

## Publier "juste" plutôt que juste Publier

FICHE OUTILS N°4-2

### Introduction

*Le temps de lire cet article, 20 millions de contenus seront partagés sur Facebook et quelque deux millions sur Twitter. 60 % d'entre eux n'auront pas été lus par ceux qui les re-diffusent. Oui, sur les réseaux sociaux, qu'importe ce qu'on publie pourvu que l'on s'exprime...*

*Comment ralentir la cadence et redonner du sens ?*

### Leçon n°1 : Ralentir le rythme.

Moins je suis actif, moins je provoque d'interactions et moins je reçois de notifications. De la même façon que pour l'email (pour en recevoir moins, il faut commencer par en envoyer moins) on peut dire des réseaux sociaux : *Pour être moins sollicité par les notifications, il faut commencer par en publier moins.*

#### **Se tenir à une « ligne éditoriale personnelle » ajustée.**

Sans aller jusqu'à définir une ligne éditoriale, comme pourrait le faire un magazine ou une marque, il est important pour soi de rester dans des publications « justes » et qui nous correspondent.

Ce qui compte c'est :

**La Qualité** : Identifier ce qui est bon pour moi, et m'y tenir la plupart du temps.

**La juste Quantité** : Adopter une « hygiène personnelle » comme une diététique de la publication sur les réseaux sociaux. Dans une pratique et une consommation modérée avec éventuellement quelques pics passagers suivis d'une phase de récupération (comme on le ferait après un bon repas)

#### **Eviter les polémiques.**

Sauf si on a envie d'en découdre, là encore, l'idée est d'éviter de recevoir en retour des charges émotionnelles négatives. Certains sujets en apparence anodins se révèlent polémiques et sont souvent sources de débats virulents et peuvent aller jusqu'à nous brouiller avec des amis. La politique, le sport, la santé, les sujets sociaux, rien n'est épargné par la virulence des échanges. Mieux vaut aborder tout sujet avec légèreté, décalage et humour si l'on souhaite éviter les retours agressifs.

La encore, un parallèle s'impose avec les « emails » flammes.

Par exemple, plutôt que d'écrire un post « coup de gueule » sur Facebook. Mieux vaut en faire un brouillon dans son carnet de note et le relire à tête reposée avant de le publier.

## FICHE OUTIL N°4-2

### **Eviter les réactions impulsives.**

Idem quand un post que l'on a sous les yeux suscite de notre part une réaction émotionnelle forte. Avant de publier une réponse rageuse, on peut, à la façon de Socrate, passer sa réponse à travers 3 tamis :

- Est-ce que ce que je m'apprête à écrire est VRAI, est ce que je l'ai vérifié par moi-même ?
- Est-ce que ce que je m'apprête à écrire est BON, et véhicule quelque chose de positif ?
- Est-ce que ce que je m'apprête à écrire est UTILE ?

Si la réponse à une seule de ces trois questions est NON, mieux vaut s'abstenir.

### **Veiller à ne pas relayer de fausses informations.**

Les fausses informations pullulent sur le net, et trouvent sur les réseaux sociaux un terrain de diffusion de prédilection.

En règle générale une information qui contient les mots « ce qu'on nous cache » ou « à diffuser en masse à vos amis » a de fortes chances d'être une fausse information.

### **Le réflexe HoaxBuster**

Egalement quand c'est quelque chose de parfaitement inhabituelle comme par exemple « une attaque de requins à Biarritz » ou encore « Facebook (ou Whatsapp) va devenir payant » ou encore « on cherche un donneur de moelle osseuse pour la petite Noémie ... partagez en masse » ... plutôt que d'avoir le réflexe « je partage, on ne sait jamais » ayez le réflexe « hum, c'est bizarre, je vais vérifier ça » et connectez vous sur [www.hoaxbuster.com/](http://www.hoaxbuster.com/) ou vous pourrez vérifier si ce « fake » (ce Hoax) ne circule pas déjà sur le net depuis plusieurs mois.

## Les publications à caractère professionnelles dans le cadre du CNAS

Vous avez peut-être établi un lien entre votre(vos) profil(s) personnel Facebook, Twitter, LinkedIn ou encore Viadeo. De ce fait, vous signalez votre appartenance à une communauté professionnelle présente sur les réseaux sociaux, vous participez à sa stratégie médiatique et contribuez à l'image et la réputation du CNAS.

A ce titre il convient de respecter quelques règles déontologiques

### **Protégez votre vie personnelle**

Différenciez vos comptes vie perso/ vie pro ou utilisez les paramètres de confidentialité à votre disposition dans les applications des réseaux sociaux afin de dissocier vie privée et vie publique et de protéger vos données et surtout votre vie personnelle.

### **Maîtrisez vos propos**

Au-delà du respect des règles générales, certaines précautions supplémentaires doivent être respectées :

Ne divulguez pas d'informations confidentielles liées au CNAS

Ne tenez pas de propos calomnieux, injurieux ou diffamatoire à l'encontre de l'association

Ne portez pas atteinte à la dignité du chef d'entreprise, des élus, des bénéficiaires ou des salariés

En cas de doute, n'hésitez pas à vous référer à la direction de la communication ou à regarder sur le site du CNAS si l'information a déjà été diffusée.

### **Soignez votre image**

Un profil mis à jour : photo, lien avec l'entreprise, résumé du parcours

Des propos responsables

La qualité de rédaction et d'orthographe

... sont autant d'éléments qui participent à l'image du CNAS et vice versa.

### **Bien poster**

Relayer une information ne suffit pas : il est préférable d'indiquer à son audience ce qui est intéressant dans ce partage. Enfin, il est important de connaître les caractéristiques du réseau avec lequel on publie : signes, média, liens... afin de bénéficier d'une audience.

## Ce qu'il faut retenir de ce chapitre

- Pour gérer sa connexion raisonnée aux réseaux sociaux, limitons nos publications et réactions.
- Publier des posts « justes » pour soi.
- Rester modéré.e dans sa consommation et sa publication.
- Eviter les polémiques pour se protéger des débordements émotionnels.
- Passez ses posts aux trois « filtres » de Socrate : le Vrai / le Bon / l'Utile.
- Vérifier les informations (et leur source) avant de les relayer aveuglément.
- Soyez attentifs à vos publications professionnelles dans le cadre du CNAS.

## EXERCICE

Si vous êtes un.e utilisateur.trice des réseaux sociaux

A quelle fréquence publiez vous sur vos comptes Facebook ?

Avez-vous déjà ressenti une émotion qui vous a surpris.e ? (colère, peine)

Quels contenus aimez-vous partager ?

Avez vous déjà relayé une information sans la vérifier un minimum ?