



Document stratégique sur les médias sociaux

Février 2016

1. Objectifs

Toutes nos activités utilisant les médias sociaux s'appuient sur les trois objectifs principaux de l'ICA, tels que mentionnés dans le *Plan d'action stratégique 2014 - 2018 de l'ICA* (disponible en ligne à l'adresse suivante: <http://www.ica.org/17036/reference-documents/ica-strategic-implementation-plan-20142018.html>):

- Repositionner les archives comme un gage de bonne gouvernance, de transparence administrative et de responsabilité démocratique (« Améliorer la prise de conscience » dans l'ancien document)
- Suivre et influencer le développement et l'utilisation de nouvelles technologies, en tenant bien compte de tous les enjeux d'accès à l'information, de la protection des droits des citoyens et de la préservation de la mémoire collective qu'implique la gestion des archives
- Appuyer les professionnels de l'archivage (en particulier dans l'acquisition de nouvelles capacités et compétences) (selon le document de 2008) pour leur permettre de relever le double défi que représentent la gestion des documents numériques et celle des archives sur supports traditionnels.

Nos objectifs sont en accord avec le Plan de travail et les objectifs du Groupe d'experts en sensibilisation, tel que développé ci-dessous:

<i>Objectifs: que voulons-nous accomplir?</i>	<i>Public cible: A qui cela s'adresse-t-il?</i>	<i>Stratégie: Comment pouvons-nous atteindre cet objectif?</i>	<i>Impact: Pourquoi est-ce important?</i>	<i>Contenu du message</i>
Promouvoir l'utilisation de la Déclaration universelle sur les archives (DUA) qui est un pilier central du programme de sensibilisation de l'ICA	Membres du domaine des archives et membres du public	En expliquant la signification des différentes sections de la DUA et leur pertinence pour le secteur et le grand public	La DUA souligne la pertinence des archives pour la société en général et l'importance de l'accès. La sensibilisation à la DUA, d'une part, aidera ceux qui sont impliqués dans le secteur des archives à définir leurs objectifs, et d'autre part, contribuera à modifier l'image publique des archives d'exclusive ou intimidante à ouverte et accueillante, à partir de perspectives différentes.	Les concepts clés expliqués à l'aide d'exemples concrets; le registre des signatures (y compris les étapes importantes); les rapports sur comment d'autres groupes utilisent la DUA
Promouvoir la sensibilisation aux archives en général ; offrir de l'expertise en sensibilisation en cas de besoin	Membres du public	En soulignant la façon avec laquelle les archives collaborent avec leurs parties prenantes (collectivités, organismes, entreprises, gouvernements , utilisateurs, etc.) dans des pays et contextes différents	Tel que ci-dessus	Messages basés sur des exemples concrets, tels que des projets mettant l'accent sur l'élargissement de la participation et l'inclusion; l'utilisation des archives dans les processus politiques et sociaux (la réconciliation, les questions de droits de l'homme, etc.) ; les archives à risque et l'impact des archives endommagées ou détruites; présentant

				également les archives en tant que profession (ce qui la rend spéciale?) et soulignant l'importance de la préservation et en même temps de l'accès
--	--	--	--	--

<i>Objectifs: Que voulons-nous accomplir?</i>	<i>Public cible: A qui cela s'adresse-t-il?</i>	<i>Stratégie: Comment pouvons-nous atteindre cet objectif?</i>	<i>Impact: Pourquoi est-ce important?</i>	<i>Contenu du message</i>
Développer et promouvoir une boîte à outils pour aider les archivistes à traiter avec les médias et / ou utiliser les médias pour promouvoir les archives	Domaine des archives	En initiant une discussion à propos de ce qui pourrait constituer une boîte à outils pour faciliter les relations avec les médias; en engageant les membres de la profession dans le processus de conception de la boîte à outils par production participative (crowdsourcing)	Ceci fournira une plateforme pour partager des expériences et des connaissances et pour identifier les différences, encourageant ainsi l'esprit de corps au sein du secteur des archives et le renforcement du réseau international des archives.	Recueillir des points de vue en ce qui concerne les conditions et les besoins locaux, impliquer d'autres personnes dans la conception de la boîte à outils; diffuser des images promotionnelles

Objectifs: que voulons-nous accomplir?	Public cible: A qui cela s'adresse-t-il?	Stratégie: Comment pouvons-nous atteindre cet objectif?	Impact: Pourquoi est-ce important?	Contenu du message
Promouvoir les activités liées à la sensibilisation et augmenter la présence en ligne de ces activités; offrir de l'expertise en sensibilisation en cas de besoin	Membres du domaine des archives et membres du public	En incluant des messages réguliers qui se rapportent directement à la sensibilisation	Tel que ci-dessus	Étudier les différences entre les pays; partager les pratiques de la préservation s'opposant aux pratiques de l'accès et du développement d'ateliers et de conférences; partager des expériences liées à des pressions extérieures (financières, politiques, etc.); présenter des photos portant sur diverses activités comme des conférences, des activités de sensibilisation telles que la Journée internationale des archives (9 juin), l'acquisition de dons, les déménagements, les améliorations, etc.

2. Plateformes de médias sociaux

Facebook sera utilisé pour publier des messages plus longs, couvrant les domaines mentionnés ci-dessus (versions courtes d'articles d'opinion, articles de presse, etc.) .

Exemple:

Les archives peuvent jouer un rôle dans la sauvegarde des droits de l'homme. Un ensemble de principes sur le rôle des archivistes à l'appui des droits de l'homme stipule que "Les archivistes s'assurent de sélectionner, acquérir et conserver le matériel important historiquement et juridiquement, sans discrimination fondée sur la race, la couleur, l'origine ethnique, l'orientation sexuelle, la langue, la religion, l'opinion politique ou autre, l'origine

nationale ou sociale, la fortune, la naissance, la situation économique ou autre. " Cet ensemble de principes est encore en cours d'élaboration et vous pouvez faire partie du processus de rédaction en soumettant votre opinion. Pour en savoir plus, aller à <http://bit.ly/1tcPByn>

Twitter sera utilisé pour faire connaître les messages sur Facebook; engager des conversations avec d'autres utilisateurs; initier des débats en ligne.

Exemple:

Les archivistes peuvent avoir un rôle important à jouer dans la protection des droits de l'homme. Participez au débat sur notre page Facebook: [lien hypertexte]

3. Public

Notre public va être divisé en deux grandes catégories: les professionnels dans le domaine des archives et les membres du public qui ne sont pas directement impliqués dans le travail archivistique.

- *Professionnels dans le domaine des archives* - Membres de l'ICA, tous ceux travaillant ou faisant du bénévolat dans les archives, les étudiants en archivistique, c'est à dire ceux qui ont acquis (ou sont en train d'acquérir) des connaissances et de l'expérience professionnelles pertinentes. Ils seront probablement désireux de discuter de questions précises liées aux besoins institutionnels et professionnels, tels que, par exemple, le financement; les changements technologiques; le développement professionnel; le climat politique et économique, etc. Ils seront à l'aise en utilisant le jargon professionnel (comme les abréviations et les termes techniques) qui pourrait sembler obscur aux non-professionnels. Ils seront probablement désireux de s'engager avec les médias sociaux du Groupe d'experts en sensibilisation, comme plateforme pour discuter de leurs problèmes, échanger des idées, exprimer des préoccupations, faire connaître leurs réussites. Ce public pourrait inclure des partenaires de l'ICA, des gestionnaires de documents d'activité, des bibliothécaires et des conservateurs.

«*Évaluation des risques*»: Alors que ce public pourrait participer assez facilement et semblera compétent, il pourrait également être considéré comme exclusif à cause de l'utilisation du jargon professionnel. Il pourrait aussi paraître introverti et donner l'impression de ne pas savoir toujours comment communiquer en dehors de son propre cercle.

Comment ce public bénéficiera d'une interaction avec nos profils: Nos plateformes de médias sociaux leur fourniront de l'espace afin de discuter de diverses questions professionnelles et de partager leurs connaissances sur les questions touchant les archives en tant qu'institutions, ainsi que les personnes qui travaillent et font du bénévolat dans ces institutions.

- *Les non-professionnels* - Les membres du public qui ont un intérêt dans les domaines qui dépendent souvent des archives, tels que la gouvernance, les questions juridiques, le patrimoine, la recherche, la tenue de registres, la généalogie. Ils auront tendance à s'intéresser à des aspects spécifiques liés à leur champ d'intérêt. Ils pourraient manquer de connaissances professionnelles et pourraient ne pas être familiers avec le langage technique. Il faudra plus d'efforts pour les intéresser; ils

devront être spécifiquement ciblés à l'aide de messages thématiques expliquant comment les archives sont pertinentes pour la société au sens large. Ces membres du public pourraient vraisemblablement vouloir partager et préférer nos messages mais peut-être moins participer aux débats et discussions. Ces personnes comprendront les donateurs ou les créateurs d'archives.

«*Évaluation des risques*» : Même si ce public peut être assez difficile à rejoindre au début, il pourrait comprendre des catalyseurs élargissant l'intérêt dans les archives et faisant rentrer des sujets liés aux archives dans d'autres professions.

Comment ce public bénéficiera d'une interaction avec nos profils : Ces personnes découvriront comment les archives sont pertinentes pour leur vie et seront en mesure de partager leurs expériences ou espoirs attachés à l'utilisation des archives.

4. Messages

1. Fréquence - Une fois par semaine. La règle la plus importante est que la distribution soit régulière, de préférence le même jour. Nous pourrions utiliser Hootsuite pour programmer les messages. Un calendrier des messages devrait être préparé à l'avance, avec des anniversaires et des événements spéciaux programmés pour toute l'année à venir; les thèmes pourraient être décidés pour le mois à venir et les messages pourraient être rédigés et prêts à être publiés deux semaines à l'avance. On pourrait publier des messages supplémentaires en cas de besoin.
2. Langage - Informel mais professionnel, utilisant correctement l'orthographe et la ponctuation, inclusif, politiquement neutre, mais riche en émotions. Il faudra s'assurer que tous les hyperliens et les images fonctionnent.
3. Style visuel - Le même ensemble d'images devrait être utilisé à la fois pour Facebook et Twitter (un pour la photo du profil et un pour le titre).
4. Contenu des messages:
 - Les messages devraient aussi originaux que possible (plutôt que de retweeter ou partager).
 - Si possible, les messages retweetés devraient être accompagnés de leur propre commentaire qui ajouterait quelque chose au contenu / le mettrait dans le contexte pertinent par rapport à notre énoncé de mission.
 - Retweeter les messages des plateformes des partenaires de l'ICA pourrait aider à développer un esprit de collaboration.
 - On pourrait mettre des détails plus précis en fonction de la plateforme. Facebook peut accueillir des textes plus longs ainsi que de courtes prises de position; Twitter est plus adapté à des annonces et de courtes déclarations incitant à la réflexion. Il devrait y avoir un lien entre les deux plateformes chaque fois qu'un message est publié.
 - Les messages devraient être accompagnés d'un contenu visuel, le cas échéant, autant que possible. Il y a une nette augmentation dans les interactions lorsque le contenu visuel est présent.

5. Droits d'auteur – Les messages pourraient être le résultat d'une collaboration, gérée par deux personnes (à l'heure actuelle Jenny Scott et Marta Lomza). Les membres du Groupe d'experts en sensibilisation seront invités à soumettre des messages au sujet de leurs projets et de toutes les questions qu'ils aimeraient voir traitées par des groupes plus larges.
6. Accès - Une adresse électronique (mail ou courriel) spéciale sera créée, qui sera utilisée pour créer et gérer Facebook et Twitter. L'accès à cette adresse sera limitée au Président (e) du Groupe d'experts en sensibilisation de l'ICA et aux coordinateurs des médias sociaux de l'ICA.
7. Les comptes Twitter et Facebook nécessiteront une surveillance régulière afin de répondre aux commentaires, questions, etc., en fonction des politiques et directives de l'ICA.

5. Évaluation

Cette stratégie devrait être réexaminée régulièrement afin de s'assurer que les objectifs soient atteints et de discuter si certains aspects de ce plan doivent être changés.

Les procédures d'évaluation prendront en considération :

- le nombre d'adeptes (par rapport au nombre précédent)
- le nombre d'interactions (divisées par type)
- la qualité des interactions (détails des discussions, commentaires, etc.)

Cette stratégie de médias sociaux a été approuvée par le Conseil exécutif de l'ICA en mai 2015.