

Point de réseau social sérieux sans lolcats !

Framasoft harcèle (et parfois excède) ses followers Twitter actuellement avec ses « lolcats de soutien » (là, là, là, là, là, là, là, là, là ou encore là), ce qui ne nous empêche de nous penser sérieux et appliqués dans notre démarche de promotion et diffusion du Libre.

L'idée générale de la traduction ci-dessous c'est que si vous voulez créer un véritable réseau social au sein de votre structure alors il vous faudra aussi accepter ce qui n'a rien à voir avec votre structure. C'est le côté *social* du réseau social et il est beaucoup moins futile qu'on peut à priori le penser car c'est souvent un préalable à une bonne ambiance d'où pourront émerger des choses bien pertinentes pour votre structure.



Si vous voulez une culture vraiment

collaborative, vous devez aussi accepter les LOLCats

If you want a culture of collaboration, you need to accept the LOLCats too

*Steve Radick – 11 janvier 2012 – [OpenSource.com](http://opensource.com)
(Traduction : KoS, Maïeul, @ali0une, greygjhart)*

*Même lorsque la presse était sacrée, nous avons eu des romans érotiques 150 ans avant d'avoir des journaux scientifiques
Clay Shirky (Conférence TED Cannes juin 2010)*

C'est une de mes citations favorites de l'une de mes personnalités favorites d'Internet, Clay Shirky. Je l'aime particulièrement parcequ'elle illustre selon moi l'époque où certaines organisations se trouvent en essayant d'intégrer les médias sociaux en leur sein.

Avant que les wikis ne soient utilisés par les communautés de coopération scientifique, les personnes s'y inscrivaient pour désigner leur équipe de foot favorite. Avant que l'intranet de ma propre entreprise ne remporte un prix, nous avions des personnes qui nous expliquaient comment elles étaient heureuse de se montrer (presque) nues sur leurs profils. Avant que nos dirigeants commencent à utiliser Yammer pour communiquer avec la base, des groupes de fans d'Android ou de fitness s'étaient déjà constitués. Je vous parle de cela parce que si vous décidez un jour d'intégrer un média social interne à votre organisation, vous devrez préparer vous-même, vos collègues, vos patrons, votre haute direction à cette vérité inexorable.

Si vous paniquez en voyant tout ça sur votre intranet, vous n'êtes probablement pas prêt pour un intranet social.

Si vous voulez créer une culture dynamique de collaboration, vous devez accepter les photos de LOLCats, les sujets parlant

de foot, les débats sans fin sur Apple et Andoid, et même les critiques sur la politique de l'entreprise.

Acceptez et intégrez ce fait maintenant et vos communautés auront de bien meilleurs chances de succès. Ou, continuez à penser que de telles choses sont une perte de temps et ne sont pas professionnelles, et soyez prêt à payer beaucoup d'argent pour un système que personne n'utilise à moins d'être forcé à le faire (et ils l'utiliseront alors mal).

Malheureusement, « social » à l'air d'être devenu un gros mot en entreprise, associé à l'image d'employés perdant leur temps sur Facebook, parlant à leur petit ami au téléphone, ou prenant une pause déjeuner de trois heures. Acceptons d'arrêter d'essayer d'enlever le social d'un réseau social. Les interactions sociales ne doivent pas seulement être acceptées, elles doivent même être encouragées et récompensées. Shirky explique pourquoi dans cette conférence TED (à partir de 5 minutes 33 secondes).

Shirky explique :

Le fossé est entre faire quelque chose et ne rien faire. Et quelqu'un qui fait des LOLcat a déjà franchi ce fossé. Oui, il est tentant de vouloir obtenir des projets aussi noble que Ushahidi sans les LOLCats, d'avoir les choses sérieuses sans les choses futiles. Mais l'abondance de médias ne marche pas comme ça. La liberté d'expérimenter, c'est aussi voire surtout la liberté d'expérimenter n'importe quoi.

Il y a cette tendance de la part des dirigeants à vouloir supprimer (voire sanctionner) les blogs qui évoqueraient des solutions de contournement de la politique d'entreprise et les pages wiki détaillant les meilleurs restaurants pour déjeuner. Ils veulent aller droit au but qui serait la *co-création* de méthodologies avec des équipes *inter-fonctionnelles* et des initiatives de *crowdsourcing* qui font économiser des millions de dollars !

Ça ne fonctionne pas pas comme ça. Les communautés collaboratives ne commencent pas à innover juste parce que vous mettez en place un site web et envoyez un mémo. Souvenons-nous que les nouvelles érotiques sont apparues bien avant les journaux scientifiques. Il y aura donc des LOLCats avant des Ushahidi. Vous devez accepter le fait que vos employés parleront de sport et de vacances avant d'être prêts à utiliser l'outil pour procéder à un « vrai » travail.

C'est intuitivement du bon sens. N'est-il pas plus facile de publier votre bon plan du midi plutôt que d'envoyer ce rapport sur lequel vous travaillez depuis trois semaines ? Si quelqu'un n'apprécie pas votre restaurant préféré, quelle importance ? En revanche si quelqu'un critique le rapport que vous avez passé des semaines à écrire, c'est un peu plus intimidant. Une fois que vous avez franchi ce seuil, ce seuil entre ne rien faire et faire quelque chose, c'est plus facile alors de monter les marches. Une fois la glace rompue avec la mention de votre passion pour la gastronomie chinoise, il vous sera soudainement plus facile de participer à la conversation sur tel projet important de votre entreprise. Peut-être même que vous accepterez d'envoyer une partie coriace du rapport en demandant aide et éclaircissement aux autres. Sous cet angle, même les publications les plus stupides et les conversations les plus insignifiantes ont de la valeur, parce qu'elle n'engage qu'un risque mineur pour les gens à se jeter à l'eau et faire le premier pas.

Cela peut prendre du temps pour que les employés se sentent vraiment à l'aise avec l'utilisation des réseaux sociaux au travail. En lui laissant ainsi la possibilité de s'épanouir et d'apprendre ensemble à son propre rythme, votre communauté supportera bien mieux les changements d'échelle et durera bien plus longtemps.

Alors acceptez les LOLCats, les délires footballistiques, les discussions sur la bouffe, et les avatars personnalisés : au moins vos employés créeront et partageront quelque chose avec

quelqu'un d'autre. Parce que ce qui viendra après ces stupides discussions mènera à du lien, des relations, des questions, des réponses, et finalement, à des innovations très créatives, à des produits et des solutions qui vous feront économiser du temps et (beaucoup) d'argent. Et vous serez récompensés pour avoir participé à rendre votre entreprise humaine et chaleureuse.

Crédit photo : Michellelevine (Creative Commons By-Sa)