

Web & réseaux sociaux



L'identité sur internet

Notre identité sur internet se construit de différentes manières. Les données visibles, que l'on renseigne ou transmet en âme et conscience, ne sont pas les seules à nous définir : données techniques (adresse IP, cookies...), déclaratives (profil facebook, publications, date de naissance, articles), données navigationnelles (requêtes, types d'achats...) données comportementales (historique de recherche notamment utilisé pour la publicité ciblée). Notre identité numérique se crée à partir de l'ensemble de ces informations.

Aujourd'hui, il est primordial de distinguer le champs personnel du champs professionnel sur la toile. Les communautés, les relations, la communication ne sont pas les mêmes.

Maîtriser son identité numérique, c'est donc aussi avoir conscience des nombreuses traces qu'on laisse et que l'on partage sur internet : « Lors de votre navigation sur un site web, de nombreuses informations sont conservées dans votre navigateur : historique des pages visitées et des fichiers téléchargés, éléments mis en cache, cookies, mots de passe, champs de formulaire... Certains de ces éléments peuvent être étudiés par des sites et applications tiers qui vous proposent alors un contenu personnalisé. » [CNIL]

trucs et astuces

Utilisez un pseudo pour vos pages personnelles et votre vrai nom pour vos pages professionnelles (ou l'inverse, si vous avez un nom de plume différent !). Cela évitera que les personnes qui font des recherches sur vous sur internet trouvent vos dernières photos de vacances.

Faites régulièrement le « ménage » de votre historique de navigation (notamment des cookies qui s'installent lors des visites sur les sites internet) et de l'historique de votre moteur de recherche (Google, Yahoo, Bing..).

Le partage avec les autres

Toute production diffusée sur internet doit être accompagnée d'une licence indiquant le cadre de (ré)utilisation de celle-ci (« tous droits réservés », mention *Creative Commons*...). Pour un site, elle peut correspondre à l'ensemble du contenu et être indiquée sur une page « à propos » ou « crédits ».

Il est parfois difficile de connaître la source d'une information citée sur internet. Cependant, celle-ci doit être indiquée et pouvoir être vérifiée au besoin. Il est important de se renseigner sur le droit d'utilisation de ses sources (partage autorisé ou non, réutilisation dans d'autres contextes autorisée ou non, citation demandée de l'auteur...).

Régler la confidentialité de ses données sur les réseaux est donc un point essentiel pour tout internaute : sur les réseaux sociaux, il est possible de régler le degré de confidentialité de son compte mais également de ses publications (par exemple, un utilisateur de facebook peut régler la visibilité de ses publications pour que seuls ses « amis » puissent les voir mais également pour que seul un « groupe d'amis » défini puisse les voir ; sur twitter, un compte peut également être privé).

trucs et astuces

La confidentialité et la protection des données (historique, localisation, cookies, publicité ciblée...) est également réglable sur les smartphones et tablettes. Pensez à aller faire un tour dans vos « réglages » et « réglages de confidentialité ».

Utilisez des mots de passe différents pour vos comptes professionnels et pour vos comptes personnels. Cela vous permettra, pour vous même, de définir le champ d'application du site utilisé (par ailleurs, choisissez un mot de passe avec un minimum de complexité : 8 caractères minimum comprenant des lettres (majuscules et minuscules) et des chiffres).



Être présent dans différents « espaces » numériques

(facebook, twitter, Instagram, wordpress, Tumblr...)

Le but n'est pas d'être présent partout sans avoir le temps de « tout gérer » mais de bien choisir sa /ses communautés et de pouvoir interagir entre les différents réseaux utilisés. Par exemple, lorsque l'on publie un article sur son site, on peut le partager sur twitter et/ou facebook. Si on ne souhaite pas gérer plusieurs communautés, il vaut mieux ne pas s'inscrire qu'être un « présent-absent » avec une page « morte » et statique qui aura plus tendance à desservir la communication.

Sur les réseaux sociaux, il faut être suffisamment actif pour être visible. La temporalité est extrêmement rapide sur facebook (quotidienne) et encore plus sur twitter (instantanée).

Le but d'un réseau social numérique est d'être connecté à d'autres internautes ayant les mêmes intérêts, attentes, besoins que soi. Il faut, dès lors, définir des mots clés, des notions à chercher et repérer des internautes « ressources » (par exemple, un blogueur reconnu) pour commencer à constituer sa communauté.

Le secteur du livre fait partie des secteurs très actifs sur les réseaux sociaux généralistes tels que facebook, twitter, ou encore instagram ; mais il existe également des réseaux communautaires centrés sur la culture comme Sens Critique ou même plus précisément sur le livre et la lecture comme Babelio, GoodReads, BookNode ou encore Livraddict. Ceux-ci constituent de grandes communautés de lecteurs en ligne et favorisent l'interaction avec les auteurs.

trucs et astuces

Pensez à avoir la même identité visuelle (pseudo, photo...) dans les différents réseaux. Cela augmente la visibilité inter-communautés.

Chaque réseau social a son vocabulaire qu'il est nécessaire d'assimiler. Par exemple, sur facebook, un internaute faisant partie de votre communauté est un « ami » alors que sur twitter c'est un « follower ».

Faire de la veille

Sur internet, l'information est éclatée dans l'immensité de la toile et elle va très vite ! Être un internaute actif sur les réseaux c'est donc également savoir s'informer sur les sujets qui nous concernent et nous intéressent.

Faire de la veille, c'est avoir repéré les sites, les blogs, les internautes qui publient de l'information pertinente et s'informer, de manière régulière, sur l'actualité. En effet, tout va très vite sur le web, il peut être facile de perdre le fil.

trucs et astuces

Il existe une grosse communauté de veilleurs et de « curateurs » (qui éditorialisent et transmettent leur veille) dans le monde du livre.

Les obligations du blogueur

(C.N.I.L. - 12 juin 2009)

Les obligations du blogueur

Le blog est un média largement utilisé par les jeunes ou les moins jeunes pour faire partager avec d'autres ses idées, goûts ou intérêts. Bien que très libre dans sa forme, le blog n'est pas pour autant un espace de non-droit. Le blogueur doit respecter certaines règles mais aussi les droits des personnes qui peuvent être concernées.

Le blogueur doit s'identifier ou indiquer le nom de son hébergeur.

Le blogueur doit prendre toutes les mesures pour permettre l'exercice du droit de réponse.

Le blogueur est soumis au respect des textes applicables en matière de droit d'auteur, de droit à l'image, de diffamation.

Le blog et la diffusion d'une œuvre artistique

La diffusion sur un blog, de l'œuvre d'une personne, par exemple, un extrait de livre ou de musique ou encore d'un tableau n'est possible qu'avec l'autorisation de l'auteur.

Le blog et la diffusion de photos

Pour la diffusion et l'utilisation de photographies, il faut au préalable obtenir l'autorisation écrite de la personne concernée ou celle de ses parents si elle est mineure.

Fiche Pratique réalisée par l'Arald

Contact : contact@arald.org – www.arald.org

