

Rapport d'activités Ciel

année académique 2015-2016

Rédigé par le groupe Ciel
Université de Genève
Janvier 2017

Composition et objectif du Groupe Ciel

Le Groupe Ciel est composé de professionnel-le-s actifs-ives dans le domaine du e-learning, des technologies éducatives et de la pédagogie universitaire à l'UNIGE, et qui désirent partager leurs connaissances et expériences.

Plusieurs services et unités de l'UNIGE sont particulièrement actifs dans ce groupe :

- Service NTICE (de la DiSTIC)
- Division de l'information scientifique (DIS)
- Centre Universitaire Informatique (CUI)
- le Centre de Formation Continue et à Distance
- le pôle SEA
- la cellule MOOCs

La principale mission du groupe Ciel est de s'informer, de collecter, traiter et diffuser des informations à un large public via le [Blog Ciel](#) et les [BarCamps Ciel](#).

Blog Ciel

Le blog diffuse des articles au rythme d'un par semaine. Le contenu est simple afin de permettre à une large communauté de s'informer sur les technologies éducatives et l'innovation pédagogique. D'autres types de billets comme les annonces d'événements, de conférences, de formations sont également publiés. Un processus éditorial gère la publication.

Billets du blog Ciel

Entre septembre 2015 et août 2016, le blog Ciel a reçu plus de 90'000 visites. Ainsi, après plusieurs années d'augmentation, nous constatons une légère diminution du nombre de visites cette année académique (1.5% de baisse par rapport à l'année académique 2014-2015). Si nous regardons plus en détails le graphique ci-dessous, nous nous apercevons que cette diminution a majoritairement eu lieu au mois d'août 2016. Une explication plausible est que depuis la migration de Moodle en 2016, les informations relatives au blog Ciel ne sont plus accessibles. La remise en place de cette fonctionnalité semble donc indispensable.

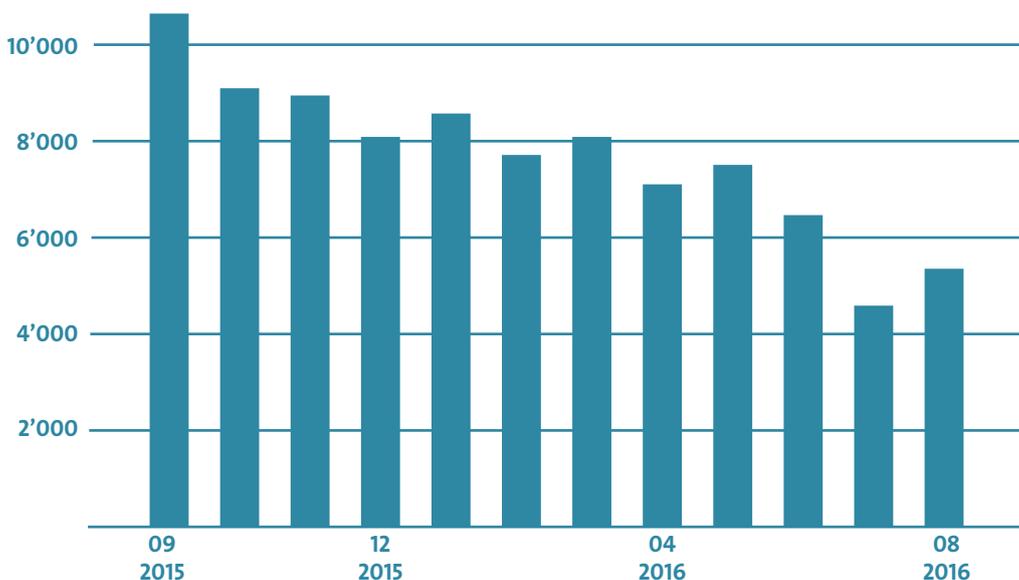


Figure 1. Nombre de visites du blog Ciel pour l'année académique 2015-2016

S'agissant des billets les plus visités, *“5 techniques efficaces pour apprendre”* reste le billet le plus populaire (ceci depuis sa publication en octobre 2013). Viennent ensuite les billets *“Prise de notes: quel outil numérique”* et *“Wifi à l’uni”*. Comme nous le notons chaque année, les billets à destination des étudiant-e-s ont le plus de succès. Notre lectorat semble donc être constitué majoritairement d’étudiantes et d’étudiants.

Sur les 36 billets:

Entre septembre 2015 et août 2016, 36 billets ont été publiés par 13 auteurs différents dont 11 appartenant au groupe Ciel (un billet écrit par un membre de la DiSTIC et un autre par un étudiant). 17 annonces ont également été publiées dans le bandeau défilant du blog, afin d’informer sur les événements à venir, conférences, formations ou appel à contribution. Le rythme de publication reste stable par rapport à l’année précédente.

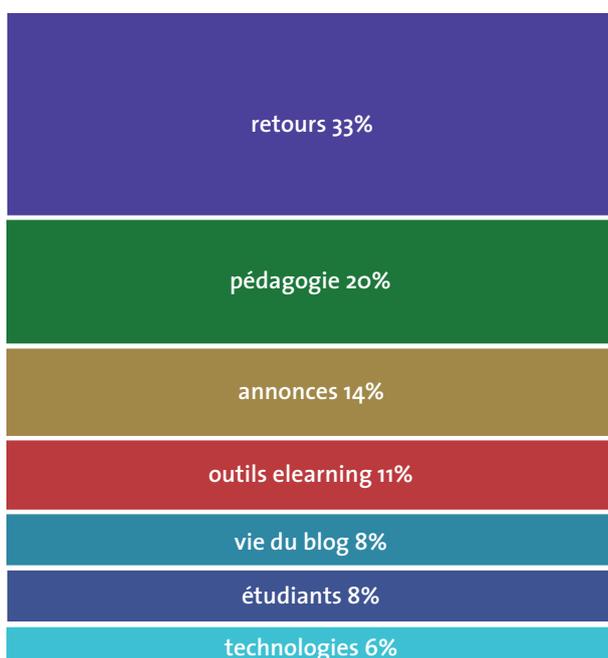


Figure 2. Répartition des billets par thème

Le tiers des billets (soit 12) présentait les retours d’événements (UNIGE et hors UNIGE) auxquels ont pris part différents membres du groupe. Un autre tiers s’adressait au corps enseignant à travers la présentation de méthodes pédagogiques innovantes (7 billets) et d’outils e-learning pour l’enseignement (4 billets). 3 billets s’adressaient directement aux étudiant-e-s pour leur donner des conseils pratiques dans leur apprentissage. Les autres billets traitaient de veille technologique(2), d’annonce d’événement UNIGE (5) et de la vie du blog (rapport d’activité ou annonce de pause dans la publication, 3 billets).

Barcamp

Un BarCamp est une rencontre, une non-conférence ouverte qui prend la forme d’ateliers-événements participatifs dont le contenu est fourni par les participant-e-s qui sont tous placé-e-s, à un titre ou à un autre, en situation de contribuer et d’apporter quelque chose au BarCamp.

Deux BarCamp ont eu lieu:

5 novembre 2015 : le *8ème BarCamp* s'est déroulé dans le cadre des "*Rendez-vous de l'enseignement 2015*" qui avait pour thème "les examens universitaires remis en question". Les cinq tables rondes abordaient différentes modalités de l'évaluation : quiz sur les plateformes Chamilo et Moodle et dans les MOOCs, évaluation formative, évaluation par les pair-e-s et e-assessment. Il a rassemblé une trentaine de participant-e-s.

10 mai 2016 : le BarCamp "Vidéo d'apprentissage" a connu un grand succès puisque près de 80 personnes y ont participé. Trois tables rondes présentaient des réalisations vidéos, une abordait le storytelling, une autre les Google Cardboards et la sixième présentait une enquête sur l'appropriation du matériel vidéo par les étudiant-e-s.

Réseaux sociaux

Ciel est présent sur deux des réseaux sociaux les plus utilisés : *facebook* (ciel.unige.ch) et *twitter* (cielunige). La base des publications sur ces deux réseaux est constitué par les billets du blog Ciel (ciel.unige.ch, billets diffusés également sur le portail UNIGE, dans le flux « Actualités collaborateurs et collaboratrices »), auxquels s'ajoutent les nombreux partages d'autres publications.

De manière générale, l'activité de Ciel sur ces deux réseaux est stable, garantissant ainsi une visibilité continue, mais variable en fonction de l'objet et du moment de la publication.

Twitter

Le hashtag #cielge permet de diffuser de l'information à travers le flux twitter de Ciel, présent sur le site internet e-learning et la page internet du blog Ciel: il a largement été utilisé dans ce but.

L'activité et la visibilité de *ciel@unige* sont nettement en augmentation par rapport à l'année passée: 302 tweets entre début septembre 2015 et fin août 2016, un nombre de « suiveurs » en stagnation (7 nouveaux suiveurs pour un total de 199), nombre total d'impressions pour l'année 33'294, en nette augmentation, et 1196 visites de profil.

Le compte twitter de ciel est bien visible et visité. Parmi les suiveurs, presque autant de femmes que d'hommes (f : 48% ; h : 52%), une majorité de Suisses (38%) et de Français (28%), mais aussi des groupes localisés aux Etats-Unis, au Canada et au Royaume-Uni.

Les tweets les plus lus concernent les thèmes Tech news (79%), Science news (73%), Technology business and news (65%) et Education news and general info (57%).

Le bilan de l'activité de Ciel sur twitter est positif, avec cependant un petit bémol concernant le nombre de suiveurs, en stagnation. L'un des objectifs de l'année 2016-2017 sera d'augmenter ce nombre et d'élargir encore la visibilité de Ciel sur ce réseau.

Facebook

Le public suivant la page facebook de ciel est majoritairement suisse (70%), localisé à Genève, francophone et plutôt féminin.

Ciel est moins actif sur facebook : 140 publications pour l'année 2015-2016. Les réactions sont toujours positives, même si peu nombreuses (194 « j'aime » pour toute la période). Sur les 140 publications, 15 seulement ont une portée de publication dépassant 100 personnes (100 entre 108 et 186, 1 à 210, 1 à 365), avec un « top three » allant jusqu'à 3000 (re-post du 28.12.15 : 10 idées pour l'Université de 2035),

3900 (7.12.15 : billet de blog sur les cours enregistrés) et 5200 (re-post du 24.12.15 : « Smart strategies that help students learn how to learn »). Pour le reste des publications, la portée est comprise entre 50 et 100 personnes, avec seulement 6 ayant atteint moins de 10 personnes.

Le bilan est positif aussi pour ce réseau: les publications sont vues et lues, et une fois sur deux suivies d'une réaction (mentions « j'aime » ou partage). Le nombre total de « fans » (101) reste cependant encore assez faible. Une augmentation de ce nombre ainsi que des réactions, pourrait probablement être atteinte en publiant plus de posts.

En conclusion: l'activité de Ciel sur les réseaux sociaux lui permet de bénéficier d'une plus grande visibilité en diffusant ses billets de blog et en communiquant les activités et actualités liées à l'e-learning à l'UNIGE, non seulement au sein de la communauté universitaire genevoise, mais aussi, plus largement, dans le paysage des hautes écoles suisses et étrangères. Dans ce but, il est important que cette présence soit régulière, soutenue et pertinente: les résultats statistiques de cette année montrent que Ciel est sur la bonne voie.

Conclusion

En analysant les billets publiés au cours de cette période, il est frappant de constater que leur majorité est rédigée par quelques rédacteurs/rédactrices seulement. Si ce constat n'est pas problématique en soi, il apparaît que les sujets traités, par exemple les retours de conférences, n'intéressent qu'une petite frange du lectorat. Les billets les plus lus sont ceux qui offrent des conseils pratiques, opérationnels, aux étudiant·e·s, il est donc important de poursuivre la rédaction de billets s'adressant à ce public.

C'est sans doute l'une des explications à la baisse de fréquentation du blog et le groupe a d'ores et déjà entamé une réflexion pour corriger ce biais à l'avenir. Une des stratégies envisagées sera de nouer (ou renouer) les contacts au sein même du public visé. On pense notamment aux ARE et aux assistant·e·s.