

Audencia ouvre ses salles de classe à Twitter

Par Valérie Landrieu, journaliste | 27/01/2014

La business school Audencia a mené une expérience avec le réseau social pour dynamiser les séances de soutenance de projets en entrepreneuriat. Pari gagné.

La question, pour les enseignants, est traditionnellement plus de savoir comment **éloigner les étudiants des réseaux sociaux** pendant leurs cours que de les inviter à s'y connecter. Certes quelques rares initiatives avant-gardistes de professeurs ont vu le jour dans les écoles primaires et les lycées professionnels, au cours des dernières années. Il s'agissait notamment avec Twitter, de favoriser l'apprentissage de la prise de notes et l'esprit de synthèse ; avec l'école numérique, de façon globale, il s'agit de retenir l'attention d'une audience peu captive, une problématique pas toujours résolue avec les élèves de l'enseignement supérieur.

Gilles Certhoux, professeur d'entrepreneuriat à Audencia Nantes, s'interrogeait, lui, sur la façon de dynamiser les séances un peu molles de soutenances de projets des étudiants de deuxième année, quand deux élèves de troisième année, entrepreneurs du net incubés à Audencia, lui ont soufflé la réponse : le **recours à Twitter**. Sept classes, 268 jeunes « cobayes » et 47 projets plus tard, l'enseignant n'est pas mécontent du résultat obtenu, lui qui, n'est pas ce que l'on peut appeler un aficionado du réseau social. **95% des élèves** ayant répondu au questionnaire passé en ligne après l'expérience, **ont considéré que le réseau social avait dynamisé les cours**. « *Je cherchais un moyen de lutter contre la passivité des étudiants pendant que les autres soutiennent leur projet, et je me demandais comment accroître le temps des questions* », raconte-t-il. « *L'utilisation des réseaux sociaux leur communique l'envie de participer.* »

Participer en cours en passant par Twitter

Les étudiants ont pu intervenir en direct, **poser des questions, contredire** ce qui était exposé, l'équipe présentant son projet ayant la possibilité de **désigner un community manager** pour échanger avec la salle. L'enseignant se réjouit d'autant plus que **57% des élèves n'avaient jamais utilisé Twitter** avant ces séances. « *Les questions ont été nombreuses, les échanges directes et les réponses rapides* », explique Gilles Certhoux. À ces vertus libératrices (de parole) s'ajoute le **sens du collectif**.

L'intérêt d'utiliser les réseaux sociaux en cours est de « *montrer aux étudiants qu'ils peuvent être exploités à des fins réellement collaboratives, et pas simplement pour parler de soi* », explique Emmanuelle Bernardin, responsable de la cellule d'innovation pédagogique d'Audencia. Ce sens de la « communauté » a été évoqué en 2010 par un universitaire américain, Reynol Junco, qui planchait sur « *L'effet de Twitter sur l'engagement et les notes des étudiants de collèges (sens américain)* ». « *L'utilisation des réseaux sociaux leur communique l'envie de participer tout en leur donnant un sentiment d'appropriation et de contrôle du contenu* »,

analyse Emmanuelle Bernardin. L'expérience Twitter sera bientôt présentée à l'ensemble du corps professoral de la business school.

Écrit par Valérie Landrieu, journaliste