



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

Ciel

Communauté d'intérêts pour l'enseignement en ligne

Rapport d'activités Ciel année académique 2014-2015

Rédigé par le groupe Ciel
Université de Genève
Mai 2016

Composition et objectif du Groupe Ciel

Le Groupe Ciel est composé de différents professionnels actifs 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)
- Centre de formation continue et à distance
- Pôle SEA
- 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 de ces billets.

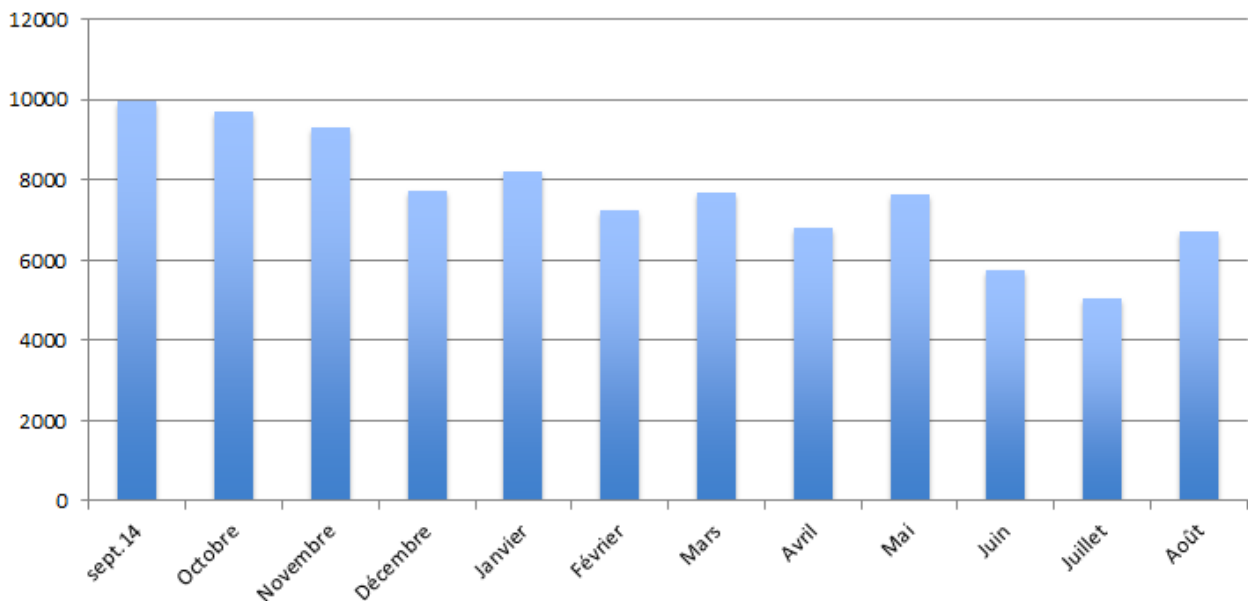


Figure 1. Nombre de visites du blog Ciel pour l'année académique 2014-2015

Le nombre de visites reste quand à lui en constante augmentation avec plus de 7650 visites mensuelles, soit une augmentation significative de 43% par rapport à l'année académique précédente (cf. figure 1).

Entre septembre 2014 et août 2015, **50 billets** ont été publiés par **18 auteurs** différents dont 11 appartenant au groupe Ciel. Les 7 autres appartiennent à l'UDREM, la DiSTIC, TECFA, alumni, DIS et une externe SWITCH. Les billets sont classés ci-dessous selon l'objectif du blog Ciel qu'ils poursuivent :

➔ *Objectif*: PROMOUVOIR LES OUTILS ET SERVICES INSTITUTIONNELS

11 traitaient des outils institutionnels UNIGE, que ce soit les usages, les nouvelles fonctionnalités, les améliorations du service et résultats des enquêtes de satisfaction:

7 sur les outils eLearning : Votamatic, Moodle, Chamilo, Portfolio, Uniboard, TBI de l'UDREM

3 sur les services de la DIS : ebook, harmathèque, archive ouverte (nouveau service et nouvelle fonctionnalité)

1 sur un service DiSTIC : Switch Filesender (nouveau service)

3 billets présentaient des services de l'UNIGE ou des partenaires: eduhub, CIP et fonctionnalités LinkedIn pour les Alumni

➔ *Objectif*: CONSEILLER ET INFORMER LES ETUDIANTS

5 billets rédigés par 2 collaboratrices du pôle SEA s'adressaient directement aux étudiants pour leur donner des conseils pratiques dans leur apprentissage:

3 sur Mediaserver

1 sur les cartes conceptuelles pour la prise de note

1 sur la préparation aux examens

➔ *Objectif*: VEILLE PARTAGÉE

4 billets de veille traitaient de l'identité numérique, la dématérialisation des titres universitaires, le peer instruction et les classes inversées.

2 sont des retours d'expérience sur les serious games et l'apprentissage dans la construction des drones

➔ *Objectif*: INFORMER SUR L'ACTUALITÉ DE L'UNIGE

17 étaient des annonces pour des événements (conférences, Welcomes Days, BarCamps), des ateliers de formation et participation à l'enquête sur podcast TECFA

5 billets étaient des retours sur les événements : AIPU, BarCamps, eduhub days, séminaire sur la vidéo

3 sont des divers : rapport d'activité ou annonce de pause du groupe Ciel pendant les vacances.

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 BarCamps ont eu lieu:

14 novembre 2014 : "[Archive ouverte, mediaserver, Zotero: comment mieux gérer l'information?](#)"

Il a rassemblé une quarantaine de personnes autour de 6 tables rondes qui étaient l'occasion de (re)découvrir les services de l'UNIGE et de faire connaissances avec celles et ceux qui en assurent le bon fonctionnement.

5 mai 2015 : "[7ème BarCamp Ciel](#)" a rassemblé une cinquantaine de personnes autour de 5 tables rondes présentant des technologies éducatives et de l'innovation pédagogique au sein de l'UNIGE.

Réseaux sociaux

Ciel est présent sur les réseaux sociaux (facebook et twitter) depuis plus de cinq ans désormais et figure à ce titre depuis quelques années déjà dans la liste « [L'UNIGE sur les médias sociaux](#) » publiée par le Service de communication sur le site web de l'UNIGE.

Afin de renforcer la diffusion de l'actualité sur l'eLearning au sein de l'UNIGE, les billets du blog Ciel sont aussi diffusés sur le portail, dans le flux « Actualités collaborateurs et collaboratrices ».

Pour des raisons pratiques (ressources et temps à disposition), Ciel se limite à une présence sur deux des réseaux sociaux les plus utilisés : facebook et twitter. Malgré cela, l'activité de Ciel sur ces réseaux a connu une stagnation à l'automne 2014, liée sur twitter à des problèmes techniques ayant limité la possibilité de diffusion de l'information pendant un certain temps, suivie d'une légère reprise au printemps 2015.

Un bilan effectué en juin 2015, ainsi que la résolution des problèmes techniques, ont permis la reprise en main de la situation dès l'été 2015 et une augmentation plus que satisfaisante de la présence de Ciel sur les deux réseaux, grâce à des publications ou partages de publications plus fréquents et ciblés.

Facebook

Les nouvelles mentions « j'aime », la portée des publications et les partages ont connu un pic à la rentrée 2014 (mi-septembre), puis ont stagné ou ont été inexistantes entre l'automne 2014 et le printemps 2015. On observe un regain d'intérêt pour la page Ciel à partir de mars 2015, avec plusieurs pics de portée de publication à 100 et 150 jusqu'en août 2015. Les partages restent très modestes (1 à 2 par publication), tandis que les nouvelles mentions « j'aime » croissent en continu jusqu'en août 2015 (à noter que cette augmentation s'est poursuivie durant le semestre d'automne 2015-2016), suite à la réorganisation de l'été 2015.

Twitter

Le hashtag #Cielge permet de diffuser de l'information à travers le flux twitter de Ciel, visible sur le site internet e-learning, la page internet du blog Ciel et sur la plateforme d'enseignement Chamilo de l'UNIGE et a largement été utilisé dans ce but. Par contre, les « tweets » ont connu un recul, qui s'est traduit aussi par une baisse du nombre de vues du profil de Ciel sur twitter et une stagnation du nombre de « followers ». La réorganisation de la présence de Ciel sur les réseaux sociaux en juin 2015 a permis de faire bondir les chiffres des statistiques, aussi bien en termes de visites du profil que de portée de publications (45 visites de profil en mai, 15 en juin, puis 110 en juillet et 162 en août / portée de publication : de 0 en mai-juin à 3770 en août). Ce regain d'activité (tweets et retweets plus nombreux, augmentation du nombre de comptes suivis) s'est poursuivi durant le semestre d'automne 2015.

En résumé

L'activité de Ciel sur les réseaux sociaux lui permet de bénéficier d'une plus grande visibilité en diffusant ses billets de blog et 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 et les résultats statistiques depuis l'été 2015 montrent que Ciel est sur la bonne voie.

Conclusion

Une augmentation de 43% des visiteurs est certes une performance significative et l'on peut légitimement à la fois s'en féliciter et s'interroger sur ses causes.

Il semble, d'une part, que la collaboration entre les services dont sont issus les membres de la rédaction Ciel apporte une indéniable pluralité de vues. Preuve en est la large palette des thématiques abordées dans les billets du blog, ainsi que la variété des présentateurs et présentatrices des tables de BarCamp. D'autre part, les billets spécifiquement adressés au segment le plus large de la communauté, à savoir les étudiant·e·s, rencontrent un grand succès. A juste titre, puisque ces dernier·e·s sont, au final, les "clients" de l'institution.

En plus du soin à apporter aux médias sociaux, il s'agira dans le futur d'intéresser d'avantage encore la communauté des enseignant·e·s, dont la participation aux BarCamp a tendance à stagner.