électeurs en herbe

Parcours Élections Présidentielles et Législatives

Les politiques sur les réseaux sociaux

OBJECTIVES

- Utiliser des réseaux sociaux de manière responsable pour s'informer sur la campagne électorale en cours et les candidat·es ou listes candidates.
- Apprendre à cartographier et analyser la communication politique sur les réseaux sociaux.

DESCRIPTION

Cette activité a pour objectif, à partir de la création de comptes sur les réseaux sociaux, de cartographier et suivre une communauté de politiques afin d'analyser des publications. Elle propose ensuite de discuter plus largement de la communication politique sur les réseaux sociaux.

MAJOR SKILLS AQUIRED

- Analyser une communication politique sur les réseaux sociaux
- Exercer son esprit critique concernant les informations présentes sur internet

CORE COMPETENCY AREAS

- Domaine 2 : les méthodes et outils pour apprendre

Coopération et réalisation de projets

Médias, démarches de recherche et de traitement de l'information

- Domaine 3 : la formation de la personne et du citoyen

Réflexion et discernement

DURATION

90 minutes

RESOURCES

- Conseil National du Numérique :Et si les réseaux sociaux devenaient une chance pour nos démocratie ?
- Podcast : En finir avec la démocratie grâce aux réseaux sociaux
- Emission Détours (Sciences po) : Analyse : quel est l'impact réel des réseaux sociaux sur les élections ? (17'30")
- Public Sénat (Podcast) :Les réseaux sociaux influencent-ils votre vote ? (22'46")
- Arte : Réseaux sociaux et démocratie (26'01")

REQUIRED MATERIALS

- Connexion internet et ordinateur.s
- Adresse email professionnelle ou créée pour l'activité
- Fiche ***Tableau d'analyse des personnalités politiques sur les réseaux sociaux***

Method

EN AMONT DE L'ACTIVITÉ : CRÉATION DES COMPTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :

- Il est suggéré de prendre connaissance du Guide d'utilisation des réseaux sociaux en classe, développé par le CLÉMI. Notamment, la section "création du groupe classe et du groupe élève" page 17 est utile à la mise en œuvre de l'activité.

- Préparer l'activité en remplissant la section 1 ***Nos réseaux sociaux*** dans le ***Tableau d'analyse des personnalités politiques sur les réseaux sociaux.***
- Choisir les réseaux sociaux et le (ou les) nom(s) des comptes du groupe / de la classe (avec ou sans le nom de la structure / de l'établissement, avec un acronyme ou un nom inventé…).

- Il est préférable que l'animateur·rice utilise une adresse de messagerie professionnelle ou qu'une adresse soit créée spécialement pour l'activité.
- Créer les comptes et compléter les informations relatives au profil de la classe / du groupe (photo de profil, description…) sans toutefois nécessairement renseigner l'ensemble des informations demandées.

Remarque : L'objectif de cette activité n'est pas l'animation de ces comptes et la création de publications mais le suivi d'une communauté d'hommes et de femmes politiques lors de leur campagne sur les réseaux sociaux et l'analyse de leur communication. Cependant, une fois créés, ces réseaux pourront également, à la liberté de l'animateurrice, être utilisés pour d'autres activités et projets.

POUR COMMENCER (5') :

Expliquer aux participant⍰e⍰s les objectifs de l'activité :

- Des comptes sur les réseaux sociaux ont été créés pour le groupe / la classe. Ils et elles vont les utiliser pour s'informer sur les candidat⍰e⍰s ou listes candidates de la campagne électorale en cours.
- Après avoir cartographié la communauté politique à suivre, elles et ils analyseront en groupe quelques publications de politiques et échangeront autour de leur communication sur les réseaux sociaux.
- Attention, il faudra veiller à bien respecter les conditions d'utilisation et de respect en vigueur sur internet et les réseaux sociaux.

ÉTAPE 1 : RELEVÉ DE REPRÉSENTATIONS ET INTRODUCTION (10') :

- Introduire l'activité en échangeant avec les participant⍰e⍰s autour des questions suivantes :
    - À quoi sert la création d'un compte sur les réseaux sociaux en politique ?
    - Comment se servir des réseaux sociaux en politique ?
    - Quelles en sont les avantages et les limites ?
    - Quelles sont les principales différences entre les plateformes (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok…) ?

- Distribuer la section 1. ***Nos réseaux sociaux*** du ***Tableau d'analyse des personnalités politiques sur les réseaux sociaux*** et laisser les participant⍰e⍰s en prendre connaissance.
- Faire des groupes de 2 à 5 participant⍰e⍰s. Idéalement, il y aura autant de groupes que de comptes créés sur les réseaux sociaux. Vous pouvez donc répartir les participant⍰es selon leurs affinités pour tel ou tel réseau social.

ÉTAPE 2 : CARTOGRAPHIE ET CHOIX DE LA COMMUNAUTÉ (20') :

Vous allez suivre une communauté de candidat⍰e⍰s ou listes candidates en campagne :

- Se connecter aux réseaux sociaux et distribuer la section 2. ***Les réseaux sociaux suivis*** du ***Tableau d'analyse des personnalités politiques sur les réseaux sociaux***.
- Demander aux participant⍰e⍰s de réfléchir à la communauté qu'ils et elles souhaitent suivre (comptes officiels de campagne, personnalités et partis politiques, listes citoyennes, etc…) en faisant quelques recherches sur les réseaux sociaux créés.
- Remplir la section 2 collectivement. Il est préférable pour l'étape suivante que les mêmes comptes des candidat⍰e⍰s et listes candidates soient suivis sur les différents réseaux sociaux (dans le cas où ils existent).

Remarques :

- L'animateurrice pourra imposer le suivi d'un ou deux comptes et procéder à un vote à main levée pour les autres comptes suivis, par exemple.
- Il est plus intéressant de suivre une diversité de profils politiques plutôt qu'une communauté politique restreinte ou un parti.

ÉTAPE 3 : ANALYSE DE PUBLICATIONS (20') :

- Distribuer des exemplaires à chaque groupe de la section 3 ***Analyse d'une publication*** du ***Tableau d'analyse des personnalités politiques sur les réseaux sociaux***. Par publication, il est entendu un

message et/ou un contenu publié par une même entité sur un ou plusieurs réseaux sociaux, sur un intervalle de temps relativement court (que vous pouvez fixer à quelques heures ou quelques jours par exemple).

- Faire rechercher et choisir aux participant·e·s une publication à analyser. Idéalement, une “même” publication sur différents réseaux sociaux sera analysée par les groupes. Autrement, chaque groupe pourra choisir sa publication et/ou son candidat, sa candidate ou sa liste candidate.

- Faire remplir aux participant·e·s la section 2 ***Analyse d’une publication*** du ***Tableau d’analyse des personnalités politiques sur les réseaux sociaux*** :

    - Les membres de chaque groupe pourront se répartir les différents sous-sections (Caractéristiques - Nature et contenus - Popularité - Cibles, stratégies et objectifs) ou bien remplir le tableau ensemble au fur et à mesure de leur analyse collective.

Remarque : Vous pouvez également animer cette étape en choisissant une ou plusieurs publications projetées à l’ensemble des participant·es. L’analyse pourra alors se faire indépendamment des groupes. Dans ce cas, vous pouvez passer directement au bilan de l’activité à l’issue de cette étape.

ÉTAPE 4 : RESTITUTIONS ORALES DES ANALYSES (20') :

À l’issue de l’analyse des publications, chaque groupe est amené à restituer oralement à l’ensemble des participant·e·s l’analyse de la publication sur son réseau :

- Un·e rapporteur·e peut être désigné·e par le groupe ou par l’animateur·rice.
- Les différents membres d’un groupe peuvent également rapporter chacun.e des sous-sections.
- Dans le cas où chaque groupe analysait une même publication sur un réseau social différent, cette étape de restitution permettra également aux participant·es de compléter la sous-section Caractéristiques de la publication, et de pouvoir comparer plus efficacement l’utilisation des différents réseaux sociaux.

ÉTAPE 5 : BILAN DE L'ACTIVITÉ (15') :

Reprendre la dernière sous-section Cibles, stratégies et objectifs de la publication du ***Tableau d'analyse*** et rédiger collectivement une ou deux phrases de synthèse :

- Comment résumeriez-vous, en lien avec le profil des cibles identifiées, la stratégie et les objectifs de cette publication sur les réseaux sociaux ?
- Quelles différences et/ou similitudes dans la communication observez-vous entre les candidat·e·s / partis politiques / listes citoyennes ?
- Quel sont vos ressentis concernant la communication politique sur les réseaux sociaux ? Quels sont selon vous ses apports et ses limites ?

Revenir sur les questions des participant·e·s et leur demander ce qui leur a plu et déplu dans l'activité. Souhaitent-ils et elles continuer à utiliser ces réseaux sociaux ? Pourquoi ? Quel projet pourrait être mené ?

VARIANTS AND EXTENSIONS

- En prolongement de cette activité, vous pouvez continuer à animer les réseaux sociaux créés en publiant par exemple des actualités de vos projets d'éducation à la citoyenneté ou en les utilisant pour d'autres activités du parcours, notamment pour la mise en œuvre des autres activités de l'étape 2 ***Je m'informe***.
- Vous pouvez aussi contacter les candidat·e·s et listes candidates suivies pour leur poser les questions des participant·es et transmettre leurs réflexions à l'issue de l'activité.

DISCUSSIONS AND PERSPECTIVES

- En quoi la communication politique sur les réseaux sociaux diffère-t-elle de la communication politique dans les autres médias ? Comment évoluera-t-elle à l'avenir ?
- Est-il obligatoire d'être présent·e sur les réseaux sociaux quand on est une personnalité politique ? Que risque-t-on à en être absente ? Quels en sont les avantages ?