Stratégies de communication des universités francophones sur le Web 2.0

Héloïse Nétange

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/ries/1022>

DOI : 10.4000/ries.1022

ISSN : 2261-4265

Éditeur

France Education international

Édition imprimée

Date de publication : 1 avril 2011

Pagination : 12-14

ISBN : 978-2854205916

ISSN : 1254-4590

Référence électronique

Héloïse Nétange, « Stratégies de communication des universités francophones sur le Web 2.0 », *Revue internationale d'éducation de Sèvres* [En ligne], 56 | avril 2011, mis en ligne le 01 avril 2012, consulté le 04 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/ries/1022> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ries.1022>

Ce document a été généré automatiquement le 4 mai 2021.

© Tous droits réservés

Stratégies de communication des universités francophones sur le Web 2.0¹

Héloïse Nétange

- 1 Alors que les universités anglo-saxonnes utilisent les nouveaux médias pour communiquer sur leur institution depuis de nombreuses années, les universités francophones ne s'en emparent que depuis peu. Plateformes de vidéos en ligne et réseaux sociaux sont en effet devenus incontournables pour communiquer auprès du grand public et attirer de futurs étudiants, enseignants et chercheurs.
- 2 Cette tendance s'appuie la plupart du temps sur des outils techniques existants et bien connus du grand public. À chaque établissement de choisir ou créer l'outil le plus adapté au public et aux contenus qu'il souhaite diffuser : vidéos, réseau social, fil d'actualité, etc. Ces nouvelles stratégies de communication représentent un véritable investissement de la part des établissements d'enseignement supérieur pour valoriser leurs activités.
- 3 Nous proposons ici une sélection d'établissements francophones qui ont investi les nouveaux médias du Web 2.0 à destination du grand public. Leurs stratégies de communication sont présentées à partir des outils utilisés, ceux-ci déterminant le contenu mis en ligne.
- 4 Sitographie arrêtée le 9 février 2011.

Les plates-formes audio et vidéo en ligne²

- 5 Deux grandes plateformes d'hébergement de contenus audio et vidéo en ligne ont ouvert des espaces dédiés à l'éducation : *iTunes U* et *YouTube Edu*. Depuis début 2010, ces sites jusque-là essentiellement utilisés par des établissements anglo-saxons, accueillent des ressources francophones : actuellement, une quinzaine de grandes écoles et universités françaises y ont ouvert des pages. Il s'agit pour ces établissements de

gagner en notoriété sur le plan international, en montrant leur dynamisme et la qualité de leurs enseignements.

iTunes U

- 6 *iTunes U* est une application d'Apple. Les établissements peuvent y proposer des accès différenciés : il est possible de mettre en libre accès des conférences et de rendre disponible aux étudiants, sur mot de passe, du matériel pédagogique déposé par les enseignants et complémentaire à leurs cours. L'utilisateur a également la possibilité de s'abonner pour podcaster³ automatiquement les nouveautés de la rubrique qui l'intéresse.

Université de Montréal, Canada

- 7 L'université de Montréal est la première université francophone à avoir ouvert un site sur cette plateforme. Pour le grand public, le contenu est réparti en onze grands domaines. Chaque centre de recherche propose des conférences à podcaster gratuitement. On a notamment la possibilité d'écouter les « grandes conférences » sur la pédagogie universitaire du CEFES (Centre d'études et de formation en enseignement) : <http://itunesu.umontreal.ca/>

Université Pierre et Marie Curie, France

- 8 Considérant la diffusion des savoirs comme faisant partie des missions de l'université, l'UPMC a développé, ces dernières années, un important programme de diffusion de ses enseignements sur le web. Au cours de ses six premiers mois d'existence, la plateforme a connu 30 000 visites par mois et 100 000 téléchargements des 500 vidéos disponibles. En plus des vidéos qui présentent la vie de l'établissement, les colloques et la recherche, certains cours sont disponibles, dans toutes les disciplines enseignées à l'UPMC : <http://itunes.upmc.fr/>.

YouTube Edu

- 9 Il s'agit de la rubrique dédiée à l'éducation du site de vidéos en ligne YouTube. Toutes les grandes universités anglaises et américaines y ont une « chaîne » mettant à disposition des centaines de vidéos. La plateforme a été lancée en France et en Europe en 2009. On peut y visionner des vidéos de visites des campus, des présentations des cursus ou encore des conférences, mais le contenu est généralement moins académique que sur *iTunes U* : <http://www.youtube.com/education?b=400>

HEC Paris, France

- 10 Toutes les vidéos mises en ligne par HEC sur *YouTube Edu* sont en anglais. Certaines d'entre elles sont des présentations des cursus proposés à l'école ou des vidéos de professeurs présentant leur cours et invitant à les podcaster sur la plate-forme *iTunes U*. La chaîne diffuse de nombreuses conférences de personnalités du monde

politique ou économique, comme Muhammad Yunus ou Bill Gates : <http://www.youtube.com/user/HECParis>.

Forum en clips de l'Université de Montréal, Canada

- 11 La chaîne baptisée « Forum en clips » de l'Université de Montréal est un bon exemple de l'utilisation de *Youtube Edu*. Elle est régulièrement alimentée et les vidéos sont regroupées en *playlists* thématiques. Les vidéos les plus regardées concernent majoritairement le sport et la médecine : <http://www.youtube.com/user/forumenclips#p/p/>.

Les web-TV

- 12 Certains établissements ont fait le choix de créer leur propre plateforme de diffusion audio et vidéo. Ils restent ainsi maîtres de l'hébergement de leurs ressources, mais ne bénéficient pas de la notoriété des grandes plateformes.

Canal U, France

- 13 Canal U est un projet lancé en 2000, piloté par la sous direction des TICE (SDTICE) du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et géré par le CERIMES (Centre de ressources et d'information sur les multimédias pour l'enseignement supérieur). Le site propose 5 000 vidéos sélectionnées par les conseils scientifiques des universités numériques thématiques (UNT). Les vidéos, constituées pour un tiers de conférences filmées, sont enrichies de documents pédagogiques (bibliographies, diaporamas, etc.) : <http://www.canal-u.tv/>.

Web-TV de l'Université de Liège, Belgique

- 14 La web-TV est le nouvel outil de communication de l'Université de Liège, en ligne depuis le mois de janvier 2011. Plutôt que d'y diffuser des vidéos de cours ou de conférences, ce qu'elle fait auprès de ses étudiants sur une plate-forme de podcast, cette université a fait le choix de produire des reportages spécifiques pour sa Web-TV. Ils sont répartis en trois rubriques : « Campus », où l'on trouve des reportages sur la vie étudiante, les événements et projets de l'université ; « Labos », rubrique dans laquelle les chercheurs parlent de leur sujet de recherche ; « Amphis », pour tout ce qui concerne les formations et les services proposés par l'université : www.ulg.ac.be/webtv.

UQAM TV, Canada

- 15 Lancée en 2008, la web-TV de l'Université du Québec à Montréal présente les formations, les départements de recherche et la vie étudiante à l'université : <http://tv.uqam.ca/Default.aspx>

Les réseaux sociaux et le micro-blogging⁴

- 16 Les réseaux sociaux permettent aux étudiants et enseignants de contribuer à la vie de leur établissement. Ils constituent également une vitrine de son attractivité.

Facebook

- 17 Le réseau social le plus utilisé au monde, *Facebook* est un espace de diffusion très efficace auprès des étudiants. Ce sont d'ailleurs souvent eux qui ont commencé à l'utiliser pour le compte de leur université ou école, avant que celles-ci ne reprennent la main sur leur identité et les messages qu'elles souhaitent communiquer.

Classement des universités sur *Facebook*

- 18 L'agence de communication Campus Communication effectue régulièrement un classement des universités sur *Facebook*. Le dernier date du mois de novembre 2010 et classe les pages officielles d'universités françaises par nombre de fans : l'Université Lumière Lyon 2, l'Université Pierre et Marie Curie et l'Université de Caen Basse Normandie arrivent en tête : <http://www.mille-watts.com/comcampus/2010/11/classement-des-universites-sur-facebook-novembre-2010/>.

Université Lumière Lyon 2, France

- 19 La page officielle de l'Université Lyon 2, qui compte prêt de 6 000 « amis », est quotidiennement alimentée par des informations sur les actualités de l'université, des liens vers le site Internet ou des vidéos en ligne : <http://www.facebook.com/Universite.Lumiere.Lyon2/>.

Des réseaux sociaux internes

Les Carnets 2, Université Paris Descartes, France

- 20 En ligne depuis 2006 et animé par le département TICE de l'université, ce réseau compte plus de dix mille utilisateurs constitués de personnels administratifs, d'enseignants-chercheurs et d'étudiants. Créé sur mesure, il a l'avantage d'être un espace d'échange, proposant des fonctionnalités plus variées que *Facebook* : des articles écrits par des chercheurs, des partages d'expériences sur l'usage des TICE, un partage de signets, etc. Il sert également de plateforme pour les étudiants en mobilité (étrangers en France ou étudiants français partis à l'étranger), ainsi que pour les activités de recherche : <http://carnets.parisdescartes.fr/>.

Twitter

- 21 La plateforme de micro-blogging aux 105 millions d'utilisateurs fait également l'objet d'un classement des universités. Avec 1 210 abonnés, le fil d'actualité de l'Université de Nantes est le plus suivi des établissements d'enseignement supérieur. Il diffuse

plusieurs fois par jour des informations sur l'actualité des événements qui se produisent à l'université : twitter.com/univnantes/.

NOTES

1. Pour faciliter la lecture, seule la racine des liens Internet est mentionnée. Pour y accéder dans leur intégralité, il suffit de consulter l'article sur le site de la revue : <http://www.ciep.fr/sitographie>.
 2. Voir « iTunes U, YouTube Edu : les stratégies des pionniers français », article de Fabienne Guimont sur Educpros, 11/05/10 : <http://www.educpros.fr/detail-article/h/7c5a9461ff/a/itunes-u-youtube-edu-les-strategies-des-pionniers-francais.html/>.
 3. Le podcasting est un moyen de diffusion de fichiers audio ou vidéo. Il permet aux utilisateurs l'écoute ou le téléchargement automatique de productions audio ou vidéo.
 4. Le « micro-blogging » consiste à diffuser des messages courts (entre 140 et 200 caractères de texte) sous forme de flux.
-

INDEX

Palabras claves : nuevas tecnologías, comunicación, universidad, enseñanza superior

Mots-clés : nouvelles technologies, communication, université, enseignement supérieur

Keywords : new technologies, communication, universities, higher education

AUTEUR

HÉLOÏSE NÉTANGE

Héloïse Nétange est documentaliste au Centre de ressources et d'ingénierie documentaires du CIEP.