



La nétiquette et les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux

STATISTIQUES ET BONNES PRATIQUES



Cette fiche a été développée par Cyber
Respect pour le CDÉACF grâce au financement
du ministère Femmes et égalité des genres
Canada.



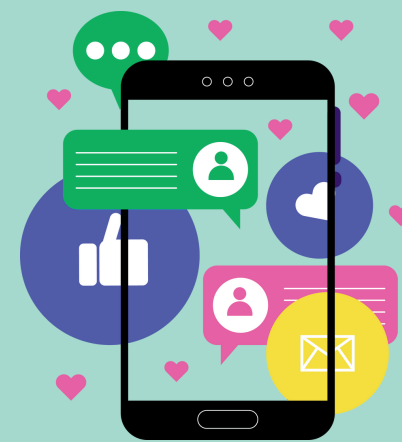
STATISTIQUES

L'INTERPRÉTATION DES COURRIELS



Une étude démontre que les personnes recevant des **courriels** croient les avoir bien interprétés dans **89 %** du temps, mais les courriels ne sont bien interprétés que **56 %** du temps. (Kruger, Epley, Parker & Ng, 2005)

UN COURRIEL QUI UTILISE LA NÉTICHETTE



94,28 % des personnes recevant des courriels ont **mieux compris** un courriel écrit **avec des règles de nétichette** qu'un courriel écrit sans nétichette (Bartl, R., 2017)

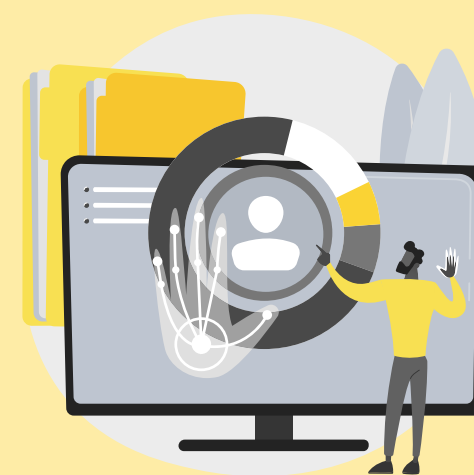
MESSAGES SANS NÉTICHETTE



81,9 % des personnes recevant des courriels **sans règles de nétichette** les évaluent comme étant **négatifs**. (Bartl, R., 2017)

ALGORITHMES DISCRIMINATOIRES

En 2021, l'**algorithme de Facebook** a étiqueté un homme noir comme un primate. (La Presse, 2021)



INÉGALITÉ DES GENRES EN TECHNOLOGIE



Les **femmes** sont **sous-représentées** dans les **métiers reliés aux technologies**, ce qui a des impacts qui ont été bien documentés : préjugés, manque d'adaptation des outils et pratiques numériques, inégalité d'accès matériel et financier, impact négatif sur leur capacité de mobilisation, etc. (La Gazette des femmes et enquête Gender Scan, 2018)

RÉPUTATION EN LIGNE



66 % des risques significatifs pour les compagnies provenant des médias sociaux sont liés aux **dommages à la réputation** de la compagnie ou de la marque (Pownall, C., 2015)

BONNES PRATIQUES



Connaître son audience avant de décider quoi publier. Sur les médias sociaux, les contextes sont effondrés (Marwick et boyd, 2010) et il faut réfléchir pour déterminer si le message sera bien reçu par tous les membres de l'audience. Sinon, il faudra publier des messages dédiés à chaque audience ou public cible.



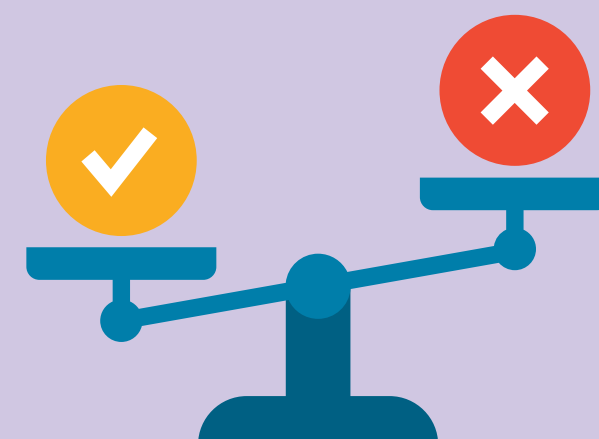
Éviter de divulguer de l'information personnelle sur quelqu'un d'autre dans une publication ou message envoyé à d'autres personnes. S'assurer d'obtenir le consentement de la personne avant de partager son message, courriel, idée, données personnelles ou photos.

Gérer le soi numérique en **divisant les amitiés** sur les réseaux sociaux en différents groupes selon le contexte. C'est important de savoir où mettre ses limites concernant la vie personnelle / récréative / professionnelle / familiale.



Sensibiliser sur les **biais et la discrimination inhérents aux algorithmes** sur les médias sociaux qui touchent particulièrement les personnes racisées, les femmes et les personnes de la diversité sexuelle et de genre.

Vérifier l'auteur-e et les sources de publications à partager sur les réseaux sociaux par les membres ou employé-es d'un groupe ou organisme.



S'assurer que le **contenu s'aligne avec les valeurs** du groupe / organisme représenté par l'individu sur les médias sociaux.