

Introduction

Génération des « digitale native », génération Y, plus récemment génération C (pour citoyenne) (Vs Digitale immigrants)

On se fait beaucoup d'idées sur les jeunes et internet, que ce soit en les disant spécialistes d'internet et bien informés, en parlant d'une génération créatrice, d'une génération qui ne sait plus écrire ou en parlant des dangers du net. Attention à ne pas généraliser, les jeunes ont tous des usages différents. Le portrait qui va être fait ne reflète que des tendances.

Ce sont des jeunes qui sont nés avec une souris dans la main, qui ont grandi avec l'informatique et avec internet. Ils ont construit leur vision du monde dans un environnement de jeux vidéo, d'ordinateurs, de téléphones mobiles, de virtualité ; ils ont grandi dans un univers d'images et de sons, d'instantanéité, d'accès immédiat et quasi-illimité à l'information.

1. Jeunes & usages internet

1.1. Usages généraux

1.1.1. Quelques chiffres (11-25 ans)

1% des jeunes n'a jamais navigué sur le web

66% des jeunes déclarent utiliser internet quotidiennement

86% des jeunes ne créent pas de contenus sur internet (plus consommateurs que créateurs, ce qui est à peu près la même proportion que chez leurs aînés).

Le smartphone explose, plus répandu chez les jeunes que chez les professionnels (30% des jeunes de 15-24 / 41% s'en servent pour accéder à internet)

1.1.2. Leurs usages

Ce qu'ils y font ?

1. Regarder des vidéos (91,1%)
2. Ecouter de la musique (90,8%)
3. Jouer (82,3%)
4. Faire des recherches pour soi (78,1%)
5. Discuter (chat + réseaux sociaux) (74,9%)
6. Faire des recherches pour l'école (74,4%)

→ En somme, les mêmes usages que dans le monde physique

1.1.3. Idée reçue : les jeunes sont des spécialistes des NTIC

Si les jeunes sont à l'aise sur internet, ils ne sont pas égaux devant le net et un certain nombre manquent de recul, d'analyse critique et de recul par rapport à la source. Ex : des élèves diront qu'ils ont trouvé l'information sur internet, et si on leur demande le site = Google. On ne vont pas pouvoir estimer qu'un n'est pas nécessairement une source d'information fiable.

Ne pas faire de jeunisme en estimant que parce qu'ils sont jeunes, ils ont intrinsèquement une faculté plus importante à comprendre le fonctionnement des nouvelles technologies. Ils baignent dedans plus jeunes et y sont habitués plus tôt, c'est tout ; ne pas non plus commettre l'erreur de penser que parce qu'ils sont à l'aise avec la technique, ils comprennent et analysent suffisamment bien les sources.

1.2. Les réseaux sociaux

Multiplicité des réseaux sociaux.

- ✓ Réseaux professionnels : Viadeo, LinkedIn ; réseaux géolocalisés : Foursquare ; réseaux photo : Instagram ; réseaux d'intérêt : Pinterest...
- ✓ 62 % des 18-24 ans sont membres de 4 ou plus de 4 réseaux sociaux, contre une moyenne d'utilisation de 2,9 sites

1.2.1. Facebook

Quelques chiffres

22% à l'école

59% au collège

91% des lycéens ont un compte Facebook

Quelques chiffres :

Facebook, c'est...

- ✓ Plus de 800 millions d'utilisateurs dans le monde
- ✓ 24 millions d'utilisateurs en France
- ✓ utilisé par 83 % des 15-24 ans
- ✓ Un membre possède en moyenne 130 amis sur Facebook

Le principe

Le principe : avoir un profil, entrer en relation avec d'autres profils.

Un profil = 1 personne physique

Une page =

Un groupe = un regroupement de personnes partageant un intérêt commun ; plus une espèce de badge, un élément constituant d'une identité (le groupe des personnes venant de telle école primaire, de personnes qui prennent la ligne 6 du métro, de personnes qui aiment les kinder bueno ou qui trouvent telle blague drôle).

1.2.2. Twitter

➤ Quelques chiffres

→ Plus de 465 millions d'utilisateurs dans le monde

→ 5 millions d'utilisateurs en France

→ 37% mettent leur statut à jour via leur téléphone

→ 200 millions de « tweets » ou messages par jour

→ Très investi par les journalistes et les blogueurs influents

→ Parmi les jeunes : investi par les étudiants, peu par les autres (20%)

➤ Le principe

→ **Twitter** est un outil de réseau social et de microblogage qui permet à l'utilisateur d'envoyer gratuitement des messages brefs, appelés *tweets* (« gazouillis »), par Internet, par messagerie instantanée ou par SMS. Il n'y a pas de commentaires sur Twitter et on n' a pas d' « amis », mais on suit les publications de telle ou telle personne. Les personnes qu'on suit ne nous suivent pas forcément.

On peut rendre ses messages privés, mais ce n'est pas l'idée. On y trouve donc moins de publications intimes que sur Facebook, mais plus des messages sur l'actualité au sens large (politique, sociale, culturelle, sportive, etc.). Twitter est très utilisé pour faire passer des informations, par des journalistes (tous les grands groupes de presse y sont, mais aussi des journalistes en leur nom propre) mais aussi par des non-professionnels. C'est un outil de propagations d'informations, souvent sur le ton humoristique, mais aussi de propagation de rumeurs.

1.2.3. Google +

- ✓ Lancement de la version test début juillet 2011 avec inscriptions sur invitation
- ✓ 10 millions d'utilisateurs revendiqués en deux semaines, 90 millions aujourd'hui
- ✓ Un réseau social qui bénéficie de l'expérience de ses prédécesseurs, notamment Facebook et Twitter
- ✓ Un concurrent avec trois points forts :
 - Google possède déjà une notoriété, un public et une position ultra-dominante dans le domaine de la recherche de contenus
 - Le réseau social est lié à une multiplicité d'autres services (Gmail, Picasa, Google Reader, Google analytics... le tour sur un seul compte !)
 - Google + a tiré profit de l'expérience des réseaux sociaux antérieurs pour proposer une meilleure gestion de la vie privée et de plus larges fonctionnalités.
- ✓ Mais pour le moment, malgré ces atouts, un réseau social qui génère beaucoup moins de trafic que Facebook et sur lequel on passe beaucoup moins de temps. C'est un réseau social majoritairement apprécié et utilisé par les « geeks ».

1.3. Que font les jeunes sur les réseaux sociaux ?

1.3.1. Les usages généraux...

Pour 80%, c'est un usage passif (consultation) ; 20% ont un usage actif (contribution, sollicitation d'autres membres...).

Les pratiques sont différentes selon l'âge ; les plus jeunes s'y inscrivent pour jouer (il y a beaucoup de jeux sur Facebook) ; à l'adolescence, c'est la communication avec les pairs qui prime.

Ils s'y rendent pour :

- Consulter les messages et photos de leurs amis
- Discuter en ligne (via le chat surtout, mais aussi via les messages privés, messages sur le mur)
- Consulter les liens, vidéos publiés par leurs amis
- Commenter les activités de leurs amis
- Mettre leurs propres activités en ligne

A noter : ils sont très majoritairement en lien avec des amis qu'ils ont rencontré dans le monde physique, beaucoup plus qu'avec des personnes rencontrées sur le monde virtuel. Avec ces personnes, ils sont parfois « amis » mais échangent peu avec les inconnus.

La plupart du temps, il s'agit de contenu personnel (photos et vidéos de soirées, de vacances...) mais il peut également s'agir de contenus jugés intéressants, le plus souvent pour leur côté insolite ou humoristique.

Twitter fait figure d'exception sur cet aspect : si certains s'en servent également pour du contenu personnel et du contenu léger, on y trouve énormément de contenu engagé, politisé et de contenu politisé. C'est sur Twitter que se propagent les informations le plus rapidement.

1.3.2. Une socialisation différente

Comme vu précédemment, les réseaux sociaux sont une transposition en ligne des réseaux d'amitiés existant déjà dans la « vie réelle » ; ils sont pourtant un outil de socialisation et surtout un lieu différent, ce qui induit forcément des changements.

➤ **Construction de l'identité**

A l'âge où le jeune construit son identité, les réseaux sociaux sont un lieu où on peut s'affirmer. La parole est plus facile et plus libre.

Avec internet, les jeunes explorent énormément leur identité. D'abord à travers des pseudos et des avatars, et donc l'anonymat (dans les chats, les blogs, les jeux...), qui leur permettent d'explorer diverses facettes de leur identité. A travers les réseaux sociaux et donc l'identité propre (dans la majorité des cas), c'est une autre approche.

Les réseaux sociaux permettent d'afficher l'appartenance à un groupe, d'être « membre de », ce qui est tellement important à l'adolescence. C'est un lieu pour se révéler et construire son identité dans la communauté. Les adolescents utilisent les réseaux sociaux pour apprendre à vivre en société, pour nouer ou garder des contacts avec leurs pairs.

➤ **Lieu de socialisation**

Les réseaux sociaux, qu'on présente souvent comme dangereux pour la socialisation et dont beaucoup de parents ont peur, sont en fait des outils de socialisation. Là où, en sortant de cours, les lycéens se retrouvaient chez l'un d'entre eux ou dans un quelconque lieu public, certains vont maintenant rentrer chez eux et discuter – comme ils le feraient face à face – mais sur Facebook. C'est un point de rencontre, un « squat » avec une utilisation massive de la messagerie instantanée, qui leur permet notamment de garder le contact avec des amis éloignés géographiquement.

La différence principale réside dans le fait que, pour les personnalités timides par exemple, il est plus facile de s'exprimer. Enfin, si c'est valable pour une minorité de cas, certaines communautés, certains réseaux de jeux poussent à termes les joueurs à se rencontrer, se posant à nouveau comme espace de socialisation d'abord numérique puis physique.

➤ **Les mêmes tendances que dans le monde physique.**

« Lieu » de socialisation différent, on y retrouve en fait les mêmes tendances qu'on retrouverait dans le monde physique, avec le bon comme le mauvais. Si c'est un lieu où garder contact avec ses amis, où organiser les

rendez-vous et les sorties, beaucoup de jeunes témoignent aussi s'être déjà fait insulter sur les réseaux sociaux. On retrouve également des schémas de domination, de dominés et de dominants ; sur Facebook, c'est avec le nombre d'amis, de commentaires, d'identifications sur des photos de groupe qu'on juge de la popularité de quelqu'un. Ne pas avoir de commentaires sur un statut, ne pas avoir beaucoup d'amis sur Facebook, ça peut être aussi douloureux que l'ostracisme au collège, au lycée.

Comme à l'école, au collège ou dans les loisirs, on retrouve une même hésitation à partager certaines informations qu'on estime gênantes : le fait d'être chrétien, par exemple, voire d'être scout dans certains endroits !

A l'inverse, il ne semble pas discriminant pour la vie sociale de ne pas être présent sur els réseaux sociaux.

➤ **Un nouveau rapport au privé**

Le danger du rapport au privé est bien souvent pointé du doigt par les médias. Et effectivement, on entend régulièrement parler de licenciements suite à des informations publiées sur Facebook : critiques de l'employeur, photos de soirée publiées alors qu'on en congé maladie... On entend moins parler d'embauches qui n'aboutissent pas parce que le recruteur a consulté le profil Facebook du candidat et qu'il y a trouvé des infos qui ne lui plaisent pas, pourtant le cas se présente aussi.

Des dangers liés au fait de ne pas faire attention à ce qu'on publie existent, c'est un fait.

De plus, quand on crée un compte sur Facebook, toutes les informations sont par défaut publiques et ouvertes à tous. C'est à l'internaute d'aller chercher les paramètres de confidentialité et de choisir, parmi les dizaines et dizaines de possibilités, quelles informations il veut rendre public, quelles informations garder privées et à qui les communiquer. Mais même en dehors de ces paramètres, la facilité et la rapidité avec laquelle on peut partager les informations font souvent perdre la notion de vie privée et d'intimité – aux jeunes comme aux adultes, qui se retrouvent à partager des informations qu'ils n'auraient sans doute pas partagées aussi largement dans le cadre d'une conversation physique.

En outre, quand on publie une information sur internet (et particulièrement sur les réseaux sociaux), elle ne nous appartient plus vraiment. Les autres internautes peuvent la copier et la partager ; au moment où on veut la supprimer, il peut déjà en exister des dizaines de copies et c'est trop tard pour arrêter sa diffusion.

➤ **Des outils qu'il faut apprendre à utiliser**

Mais il faut garder en tête, une fois de plus, que Facebook comme Twitter ne sont que des outils. Le danger ne réside que dans l'utilisation qu'on peut en faire, et si des contenus qui peuvent être dommageables à l'internaute sont publiés, c'est de son ressort. D'où l'importance de ne pas diaboliser les réseaux sociaux ou vouloir les interdire (ils se connecteront de toutes façons au collège ou au lycée) mais plutôt d'expliquer et accompagner la démarche.

➤ **Des jeunes moins naïfs qu'on le croit**

D'après des enquêtes, les jeunes ont d'ailleurs conscience de l'impact que peuvent avoir les réseaux sociaux sur leur vie privée ; si 92% des enfants et adolescents possédant un compte Facebook se sont inscrits avec leur véritable identité, ils sont 81% à avoir cherché à modifier les paramètres de confidentialité de leur compte... ce qui représente un pourcentage plus élevé que chez les adultes !

1.3.3. De nouvelles façons d'accéder à l'information

➤ **Les réseaux sociaux comme source d'informations**

Comme vu précédemment, 62 % des 18-24 ans sont membres de 4 ou plus de 4 réseaux sociaux, contre une moyenne d'utilisation de 2,9 sites. Les jeunes fréquentent à présent plus de réseaux sociaux que de sites (à noter que les sites qu'ils fréquentent le plus vont être des plateformes de partage en ligne, des plateformes d'hébergement de blogs, des sites de questions réponses ou des forums de questions pratiques)

L'information n'est pas anodine. Une enquête réalisée l'été 2010 par la Conférence des Evêques de France montre que, si la première façon d'accéder à l'information pour les jeunes reste la recherche Google (à 94%), la seconde est le partage de liens, vidéos ou photos sur les flux d'actualité Facebook. Les internautes visitent plus ces liens que les liens proposés sur les sites internet qu'ils fréquentent régulièrement, et cette tendance s'accroît chez les plus jeunes.

➤ **Une sélection de l'information par les pairs**

Il s'agit, en fait, d'une sélection de l'information par les pairs.

L'enquête de l'Observatoire de la confiance réellement publiée sur l'indice de confiance des jeunes montre que les jeunes n'ont aucune confiance ni dans le gouvernement ni dans les médias (72% des jeunes disent ne pas avoir confiance dans les médias), tandis qu'ils ont en revanche une confiance très forte en leur famille et leurs amis. Ce sont donc les jeunes qui se font les prescripteurs d'information pour leurs amis. Et comme dans le monde physique, on y retrouve des « influents » qui créent ou qui partagent et proposent du contenu et ceux qui sont plus passifs et se contentent d'accéder à cette information.

Les sites ne sont finalement plus que des supports, qui sont nécessaires aux réseaux sociaux parce que ne peut pas vraiment y créer de contenus propres (seulement les mettre en lien), mais ces supports, ces sources, n'ont plus d'importance.

2. Eglise, jeunes & réseaux sociaux

2.1. Une opportunité pour l'Eglise

Dans ce chapitre, je parlerai principalement de Facebook : c'est le réseau social qui rassemble le plus les jeunes.

2.1.1. Pourquoi l'Eglise devrait-elle être présente sur Facebook ?

→ Pour rejoindre les jeunes et les personnes en recherche : ils y sont tous ; Facebook permet de les rejoindre dans leur univers mais aussi, à travers eux, de rejoindre leurs amis etc. Ne pas être sur Facebook aujourd'hui équivaldrait à ne pas utiliser l'imprimerie après son invention.

→ Être un lieu d'évangélisation : Facebook est un lieu de rencontre et de lien, mais aussi un lieu d'interactivité, d'écoute et de dialogue. C'est par là qu'on peut toucher les publics les plus divers, donc c'est un lieu d'évangélisation.

→ Pour proposer un lieu d'appartenance à une communauté : sur Facebook, l'appartenance est un concept primordial. Les internautes appartiennent à des groupes d'intérêts communs, à des réseaux, ils sont fans de marques, d'entreprises, d'associations... C'est aussi un lieu où on peut appartenir à une communauté chrétienne, dialoguer, tisser des liens, revendiquer une identité catholique.

2.1.2. Opportunité pour la communication vers les jeunes

Qu'est-ce que Facebook peut apporter à la communication vers les jeunes ?

→ Un lieu d'interactivité où on peut animer une communauté virtuelle : Facebook peut être un complément des sites institutionnels où la parole peut être plus libre, plus décalée, et où les internautes peuvent réagir et participer.

→ Une caisse de résonance pour votre site (si vous en avez un) et vos actions. Une information transmise sur Facebook peut être reprise et diffusée par ceux qui l'ont reçue à leurs amis, qui peuvent la diffuser à leur tour.

→ Contrôler son image sur Facebook : n'importe qui peut créer un compte (un profil, une page, un groupe...) à n'importe quel nom.

2.1.2. Inconvénients et points de vigilance

→ Le temps pour la mise à jour et la modération : Facebook est conçu pour être très simple et la mise en ligne est relativement rapide quand on connaît, mais il y a malgré tout un minimum de temps à y consacrer pour alimenter la page et vérifier les commentaires des internautes.

→ L'absence de contrôle : Facebook reste maître des groupes et pages qui peuvent être supprimés sans préavis ; l'univers graphique ne peut pas être modifié et les fonctionnalités peuvent évoluer du jour au lendemain.

→ Une absence de relation directe : la relation n'est que numérique ; elle doit pouvoir aussi passer par la rencontre réelle.

→ Un risque d'exclusion : il faut penser aux jeunes, même s'ils sont de moins en moins nombreux, qui n'ont pas internet ou n'utilisent pas Facebook et qui ne peuvent pas être rejoints par ce média.

→ La possibilité de dérives : sur Facebook, la plupart des gens interagissent avec leurs vrais noms, ce qui limite un peu les commentaires agressifs ; mais d'autres utilisent des pseudos et le fait d'être derrière un écran désinhibe ; il faut donc être vigilant !

2.2. Etat des lieux

Etat des lieux sur la présence des pastorales de jeunes et des groupes et mouvements de jeunes sur Facebook / Twitter. La liste des pages et comptes repérés n'est pas exhaustive, la recherche s'est heurtée à deux difficultés : les noms des comptes ne sont pas harmonisés (particulièrement sur Twitter – on peut avoir « Pastorale des jeunes de... » ou « Jeunes du... ») ; les comptes Facebook / Twitter ne sont pas toujours liés sur la page d'accueil.

| | Facebook | | Twitter | |
|---|----------|----------------------|----------|------------------------|
| | Présents | Nombre moyen de fans | Présents | Nombre moyen d'abonnés |
| Pastorales de jeunes | 30 | 200 | 4 | 50 |
| Groupes et mouvements de jeunes reconnus par l'Eglise catholique (12) | 8 | 2 885 | 4 | 218 |

2.2.1. Profils Facebook & comptes Twitter des pastorales de jeunes

➤ Nombre de profils

La recherche a repéré 30 pages, parmi lesquelles 7 profils, 19 pages, 11 groupes

La moyenne de fans ou amis par page / profil / groupe est de 200 (à noter que la même recherche effectuée en 2011 recensait 36 pages / profils / groupes mais avec seulement 94 amis).

4 sont présentes sur Twitter avec en moyenne 50 abonnés.

➤ Activité

Que font ces pastorales des jeunes sur Facebook et sur Twitter ?

Sur Facebook :

→ Les informations les plus fréquentes sont les informations de proximité. Les pastorales des jeunes publient sur Facebook des informations sur les événements à venir ou éventuellement des compte-rendu d'événements passés, voire des invitations à des événements. Ce sont des publications assez fédératrices parce que les jeunes se sentent concernés, parce qu'ils sont impliqués.

→ Ensuite, les pastorales de jeunes publient, pour la plupart, des contenus humoristiques en lien avec la foi ou l'Eglise, souvent des vidéos. Ce sont aussi des contenus fédératrices, viraux ; le public aime, commente et partage souvent ces publications.

→ Enfin, elles publient des articles venant de sources extérieures et leur paraissant pouvoir intéresser les jeunes (souvent des articles sur le monde des jeunes)

Sur Twitter :

→ Les pastorales de jeunes sont peu actives sur Twitter.

→ Pour celles qui sont actives : certaines reprennent automatiquement des flux de Facebook ou des flux RSS, par exemple de Jeunes Cathos Blog. Sinon, les publications concernent ultra majoritairement des événements à destination des jeunes ; il y a beaucoup moins que sur Facebook cette transmission d'articles, de contenus intéressants ou humoristiques. Très peu de retweets, très peu d'interactivité.

2.2.2. Profils Facebook & comptes Twitter des groupes et mouvements de jeunes

➤ Nombre de profils

Parmi les 12 groupes et mouvements de jeunes reconnus par l'Eglise, 8 sont présents sur Facebook (chacun avec une page), avec en moyenne 2 885 fans (très disparate, ça va de 10 pour la plus faible à 8 683 pour la page la plus « likée »). 4 sont présents sur Twitter avec en moyenne 218 abonnés.

➤ Activité

Sur Facebook :

→ Pour les groupes et mouvements, il n'y a pas ou très peu d'informations locales. Le contenu principal, ce sont des informations nationales : soit de grands événements, soit des initiatives, des campagnes, des actions lancées par le mouvement.

→ Certains publient parfois des actualités, des grands projets d'autres groupes et mouvements de jeunes, mais le plus souvent, les informations restent centrées sur le mouvement qui publie.

→ Ils publient, enfin, des articles et informations qu'ils estiment être intéressants pour les jeunes (ou parfois pour les animateurs, plus rarement), dans des domaines variés : social, environnemental, médias...

Sur Twitter :

→ On retrouve le même type de communication sur Twitter. Assez peu de retweet, assez peu d'interactivité.

2.2.3. Au niveau national : Jeunes Cathos Blog

Jeunes Cathos Blog est un blog de réflexion sur l'actu lancé en mai 2011 avec la béatification de Jean-Paul II. Il publie deux fois par semaine des réflexions ou témoignages sur l'actu des jeunes cathos en France. Il est présent sur Facebook et Twitter depuis sa création, sur Google + depuis récemment.

Sur ces trois réseaux sociaux, on publie tous les articles du blog, mais pas seulement.

Sur Facebook :

→ Sur Facebook, la page Jeunes Cathos Blog privilégie les contenus vidéo, images, humoristiques. Ces contenus sont ceux qui plaisent le plus.

Sur Twitter :

→ Sur Twitter, on diffuse de petites informations rapides qui ne font pas l'objet d'articles.

Sur les deux :

→ On essaie de privilégier l'interactivité. Quand un article est en lien avec un personne, un groupe ou mouvement qui a son compte sur Facebook ou Twitter, on le cite. On répond systématiquement aux questions des internautes. Et on suit, sur les deux réseaux sociaux, une liste de comptes intéressants dont je partage régulièrement les informations (ce qui permet, de fait, d'avoir une ligne éditoriale différente sur Facebook et sur Twitter)

[2.3. Quelques bonnes pratiques](#)

2.3.1. Bonnes pratiques pour les réseaux sociaux en général

→ Définir avant de créer sa page les objectifs de la présence sur le réseau social, la ligne éditoriale et les modalités de mise à jour (qui, quand, comment) ; avoir une page vide, c'est contre-productif.

→ Avoir un nom clair et simple.

→ Lier son compte sur son site.

→ Faire des mises à jour régulières : il vaut mieux faire une mise à jour de temps en temps, que se publier un jour et publier dix actualités d'un coup. Il est important de publier régulièrement : les publications des pages qui ne publient jamais ne remontent pas dans le fil d'actualité du public. Si on ne peut pas la mettre à jour, mieux vaut s'abstenir.

→ Les contenus : Les premiers contenus à mettre sur votre page Facebook peuvent être tout simplement des contenus de votre site, ceux qui semblent les plus intéressants pour votre public. Cette pratique permet la circulation de l'information. Les utilisateurs de votre page, après avoir reçu l'information, peuvent ensuite la partager à leurs amis qui peuvent la diffuser à leur tour, etc. C'est la viralisation de l'information. Ces contenus peuvent s'accompagner de contenus additionnels provenant d'autres sites ou plateformes. Les contenus qui intéressent le plus les jeunes sont les contenus multimédia (notamment la vidéo, mais également la musique), les contenus légers et humoristiques mais surtout les retours et témoignages d'événements.

→ Dans la mesure du possible, essayer de solliciter le public : leur poser des questions, leur demander leur avis, les remercier quand ils commentent ou partagent des articles... Jouer le jeu de l'interactivité : répondre à leurs questions.

→ Facebook est le réseau social le plus utilisé, mais pour le contenu multimédia, il faut également penser aux plateformes vidéo (Youtube, Dailymotion...) qui permettront une réelle diffusion de vos vidéos si vous en créez.

2.3.1. Bonnes pratiques spécifiques à Facebook

→ Choisir entre faire une page et un groupe. Une page permet de diffuser des informations ouvertes, c'est plus une vitrine ; un groupe est un regroupement de personnes qui ont un intérêt commun. Si l'objectif de la présence sur Facebook est de diffuser ses informations et d'augmenter sa cible, il faut créer une page ; si c'est de fournir

un canal de communication à un groupe de personnes autour d'un thème donné, on peut créer un groupe. Pas de profil !

→ Ne jamais se contenter de publier un lien, une image, une vidéo, sans remplir le champ « commentaire » permettant de l'accompagner. Un lien « sec » n'attire personne. Il vaut toujours mieux rajouter une petite phrase ; c'est aussi l'occasion de s'adresser à son public, de les mettre à contribution, de leur poser une question... La page paraîtra moins institutionnelle, moins « froide », et l'internaute n'aura pas l'impression que les informations sont juste importées de votre site internet mais au contraire que la page est faite spécialement pour lui.

→ Être vigilants sur les commentaires

→ Privilégier le contenu multimédia, utiliser les fonctionnalités de Facebook (créer des événements...)

2.3.1. Bonnes pratiques spécifiques à Twitter

→ Etant donné que les jeunes y sont encore assez peu, il ne faut pas forcément perdre son temps à être présent à la fois sur Facebook et sur Twitter, mais il est possible de synchroniser Facebook et Twitter au besoin, pour que la mise à jour soit automatique.

→ Twitter est plus utile pour toucher les personnes « influentes », blogueurs et journalistes.

→ Dans le cas d'une présence sur Twitter, il faut se familiariser en profondeur avec le réseau social. Il possède des codes et des principes particuliers et spécifiques, qu'il faut apprendre à maîtriser et à utiliser : par exemple, l'utilisation de mots-clefs avec un # qu'on appelle hashtag, permettant de « tagger » un tweet. Ou encore le Follow Friday, qui incite les gens, le vendredi, à conseiller des comptes à suivre. Ces usages sont particuliers, mais il est intéressant de les maîtriser pour avoir l'utilisation de Twitter la plus optimale possible.

Conclusion

Aujourd'hui, alors que les jeunes consultent de moins en moins de sites au profit des réseaux sociaux, Facebook est le média incontournable pour communiquer auprès d'eux. Malgré quelques inconvénients (le fait de ne pas avoir la main sur l'outil, le temps nécessaire à l'alimentation d'une page Facebook, la vie privée...), c'est un formidable outil de diffusion et de viralisation d'information ainsi qu'un lieu idéal pour créer une communauté virtuelle et permettre des échanges peut-être plus libres.

Par là-même, en rejoignant des jeunes qui ne seraient pas atteints autrement, par l'intermédiaire de leurs amis, Facebook peut être un lieu d'évangélisation, à condition de savoir y utiliser les outils des jeunes (vidéos, musique...) et de savoir, dans cette communauté, adopter un ton léger et personnel.