur nature et quelle que soit leur origine, toutes ces influences se conjuguent : l'éducation est globale.

Au fil de la vie, toutes ces influences ne cessent de se multiplier et d'interagir : l'éducation est continue. ¹

¹ Définition de l'Education empruntée à Roger Gal et Pierre de Rosa, sur laquelle s'entendent les Francas.

Lors de notre premier rapport, nous avons formulé clairement que nous ne pouvions plus nous contenter de parler « d'éducation aux médias », mais que nous devions observer également « l'influence des médias sur l'éducation » de par leur prégnance dans la vie quotidienne de chacun, prégnance toujours plus forte par le développement des technologies et des pratiques culturelles et sociales.

S'intéresser à ces évolutions et ces pratiques, c'est se préoccuper aussi de l'évolution des normes sociales et des codes sociaux aujourd'hui en présence dans notre société : qu'ils régissent le rapport aux autres, l'image de soi, les pratiques relationnelles, les valeurs dominantes, les idéologies...

Les réseaux sociaux et leur développement sur le net sont caractéristiques de ces évolutions et il nous semblait indispensable de nous arrêter sur la compréhension de ce qui se jouait au travers de leur développement. Par ailleurs, les nombreuses interpellations des acteurs de l'éducation ont confirmé la nécessité de tenter d'y voir plus clair. Au vu de l'impact des réseaux sociaux sur notre quotidien, un mouvement

d'éducation, se dotant d'une définition de l'éducation telle que présentée ci-dessus, confirme l'urgence de s'en emparer. Nous nous sommes donc attachés à comprendre le phénomène « réseaux sociaux » ainsi que le contexte dans lequel il s'est développé et les ressorts sur lesquels il repose. Rapidement, nous avons identifié sept questions essentielles pour conduire une action éducative :

- *De quoi parle t-on ?*
- *Comment les enfants et les jeunes s'emparent-ils des réseaux sociaux ? (Quelle gestion ont-ils de l'imaginaire et du virtuel ? Comment traitent-ils des identités multiples, multifformes ?)*
- *Quelles conséquences sur le vivre ensemble ?*
- *Quelles conséquences sur le respect des libertés, les droits des individus, l'égalité pour tous ?*
- *Quelle contribution à l'épanouissement, la compréhension, l'émancipation ?*
- *Quelles conséquences sur la construction de la sphère privée, publique, des enfants et des jeunes ?*
- *Quel accompagnement des enfants et des jeunes dans l'acquisition des savoirs, compétences et relations sociales qui en découlent ?*

L'ambition de ce texte est d'offrir quelques clés de lecture et de compréhension qui doivent permettre aux acteurs éducatifs de situer leurs réflexions dans les multiples regards médiatiques sur le sujet, qu'ils soient alarmistes, réducteurs ou encenseurs, ainsi que de donner du sens à leurs pratiques.

Il s'agit également de poursuivre le débat de la place des Francas dans ces nouveaux médias : quelles utilisations et quel investissement ?

Le développement de la formation, de l'éducation, de l'action des animateurs, est un élément essentiel pour assurer cet accompagnement. Mais il est aussi important de réunir l'ensemble des acteurs éducatifs afin de poser une réflexion commune sur ces questions et de produire des contenus médiatiques qui puissent être utilisés par l'ensemble de ces publics. ■



1 Apparition et développement des réseaux sociaux

Afin de poser un regard critique sur les réseaux sociaux et en comprendre leurs usages, il paraît nécessaire voire indispensable de se cultiver au préalable sur le contexte de leur apparition puis de leur avènement dans l'évolution d'Internet ainsi que sur l'écosystème auquel ils appartiennent.

1-1 La question du vocabulaire

Avant tout, il est nécessaire de clarifier ce que l'on entend par « média », ce mot étant utilisé aujourd'hui comme un terme générique, sans forcément beaucoup de discernement.

Ainsi nous pouvons distinguer :

- **Le média** : de façon générale, c'est un moyen de communication (naturel ou technique) qui permet la diffusion d'un message comme le langage, l'écriture, la musique... Dans le domaine de l'informatique, le mot média est aussi utilisé pour désigner un support qui contient de l'information ou des données comme clés USB, DVD...

- **Les médias de masse** (*mass-media*): ce sont des moyens de diffusion collective à destination d'un large public comme la presse, la radio, la télévision, et plus récemment le web, ou encore l'accès à l'Internet mobile (smartphone, tablette...).

Aujourd'hui, lorsque l'on évoque les « nouveaux médias », c'est bien en référence à cette dernière catégorie, celle des médias de masse.

- **Internet** : c'est le réseau mondial avec son architecture technique particulière « en toile d'araignée ». On pourrait le définir rapidement en disant que c'est un ensemble de « tuyaux » associés à des technologies qui permettent de faire circuler des données de façon sécurisée, et ce de plus en plus rapidement, en utilisant des protocoles différents suivant les données transportées.

De façon plus générale, on regroupe sous le terme d'Internet l'ensemble des services qui l'utilisent, comme par exemple le web (avec ses millions de sites), la messagerie, la téléphonie sous IP, le stockage et l'échanges de fichiers...

Le langage commun a tendance à réduire l'Internet au web.

- **Le web** : est un service qui utilise Internet. Les évolutions techniques et technologiques lui permettent de progresser de façon régulière, notamment en termes d'interactivité avec ses utilisateurs. Aujourd'hui, nous sommes dans la fin de période dite du « Web 2.0 », dont la manifestation emblématique est centrée autour des médias sociaux².

- **Les médias sociaux** (*social media*): ils ont fait leur apparition auprès du grand public avec le web 2.0. Ils sont constitués par une multitude de services de stockage, d'échange, de partage, de travail collaboratif... spécialisés dans différents domaines³.

Parmi les médias sociaux, les réseaux sociaux ont, entre autres, la particularité de pouvoir regrouper différentes fonctionnalités et services disponibles par ailleurs et agréger des contenus issus de différents services spécialisés utilisés par l'internaute (comme Flickr, Youtube...).

Au sein des médias sociaux, le vocabulaire autour des réseaux sociaux crée lui aussi de la confusion. Force est de constater que « réseau social » est aujourd'hui un mot valise qui tient à la fois de la sociologie et de la technologie. Pour y voir plus clair, on essaiera

de faire la différence entre le réseau social et les outils de réseautage social (notion bien antérieure à l'arrivée d'Internet).

- **Un réseau social** (concept de la sociologie) est un ensemble d'entités sociales (organisations ou individus) caractérisé par les liens et les interactions entre les individus qui le composent. Il ne s'agit donc pas là d'outils informatiques ou web.

On désignera par réseautage social la démarche qui consiste à utiliser des moyens et actions qui vont soutenir et favoriser l'émergence de réseaux sociaux. Car l'arrivée du web a mis à disposition des individus toute une panoplie d'outils qui, à travers les fonctionnalités qu'ils proposent, sont aussi des facilitateurs de réseaux sociaux, voire de communautés⁴. ■

² A titre indicatif :

- Le web 1.0 : L'utilisateur n'était que consommateur de contenu mis en ligne par "des professionnels".

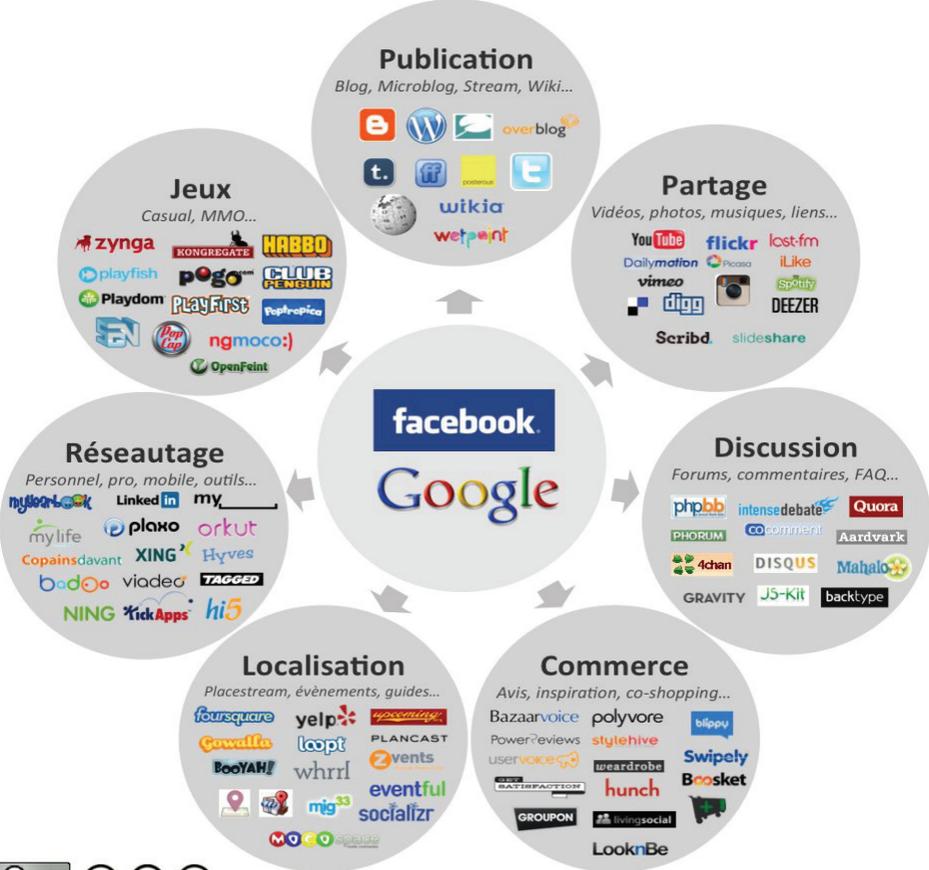
- Le web 2.0 : L'utilisateur peut interagir, donner son avis sur les contenus proposés, il peut lui-même mettre à disposition, créer et partager ses propres contenus (informations, photos...).

- Le futur immédiat : Le web est disponible en flux continu. Une grande diversité de supports et d'objets s'y connecte pour utiliser ou enrichir des bases de données informationnelles dont certaines sont en partie co-construites avec les internautes. C'est l'ère de l'Internet mobile qui se dessine. En termes d'usages, cela s'illustre par la proposition en temps réel d'informations qui viennent enrichir l'environnement dans lequel on évolue. Ainsi, les smartphones sont aux premières loges avec les données disponibles via la géolocalisation de l'utilisateur. Cette tendance qui utilise les possibilités de l'Internet mobile vise à proposer une "réalité augmentée" à l'internaute.

³ (Illustration: <http://tinyurl.com/cavazza-panorama2011>)

⁴ Sources : <http://tinyurl.com/techno-sciences-Glossaire> ; <http://tinyurl.com/iteco-be-reseau> ; <http://tinyurl.com/Eric-Delcroix>

Panorama des médias sociaux 2011



FredCavazza.net

1-2 Les pratiques dans les réseaux sociaux / typologies ⁵

Les « statuts » : des raisons multiples pour une présence dans les réseaux

Sans rentrer dans une typologie détaillée, notre approche pragmatique fondée sur une pratique des réseaux et une observation de leur fonctionnement nous amène à identifier des motivations, des pratiques et des intentions différentes. Cet éclairage a pour vocation d'éviter toute généralisation hâtive sur les comportements dans les réseaux sociaux.

Nous rencontrons donc pêle-mêle : des curieux avec une faible activité, des prosélytes qui ont pour ambition d'arriver rapidement aux 5 000 amis et de diffuser leurs idées ; des « voyeurs » qui cherchent simplement à surveiller ce que font leurs amis, leur progéniture ; des animateurs de communautés ; des institutions qui produisent de l'information ou qui cherchent le contact avec les plus jeunes ; des « passeurs » d'information, de veille ; des associations qui explorent de nouveaux

canaux de diffusion ; des joueurs qui recherchent des amis pour développer leur ville, leur ferme... ; des « réseauteurs » qui entretiennent des réseaux familiaux, de contacts, d'anciens amis... ; des « pros » qui affichent leur carte de visite, produisent de l'influence ou tentent de promouvoir des produits. Il est évident que la logique même de réseau ne cloisonne pas ces attitudes, et que nous croisons des pros qui affichent leur réseau familial, des joueurs qui par ailleurs sont animateurs d'une communauté d'intérêts...

Quelques repères et tendances pour illustrer le paysage

- Suivant les pays, la diversité des réseaux sociaux présents et leur investissement par les internautes sont différents.

- En France en 2010, le classement des réseaux sociaux était le suivant :

- Copains d'Avant (49%)
- Windows live (48%)
- Facebook (37%)

- En France, en 2010 toujours, 77% des internautes sont

⁵ Pour en savoir plus :

- Quelle philosophie est inscrite dans Facebook : <http://tinyurl.com/internetactu-facebook>

- Vie privée : le point de vue des petits cons : <http://tinyurl.com/internetactu-vieprivée>

(Jean Marc Manach a sorti un livre sur le sujet.)

- Génération des 15-24 ans : décryptage des usages : <http://tinyurl.com/usages15-24>

- Réseaux sociaux, le spectre du consensus mou : <http://tinyurl.com/owni-fr>

membres au moins d'un réseau social. Chez les 18 et 24 ans ce chiffre monte à 96%, avec 35% d'entre eux sur plus de 4 réseaux. Un internaute est membre de 1,9 réseau social en moyenne.

- En Europe (2010), les sites dits « communautaires » sont passés premiers devant les portails Internet et autres outils de messagerie en ligne.

Sur la question de la participation active des internautes (France)

- 70% des internautes ne sont pas actifs sur les réseaux sociaux, les blogs, les pages perso ;
- 24% complètent une page Facebook ou de blog ;
- Seuls 15% s'expriment sur des forums ou des groupes de discussions.

Et ces chiffres seraient encore à moduler si l'on regardait de plus près les catégories socioprofessionnelles et, bien sûr, les tranches d'âge⁶.

Au final, « *tout le monde n'est donc pas sur Facebook* » et nous sommes loin de l'adage « *tout le monde donne son avis ou s'exprime sur Internet* ».

Si l'on est facilement consommateur-spectateur du web, il faut

développer d'autres compétences et aptitudes pour en devenir producteur-acteur. D'où la nécessité « d'accompagner » les individus face à ces pratiques.

Réseaux sociaux et réseaux relationnels

Le nombre de personnes que nous connaissons dans la vie (INRL) varie entre 300 et 3 000. Mais, parmi nos relations, il y a toujours un petit groupe de personnes avec lesquelles nous communiquons de manière continue et régulière.

Le nombre de personnes avec qui chacun peut discuter de questions importantes tourne en moyenne autour de 3.

On répertorie aujourd'hui 4 types de relations différentes sur les réseaux sociaux :

- notre réseau, c'est-à-dire l'ensemble des personnes qui ont accepté d'être notre "ami", ou plutôt d'entrer dans le cercle de nos relations affichées ;

- ceux avec qui on a des communications réciproques, c'est-à-dire les "amis" auxquels on répond et qui nous répondent dans cet ensemble de relations socio-technique.

- ceux avec qui il n'y a qu'une voie de communication, c'est-à-dire les "amis" où il n'y a qu'une des deux personnes qui communique, et jamais l'autre.

- ceux avec qui il y a des relations suivies, c'est-à-dire ceux avec lesquels les échanges bidirectionnels sont soutenus et dont on regarde le profil "au moins 2 fois en 30 jours" !

Sur Facebook, le nombre moyen d'amis tourne autour de 120. Si ce réseau offre une possibilité supplémentaire de communiquer avec ses proches, il crée aussi des « liens faibles » et maintient une forme de relation « en pointillé ».

Les réseaux sociaux désinhibent la capacité d'entrer en contact avec des personnes qui n'appartiennent pas au réseau des proches.

- Un utilisateur moyen qui compte 150 "amis" établit en moyenne des relations soutenues uniquement avec 5 personnes (7 si vous êtes une femme).

- Si votre réseau relationnel est plus petit (50 personnes), le nombre de personnes avec lesquelles vous aurez des relations soutenues sera plus faible (3 personnes pour les hommes, 4 pour les femmes).

- Si au contraire votre réseau relationnel est plus grand (500 personnes), le nombre de personnes avec lesquelles vous aurez des relations soutenues

sera plus fort (10 pour les hommes, 16 pour les femmes).

- Si l'on investit la plateforme (en temps, en compétences, en attention), le nombre de nos relations soutenues peut y augmenter sensiblement.

- En passant du temps et en acquérant des compétences et des savoir-faire sur Facebook, on parvient à développer nos réseaux relationnels réciproques, unidirectionnels et soutenus, comme si on arrivait à inviter le cœur de nos relations à s'y investir à mesure qu'on s'y investit soi-même.

L'apparition d'une zone mi-publique, mi-privée

L'e-mail est une communication interpersonnelle privée. Avec les réseaux sociaux, nous sommes face à l'apparition d'une communication privée qui se déroule en public.

Les réseaux sociaux sont une manière de « socialiser la communication personnelle » en la montrant à un réseau de contacts. Ainsi, si on a jusqu'à présent réussi à préserver une séparation entre canal privé et canal public, s'invente désormais une zone intermédiaire qui nécessite une phase d'apprentissage. ■

⁶ <http://www.marsouin.org/spip.php?article385>

1-3 Mobilisation sociale et illusion participative

Comme nous le savons tous, les outils peuvent favoriser, mais ne peuvent pas remplir toutes les fonctions et conditions nécessaires à une véritable mise en réseau, à l'émergence d'une véritable intelligence collective, à la création de lien social.

Cohabiter sur une plateforme ou dans l'utilisation commune d'un service ne crée pas forcément une appartenance à un groupe ou une communauté, ou à un réseau. Notre expérience et analyse en la matière tend à démontrer que quel que soit le système utilisé (forum, blog, chat, discussion Facebook...), la prise en compte de l'expression individuelle, la valeur accordée aux idées émises, est différente au regard de la connaissance réelle ou virtuelle des contributeurs entre eux (hormis sur des espaces très ciblés en termes de sujets, de préoccupations, de questionnements).

Pourtant, d'autres effets produits par les réseaux sociaux doivent nous interroger. C'est le cas de la mobilisation que ces outils peuvent parfois entraîner.

Témoignage à propos de l'événement Yess, qui s'est tenu à Grenoble en septembre 2010 (deux jours de regroupement des

acteurs de l'économie sociale et solidaire) : Lorsque certains, simplement à partir d'une page Facebook qui relaye l'opération, arrivent à doubler le nombre de bénévoles mobilisés sur un événement à l'échelle d'une grosse métropole, alors que sont déjà présentes les forces des fédérations d'éducation populaire et le monde de l'économie sociale et solidaire, cela réinterroge les modes de mobilisation de nos organisations sur des causes et des enjeux de société.

Bien sûr, les personnes regroupées sur un événement grâce à une mobilisation via les réseaux sociaux ne forment pas un groupe social au sens sociologique du terme (ici se sentant tous appartenir au groupe, et partageant un projet social commun). Mais tout de même, ces personnes ne sont pas complètement étrangères aux valeurs et principes mis en œuvre lors des journées sur lesquelles ils se mobilisent. Il reste toutefois une question, celle des suites de cet investissement ponctuel : feu de paille, déclenchement d'un engagement... ? ■



Il Pourquoi les réseaux sociaux fonctionnent dans notre société ? Quelques hypothèses

Même si, comme nous venons de le voir, « tout le monde n'est pas sur Facebook », l'engouement pour les médias sociaux pose tout de même question. La seule arrivée d'un nouvel outil attractif paraît un peu limitée pour expliquer ce phénomène. Il y a en fait une convergence de facteurs.

2-1 Les pratiques des réseaux sociaux en cohérence avec le processus d'individuation observé

Depuis quelques années maintenant, les sciences sociales nous ont démontré la montée de « l'individuation » dans nos sociétés⁷. L'individu éprouve aujourd'hui une grande indépendance à l'égard des traditions, quelles soient religieuses, étatiques, politiques, industrielles ou familiales. Nous sommes face à une montée en puissance apparente du choix

individuel pour se construire une trajectoire et des comportements sociaux. Les réseaux sociaux, par leur principe de fonctionnement, trouvent alors toute leur place comme supports de trajectoire individuelle dans un ensemble social reconstruit. ■

2-2 Des facteurs politiques

Avec le développement de la société des individus se pose la question du lien social. Dès lors que le système politique n'est plus fondé sur une autorité de fait qui impose la cohésion entre les individus, se pose la question d'assurer le vivre ensemble, qui ne va plus de soi. Or, paradoxalement, on constate depuis quelques années un désengagement de l'Etat (à peine remis en cause par la crise économique) dans sa responsabilité

⁷ Par exemple, cet extrait de *L'individu démocratique* de Jean-Claude Kaufmann : « L'individu démocratique » est donc devenu maître de sa vie. Il a capacité à être en regard de soi-même, à s'analyser, à opérer des choix et à prendre des décisions, dans tous les domaines de sa vie, quelle soit publique et privée. Or, cette évolution comporte selon certains auteurs, un revers à la médaille. L'individu d'aujourd'hui porte comme un fardeau psychique l'obligation d'être autonome, tiraillé par la contradiction entre la responsabilité individuelle accrue, d'une part, et une exclusion sociale croissante d'autre part. Dans le même temps se développe une sensibilité à toutes les souffrances sociales, psychiques, ou physiques. L'individu, sommé d'être libre, est pris dans une tension entre la nécessité d'être soi et la difficulté à l'être. L'augmentation des maladies mentales et notamment de la dépression, mais aussi la consommation de drogues, le refuge dans les organismes sectaires, ou encore le consumérisme effréné etc... sont aussi quelques conséquences de cette évolution ». D'autres chercheurs porteront la focale sur la fragmentation, ou la dissolution des cadres collectifs qui assureraient le maintien de nos solidarités et de notre organisation sociale, trouvant là la cause du processus d'individuation voire selon certains, de la négation du sujet.

d'assurer la cohésion et le maintien des solidarités. La réussite économique est mise en avant comme modèle républicain, accompagnée de comportements individualistes et offensifs, de clivages entre catégories de personnes. Ceci crée forcément un modèle de réussite lié à la mise en avant de l'égo (illustré par le comportement des hommes politiques eux-mêmes), qui concorde parfaitement avec la vitrine offerte par les réseaux sociaux. La course aux amis peut démarrer, qui confère à la personne un sentiment d'exister, mais qui repose surtout sur du superficiel et valorise la loi du plus fort. ■

2-3 Des enjeux économiques : le web, outil du marketing individualisé

A l'heure où la consommation est un moteur important de l'économie et des pratiques sociales, les marques sont un vecteur important d'identification pour les adolescents (voire les adultes). Aujourd'hui, les services marketing et recherche des entreprises ont besoin d'éléments de connaissance toujours plus précis sur les pratiques de leurs clients éventuels. Si les enfants ont depuis de nombreuses années été des cibles privilégiées de ces observateurs, les nouvelles technologies n'ont en rien ralenti

ces pratiques, bien au contraire. C'est en effet un excellent support qu'ont trouvé les tenants de l'économie pour récolter des informations personnelles sur les consommateurs avec toujours un même procédé : récupérer au travers de la pratique de navigation sur le WEB (les traces laissées) les intérêts et pratiques de l'internaute. Par exemple, lorsqu'un internaute s'inscrit sur un réseau social, il est invité à remplir un questionnaire qui peut être une mine d'or pour les annonceurs (goûts musicaux, littéraires, orientations sexuelles, politiques, religieuses...). En fonction du degré d'information délivré par l'internaute, les annonceurs vont pouvoir cerner finement les profils de consommation de chaque personne et adapter ainsi leur stratégie de communication et de marketing à chacun...⁸

Ce processus est renforcé aujourd'hui par la multiplication du nombre de médias financés par des fonds privés (grandes entreprises ou annonceurs). Ces derniers mobilisent de forts moyens au service de leurs objectifs en utilisant les auditeurs/spectateurs/lecteurs comme des cibles marketings, comme des consommateurs disponibles (cf. citation de Patrick Le Lay). Il faut reconnaître d'ailleurs qu'en

⁸A lire : *Les enjeux des médias sociaux pour les marques* (<http://tinyurl.com/owni-fr-Reseauxetmarques>)



tant qu'acteurs éducatifs nous ne sommes pas les derniers à utiliser ces services rendus gratuits.

Une somme d'individus consomme plus qu'un groupe, et avec les réseaux sociaux, chaque individu/consommateur a la possibilité de s'affirmer et de mettre en avant son ego. Sous couvert de réseau social, on encourage les pratiques individuelles et la consommation. ■

2-4 Des enjeux culturels

Le web bouleverse complètement la création culturelle par les potentiels qu'il ouvre en termes d'outils de création mais aussi de diffusion et d'accès. Il permet d'être producteur et de rendre visible sa création dans un modèle

économique modeste. Il fait cohabiter le modèle des majors et la libre circulation de la création.

Le web permet aussi une augmentation du potentiel d'accessibilité à la production culturelle à l'échelle de la planète ; nous pouvons par contre craindre l'effet « buzz » comme sur d'autres domaines, qui n'ira pas forcément sur la qualité de la démarche artistique et de la liberté de création.

Les réseaux sociaux, comme les autres modes de diffusion, peuvent s'inscrire dans une uniformisation des pratiques culturelles, voire en accompagner le mouvement, par les stratégies de communication de leurs auteurs. ■

III Les tensions repérées pour éduquer aujourd'hui

3-1 Le processus d'individuation

Nos démocraties modernes, promouvant l'épanouissement et la responsabilité individuelle, font face à de nombreuses contradictions, qui se trouvent être des raisons de difficultés rencontrées par les acteurs éducatifs aujourd'hui. Ainsi, nous faisons face à plus de normalisation et au même moment, plus d'exclusion, plus d'autosurveillance hygiéniste. Et parallèlement, plus de pratiques déviantes (alcool, toxicomanies...), plus de répulsion envers la délinquance et plus de délinquance sur certains territoires, plus de désirs et de confort, et en même temps, plus de sans-abri, ou encore, plus d'amour des enfants et plus de familles monoparentales...

Comme le montre Gilles Lipovetsky, « ces dichotomies sont un reflet essentiel de nos sociétés : d'un côté l'individualisme hédoniste apporte un travail d'autocontrôle et d'auto surveillance permanente, et d'un autre côté il annihile le sens du travail et de l'effort, il réprouve les instances de contrôle social et mène à la désocialisation et à la criminalisation. »⁹

Cette donnée est à prendre en compte dans l'acte éducatif. Les acteurs de l'éducation ont aujourd'hui la lourde tâche de contrer dans la mesure du possible les méfaits de l'individuation, ou tout au moins, agir en connaissance de cause. ■

3-2 La pratique des acteurs éducatifs

Au regard de ce qui a été dit précédemment (voir le profil des utilisateurs des réseaux sociaux), nous pouvons supposer aujourd'hui que les acteurs éducatifs sont de plus grands utilisateurs des réseaux sociaux que les enfants et les jeunes eux-mêmes. D'où la nécessité d'agir en deux sens :

- envers les pratiques des acteurs éducatifs, c'est-à-dire celles des parents, des animateurs, des enseignants...
- par l'accompagnement au fur et à mesure du développement des pratiques des enfants et des jeunes sur le web.

Car une question essentielle est aujourd'hui posée : quelle influence ont les réseaux sociaux sur les pratiques éducatives développées par

⁹Christophe Moreau évoquant les théories de Gilles Lipovetski dans un ouvrage collectif à paraître.

les acteurs éducatifs qui les utilisent? Il s'agit donc bien pour ces derniers de comprendre et maîtriser le phénomène des réseaux sociaux, de manière globale, mais aussi sur leurs propres pratiques, pour pouvoir mener une action éducative efficace. ■



IV Des initiatives à prendre pour les Francas

Les Francas ont acquis au fil du temps des compétences tirées de l'interaction permanente entre l'action et la théorisation des pratiques. Ce va et vient est une véritable richesse pour les enjeux éducatifs d'aujourd'hui.

Nous confirmons que l'enjeu autour de l'utilisation des médias numériques -comme des médias traditionnels- est de permettre aux enfants et aux jeunes de découvrir, jouer, rencontrer leurs pairs, comprendre, apprendre, maîtriser, produire :

- réaliser un acte de communication en direction d'autres personnes en se respectant et en respectant le récepteur ;
- produire une information de qualité, relater un fait, une analyse étayée, développer son jugement et son sens critique ;
- se projeter dans un ensemble social, tout en respectant sa propre identité ;
- concourir à construire l'être social et l'identité de chacun ;
- traiter « un vrai sujet » comme de vivre une vraie situation de participation sociale (non construite pour la simple situation pédagogique).

C'est aussi de permettre aux jeunes

d'apprendre à se projeter :

- vivre une situation d'interactivité réelle ;
- vivre des situations de projet collectif ;
- s'investir dans des projets à long terme.

4-7 Développer un accompagnement des usages

Tout d'abord, en nous positionnant à la fois en observateurs attentifs aux évolutions des pratiques, et en acteurs volontaristes dans ces processus :

- en organisant la fonction de veille : observation des évolutions (analyses, études spécialisées, rencontres avec des chercheurs s'appuyant sur des indicateurs, une évaluation).
- en expérimentant de nouvelles formes d'approche éducatives.
- en mettant en place des formations :
 - en direction de nos cadres et animateurs,
 - en direction également de nos élus afin que la problématique globale de la relation médias/éducation s'inscrive dans les axes de nos programmes d'actions.
 - en mettant en place, en expérimentant, en utilisant des outils de relations internes à notre

Mouvement.

- en « organisant l'influence » du monde éducatif sur les pratiques de notre société. Cela passe obligatoirement par la rencontre, l'échange, le partage avec l'ensemble de nos partenaires éducatifs (enseignants, parents, organisateurs...).
- en saisissant toutes les occasions d'enrichir la réflexion commune, quel qu'en soit l'initiateur.
- en utilisant toutes les tribunes possibles pour exprimer le fruit de nos réflexions communes.
- en réaffirmant notre position d'éducateurs face à des pratiques où la dimension économique exerce une pression très forte. ■

4-2 Former

Au-delà de ces acquis au plan de l'action éducative et des savoirs pédagogiques, les équipes militantes ont besoin de formations qui éveillent et renforcent leurs connaissances sur plusieurs volets.

Il s'agira donc d'apporter des connaissances, mais aussi d'encourager les individus à l'analyse et au recul sur leurs propres pratiques et sur leur rôle d'acteurs éducatifs dans l'accompagnement des pratiques sur le web, et notamment :

- l'utilisation des outils disponibles sur le web, les situer au

regard des questions éthiques et philosophiques ;

- les techniques de base des supports médias : photo, vidéo, informatique, blog, page Facebook... ;
- les pratiques des publics ;
- les circuits et financements de ces nouveaux médias ;
- les moteurs de recherche et leurs effets en termes des traces sur le net ;
- le Droit sur le net : par exemple, le téléchargement, les droits d'auteurs...

• la réflexion autour de l'éthique et la déontologie des pratiques journalistiques, des méthodologies de construction d'une information de qualité ;

• la pédagogie de la création de projet médiatique : quel support pour quelle action éducative ?

• la réflexion à propos de l'identité numérique, apprendre à gérer son image, comment se protéger... ■

4-3 Travailler sur une stratégie concertée d'investissement et d'utilisation du web

Deux sujets sont posés :
DA / Comment les institutions comme le mouvement associatif, notamment l'éducation populaire, doit instruire la question de sa présence sur le web, notamment dans les différents réseaux sociaux, afin d'asseoir une image officielle ?

Aujourd'hui, la question doit être mise au débat. Assurer une présence sur la toile relève de la construction d'une image cohérente, choisie, maîtrisée, facteur incontournable d'une identification ainsi que de la communication institutionnelle (de l'achat des noms de domaines au choix des outils à investir). Un « site vitrine » est nécessaire mais il s'avère insuffisant compte-tenu des modes de recherches, de connexions, de référencement, de diffusions, d'échanges, de relais, de « buzz », de liens, de redondances, d'intégrations... utilisés ou produits par les internautes.

Sans se précipiter, ni s'engouffrer dans les réseaux sociaux de manière désordonnée, les Francas, comme toute association, doivent, sur des bases identiques à celles produites lors du travail sur la charte graphique, travailler à leur image institutionnelle dans les différents espaces de communication du web, afin d'être repérés quels que soient les modes d'entrées des internautes. Cette action ne se dispensera pas bien sûr d'un travail avec les militants, en fonction de leurs responsabilités, du respect des choix collectifs en matière d'image, de principes (logos, textes de référence, avatars, liens institutionnels ou affinitaires, déontologie de publication...). En d'autres termes : il nécessiterait de répondre à des questions telles que : faut-il twit-

ter les discussions pendant une réunion, avant d'avoir les résultats d'une position officielle ? Faut-il, et à quelles conditions, investir Facebook en tant qu'association, es qualité ? Est-il possible de baliser des espaces sur Dailymotion, Youtube, pour qu'ils reflètent la réalité d'une session Bafa ?

Autant de questions qu'il existe d'espaces ? Certainement non, il s'agit de travailler sur une stratégie concertée d'investissement du web.

B / Quelle utilisation des réseaux sociaux au service de l'animation d'un mouvement de jeunesse ?

La problématique est plus complexe. Investir les réseaux sociaux comme mode d'animation du mouvement, c'est tentant, sans aucun doute... Mais, cela suppose que les modes de gestion de la représentation et du débat démocratique soient en capacité d'intégrer les modes diversifiés d'animation :

- une discussion sur un mur (Facebook, par exemple) a-t-elle la même valeur qu'une expression dans des instances physiques ?
- une initiative locale de pétition en ligne, sur des questions d'éducation, est-elle relayable à l'échelle nationale ?
- l'utilisation d'outils forums, wikis, plus largement d'expression

collective, sont-ils une opportunité de débat ?

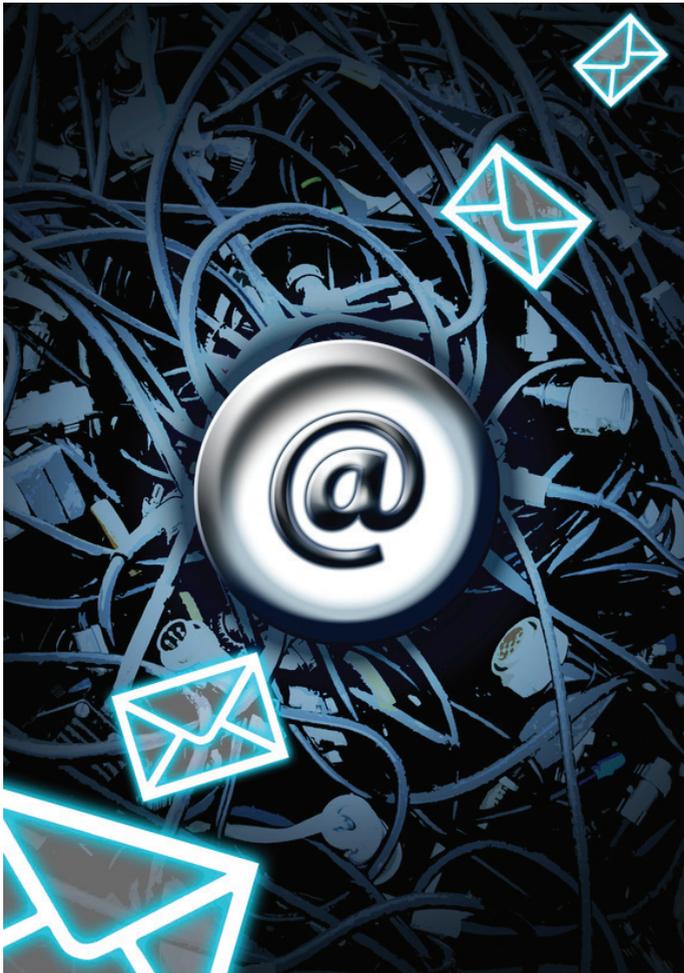
- des blogs, des pages Facebook peuvent-ils être des supports à la mobilisation ?

Quelles que soient les réponses au final amenées à ces deux sujets, c'est

une nécessité aujourd'hui pour des mouvements comme les nôtres de :

- travailler sur les déontologies militantes et professionnelles en la matière,

- se donner la capacité d'une expression publique univoque sur le web. ■



V Pour aller plus loin

Les sources d'information sur le web étant pour certaines éphémères, le choix a été fait de mettre en ligne ce document avec un dossier ressources qui permettra :

- de réactualiser les liens et les documents cités
- d'enrichir avec d'autres sources d'information et de documentation
- de compléter son contenu si le contexte s'y prête.

Le site : des ressources pour agir

<http://exprime-toile.fr/multi/ressources>

Quelques ressources repérées chemin faisant :

Livre

La vie privée, un problème de vieux cons - Jean Marc Manach - fyp éditions - 2010

Liens internet

MédiasSociaux.fr : toute l'actualité des médias sociaux
<http://www.mediassociaux.fr>

InternetACTU : site d'actualité consacré aux enjeux de l'internet, aux usages innovants qu'il permet et aux recherches qui en découlent.
<http://www.internetactu.net>

Webilus : les meilleures infographie du web (pour trouver des

schémas et illustrations)
<http://webilus.fr>

Owني.fr : société, pouvoir et cultures numériques
<http://owni.fr/>

Le marque pages d'Eric Delcroix sur Diigo : une vraie mine comme porte d'entrée sur les réseaux (sociaux)
<http://www.diigo.com/profile/erdelcroix>

Etude Fréquences Ecoles (2010) : Les ados et internet, de quoi avons nous peur ?
<http://tinyurl.com/FrequenceEcoles-Etude2010>

A la dernière minute

Une série de 3 articles d'Hubert GUILLAUD sur InternetACTU :
Comprendre Facebook
<http://tinyurl.com/internetactu-comprendFacebook>

Schémas trouvés sur Webilus.fr :
La Pyramide de Maslow illustrée avec les outils 2.0
<http://tinyurl.com/weblus-Maslow2-0>

Courbe d'évolution du web : 1.0, 2.0, 3.0...
<http://tinyurl.com/webilus-EvolutionWeb>

Directeur de la publication: Alain Favier
Impression : Les Francas
Dépôt légal : janvier 2012

Fédération nationale des Francas
10-14 rue Tolain
75980 Paris cedex 20



les francas

L'location en mouvement !

10-14 rue Tolain
75980 Paris cedex 20
Tél. : 01 44 64 21 00
www.francas.asso.fr