

Culture numérique 2 – Emmanuel Vilbois



COMMUNICATION ET COLLABORATION

Interagir



Savoir interagir avec une personne ou un groupe, de façon publique ou privée, implique de maîtriser les règles de communication en ligne ainsi que les outils adéquats. Ces derniers sont utiles pour communiquer de manière adaptée à sa cible selon les objectifs du message à faire passer.

Compétence numérique : interagir avec des individus et des petits groupes pour échanger dans divers contextes liés à la vie privée ou à une activité professionnelle.

Comment utiliser les outils de messagerie ?

A RETENIR



Les applications de **messagerie électronique** (Thunderbird, Gmail, Outlook ou Mail...) permettent d'envoyer ou de recevoir des e-mails (ou courriels), qui sont conservés dans des **serveurs de messagerie distants**.

Des règles, appelées **protocoles**, permettent la communication entre les serveurs de messagerie.

Un e-mail est composé :

- de son contenu (ou **corps**) ;
- d'un ou de plusieurs **destinataires** ;
- d'un objet indiquant le sujet abordé ;
- parfois d'une ou plusieurs **pièces jointes**. Elles sont signalées par l'icône 



On peut envoyer une copie d'un e-mail grâce aux options **cc** (**copie conforme**, visible par les autres destinataires) ou **cc**i (**copie conforme invisible**). Une **liste de diffusion** regroupe plusieurs adresses e-mail.

Dans la messagerie on peut classer les e-mails grâce à des **filtres** en fonction de l'expéditeur, de l'objet ou de mots-clés. Les messages non lus apparaissent habituellement en gras.

Les logiciels de **messagerie instantanée** (WhatsApp ou Messenger) ou de **visioconférence** (Zoom ou Teams) permettent d'échanger des messages textuels, sonores ou des vidéos entre plusieurs utilisateurs.

Les contenus qui choquent, dérangent ou mettent mal à l'aise sont des contenus dits **inappropriés**. Il existe différents types de contenus **inappropriés** : les **insultes** ou **commentaires discriminatoires** (racistes, sexistes, homophobes...), les **contenus incitant à la violence** et les **contenus à caractère pornographique**.

Pour éviter d'être soumis à des contenus indésirables, il est possible d'utiliser différents outils, notamment : **le filtre « SafeSearch »** (recherche sécurisée) **des moteurs de recherche** qui bloque les contenus explicites, le **contrôle parental des navigateurs**, qui restreint l'accès à certains types de sites, et enfin le **contrôle parental sur les téléphones mobiles et tablettes** qui empêche l'accès à certaines applications ainsi que le téléchargement de nouvelles applications.

Sur les réseaux sociaux, les **modérateurs** surveillent les publications, suppriment celles qui sont inappropriées et signalent les personnes qui les postent, qui peuvent alors se faire supprimer leur compte. Mais il est de la responsabilité de chacun.e de **signaler ces contenus inappropriés** pour éviter que d'autres n'y accèdent.

Lors d'interactions ou de publications en ligne, il est important de respecter des **règles de bonne conduite**, de suivre des principes de **politesse, respect, lisibilité**...

C'est pour cela qu'il existe une charte qu'on appelle la « **nétiquette** » qui détaille les règles de conduite et de politesse.

Les **grands principes** de la netiquette sont :

- la **mise en page** : il est important d'être lisible, et notamment d'éviter d'écrire en MAJUSCULES .
- La **confidentialité** : tout message en ligne peut devenir public, il faut donc faire attention à la vie privée et aux données qui ne doivent pas être dévoilées.
- Le **respect** : les notions de courtoisie et de politesse doivent être respectées.
- La **concision** : il faut éviter d'écrire de nombreuses lignes qui se suivent ; un message bref a toujours un meilleur impact.
- **Fichiers joints** : il est important que les pièces jointes aient un poids raisonnable pour éviter des téléchargements trop longs. Une alternative est de proposer des liens de partage en ligne (exemple : WeTransfer).

S'il fallait résumer la netiquette en une seule règle à retenir ce serait tout simplement : « Ne pas faire ce que vous ne feriez pas lors d'une conversation réelle face à une personne ».

Les plateformes de **médias sociaux** permettant de publier une grande variété de contenus : post d'humeur, partage de liens Web, articles, photos, vidéos... Pour pouvoir utiliser un réseau social, il faut avoir un **profil connecté** dont la création est gratuite (il suffit de suivre les modalités d'inscription et d'avoir l'âge requis, exemple : pour FaceBook et TikTok, l'âge minimum est de 13 ans...).

Un fois connecté, on peut communiquer de différentes manières selon le type de plateforme.

Avant de communiquer en ligne, il est essentiel de savoir qui est le **destinataire** du message.

Ainsi, on ne s'adresse pas de la même façon à un ami et à un collègue, à une personne en privé ou à un groupe public... Il est alors important **d'adapter sa communication**, et pour cela de comprendre les caractéristiques du **support utilisé** et de la **cible souhaitée**.

Exemples :

- *pour partager des informations grand public, on utilise un réseau social généraliste tel que **Facebook**.*
- *Pour communiquer sur des faits d'actualité, on utilise **Twitter**.*
- *Pour des contenus à usage professionnel, le réseau le plus adapté est **LinkedIn**.*
- *Pour partager des photos ou des images, les principaux réseaux sont **Instagram** et **Snapchat**.*
- *Pour communiquer en vidéo, le réseau le plus populaire est désormais **TikTok**, mais il existe aussi **Youtube**.*

Partager et publier

Pour publier quelque chose en ligne, il est essentiel de respecter les règles du support sur lequel on publie ou collabore, et de savoir comment gérer le partage du contenu pour toucher ou non le plus de monde.

Compétences numériques : partager et publier des informations et des contenus pour communiquer ses propres productions ou opinions, relayer celles des autres en contexte de communication publique.

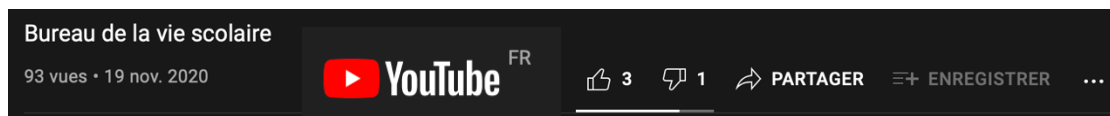
Comment maîtriser la visibilité des publications ?

A RETENIR



Les réseaux sociaux ont des thèmes variés :

- **Facebook** est généraliste,
- **Pinterest** et **Instagram** sont spécialisés dans le partage de photos,
- **YouTube** et **TikTok** dans les vidéos,
- **Twitter** est un service de **micro-blogging** (textes courts),
- **LinkedIn** met en contact des professionnels.



Le **profil** d'un utilisateur est sa « carte de visite », il donne des informations sur le propriétaire du compte.

La publication de contenu et le partage d'informations se font souvent grâce aux outils « **Publier** » et « **Partager** ».

Selon des **paramètres de confidentialité**, les publications sont publiques (visibles par tous), ou privées (visibles seulement par les amis ou par des personnes choisies).

Sur un réseau social, il est possible d'être « **ami** » avec quelqu'un, de **suivre** un compte ou, à l'inverse, de le **masquer** ou le **bloquer**. On peut **aimer** une publication (**liker**), la **commenter**, la **partager** (ou au contraire) la **signaler** si elle pose problème.

Les **mots-clés** précédés du symbole **#** (**hashtag**) facilitent la recherche de publications. Pour rechercher ou mentionner quelqu'un, on utilise le symbole **@**.

Sur les **plateformes** en ligne (GoogleDrive, Dropbox ou Framadrop), on donne accès à des fichiers grâce à **un lien de partage**.

Lorsque l'on publie en ligne, il faut être capable de maîtriser les concepts suivants :

- le **fil de l'actualité** : c'est la liste de nouvelles mises à jour en temps réel, selon les relations ou pages auxquelles l'internaute est abonné.
- Les amis : sur un réseau social cela désigne les personnes qui acceptent d'entrer en contact avec vous.
- Les **followers** : ce sont les utilisateurs qui sont abonnés au compte d'un autre (et donc le suivent).
- Un **like** : c'est une indication par laquelle un internaute signifie qu'il apprécie un contenu sur Internet.
- Un **post** : il s'agit d'un message publié sur les réseaux sociaux ou sur un site Internet, généralement bref.

Étant donné le volume important de publications en ligne, il devient nécessaire de comprendre et de savoir contrôler **l'impact de leur diffusion**. En effet, un utilisateur peut **définir ses paramètres de partage**. Par exemple sur **Facebook** :

- **par défaut** : le profil est privé et visible uniquement par les amis.
- **Profil public** : visible par tout le monde (généralement des personnalités ou des marques).
- **Cercle de diffusion** : il est possible de catégoriser chaque ami dans un cercle de diffusion spécifique, qui aura l'autorisation ou non de voir le contenu partagé. Cela permet notamment de différencier les relations professionnelles des relations amicales.

Un profil en ligne donne accès à des informations personnelles. Il faut donc bien différencier les informations selon l'usage du site utilisé.

*Exemple : ne pas donner son nom et prénom sur un forum, ni afficher son numéro de téléphone sur son profil Facebook. En revanche, sur un réseau professionnel comme **LinkedIn**, il vaut mieux renseigner de vraies données personnelles, comme son nom, prénom et son adresse email.*

Sur les réseaux sociaux, il est essentiel de savoir gérer ses **sphères publique ou privée**. Pour cela, il faut créer des espaces de conversation **cloisonnés** et sécurisés. Sur nos trois premiers cercles que sont famille-amis-collèges, nous sommes connectés en permanence et nous sommes en général très influents.

Lorsque l'on produit un contenu qui est destiné à être diffusé, il est **obligatoire de citer ses sources (auteur, date de publication)**. Cela s'applique à tout type de contenu : texte, image, tableaux de données... Si les sources sont nombreuses, il faut alors créer une liste de référence ou **bibliographie**, dont la présentation répond à des normes (titre, auteur, date...). Si on fait référence à des sites Web ou documents numériques, on parle de **sitographie** : il faut alors mentionner la **date de consultation** car une ressource en ligne peut être temporaire.

Présentation d'une biographie

- NOM, Prénom. « Titre de l'article », Nom du journal, numéro, date de publication.
- Nom, Prénom. Titre de l'ouvrage, Nom de l'éditeur, date de publication.
- Titre du site (en ligne). Nom de l'éditeur, date de publication ou de mise à jour (date de consultation). Disponible sur site.fr.

Il est important de citer ses sources pour trois raisons majeures : par respect du **droit d'auteur*** et de la **propriété intellectuelle***, pour permettre au lecteur de les connaître et **d'aller plus loin** dans la vérification, et enfin pour démontrer de la **rigueur** et expliciter ses propos. Il faut savoir que la propriété intellectuelle doit pouvoir être prouvée par : **l'originalité**, c'est-à-dire la marque de la personnalité de l'auteur, et sa « **primeur** ».

Le droit d'auteur* : lorsque l'on produit un contenu original, quel qu'il soit, on en possède sa propriété intellectuelle ». Ainsi, personne d'autre ne peut le copier sans en demander l'autorisation à l'auteur.

Exemple : on ne peut pas copier/coller un texte ou une image trouvée sur internet sans l'accord de l'auteur.

La **licence** de partage/diffusion est un instrument juridique complémentaire au droit d'auteur. Le titulaire des droits sur une œuvre peut accorder à l'avance aux utilisateurs certains droits d'utilisation de l'œuvre, mais en imposant toujours **l'obligation d'attribution** (citation de la source).

L'identité numérique est constituée de **l'ensemble des données** (sexe, âge, métier, nom, prénom...) **que l'internaute partage sur Internet** avec les autres membres de ses différents groupes d'appartenance. Il est tout à fait possible de **créer différentes identités numériques**.

Par exemple, en changeant de pseudo, d'avatar ou même en inventant un âge ou des intérêts différents.

Collaborer



Travailler en mode collaboratif est devenu de plus en plus fréquent et ce notamment grâce aux outils qui permettent de faciliter les échanges et la communication. Un travail collaboratif est réalisé par plusieurs personnes qui mutualisent leurs connaissances et compétences, pour obtenir un résultat dont le groupe est collectivement responsable.

Compétence numérique : collaborer dans un groupe pour réaliser un projet, coproduire des ressources, des connaissances, des données, et pour apprendre.

Comment maîtriser la visibilité des publications ?

A RETENIR



L'utilisation **d'outils collaboratifs** permet de partager des fichiers, mais aussi de les produire ou de les modifier à plusieurs.

On dépose les fichiers sur **des plateformes en ligne** comme Framadrop ou Google Drive. Il suffit ensuite de partager un lien avec les autres utilisateurs en leur donnant des droits d'accès.

Il est possible d'accorder des **droits** différents aux collaborateurs. Le droit en **lecture seule** permet d'accéder au document, mais pas de le modifier, contrairement au droit en **écriture**.

On peut aussi créer et modifier des documents collaboratifs directement en ligne grâce à des services **d'édition en ligne** (Word Online, Framapad, Google Docs).

Les outils d'écriture collaborative comme **Typewith.me** et **Framapad** sont des outils utilisés pour créer du texte à plusieurs, ; écrire, partager, commenter. Ils sont faciles d'utilisation car ne nécessitent pas d'installation ni d'inscription, il suffit d'une connexion Internet.

Les **logiciels de bureautique**, comme **Google Docs** ou **Pages**, permettent aussi de travailler à distance et à plusieurs simultanément. En revanche il faut avoir un compte connecté en amont.

Lorsqu'on utilise un outil d'écriture collaborative, la base est de savoir **partager** le document à ses collaborateurs. Pour cela il faut modifier les différents droits d'accès selon : le droit de lecture, de commenter et d'éditer.

La **communication** doit toujours être au cœur des projets collaboratifs. Il existe de nombreux outils permettant de partager des idées afin de concevoir et rédiger des contenus à plusieurs. L'avantage est de pouvoir partager facilement tout type de document : vidéos, images, documents écrits, liens...

Chacun rédige et intervient à son rythme, selon son temps disponible et ajoute les éléments dans un dossier ou document partagé. L'utilisation d'outils collaboratifs facilite le **travail d'équipe**, puisque les utilisateurs ont accès à des ressources et des outils dédiés à la communication, au travail et au partage en temps réel.

Quelques exemples d'outils de communication pour bien collaborer :

- les groupes de **discussions instantanées** avec tous les membres de l'équipe (**Messenger, WhatsApp, Skype**),
- les plateformes de **communication collaborative** (**Slack, Teams, Spike, Flee**),
- les suites **d'outils bureautique partagés** (**OpenOffice, G-Suite, Office 365**).

Avec l'évolution des outils numériques, les **méthodes de travail** ont véritablement été modifiées. Désormais, la **visioconférence**, comme **Skype** ou **Zoom** par exemple, sont des outils très utilisés pour limiter les déplacements et travailler à distance.

D'autres outils permettant de faire contribuer les collaborateurs sur un sujet spécifique : **SurveyMonkey, Doodle** ou **GoogleForm** servent à créer facilement des questionnaires et chaque personne disposant d'un lien peut soit modifier le contenu, soit participer au vote. **Basecamp** ou **Asana** permettent de gérer des **plannings** d'équipe et d'ainsi optimiser la collaboration. Il en existe beaucoup d'autres, adaptés à des tâches spécifiques.

Pour gérer un projet collaboratif, il faut envisager d'avoir un.e **chef.fe de projet**, c'est-à-dire une sorte de chef d'orchestre qui va coordonner toutes les tâches nécessaires à la réalisation du projet, et pour cela s'assurer que chaque membre de l'équipe a bien tous les éléments dont il a besoin pour avancer, et ce dans les bons délais. Ensuite, selon le projet, il pourra y avoir une multitude de rôles différents selon les tâches à réaliser : les **rédacteurs, concepteurs**, vont imaginer et écrire un document par exemple. Pour un projet multimédia, il faut des **graphistes**, des **illustrateurs** ou encore des **monteurs** vidéos. Pour créer un site* ou une application, les compétences sont celles de **développeurs**.

Selon le type de projets, la taille de l'équipe, et la configuration (un projet professionnel avec un budget versus un budget étudiant), les rôles peuvent être plus ou moins découpés selon des compétences très spécifiques. Il est donc essentiel en amont d'un projet de bien **définir les compétences** nécessaires à sa production afin de monter une équipe avec les collaborateurs/trices qui correspondent à ses besoins.

Exemple : la plateforme collaborative va servir à ce que chaque collaborateur puisse échanger et partager sa production. Ainsi, un graphiste mettra à disposition dans un dossier partagé les éléments graphiques pour que le développeur puisse ensuite les intégrer.

L'**historique des révisions** permet d'avoir accès aux différentes modifications du document collaboratif, et de revenir à une ancienne version si besoin.

Pour s'organiser et inviter des personnes à des événements ou des réunions, on utilise des **agendas collaboratifs** (Framagenda, aCalendar, Google Agenda) et des applications de **sondage en ligne** (Doodle ou Framadate).

The screenshot displays the Framagenda web application. At the top, there is a navigation bar with a menu icon, the word "Agenda", a date selector set to "Aujourd'hui", and a calendar view selector showing "Septembre 2021" and "Semaine 38". Below this, a sidebar on the left contains a "Créer" button, a mini calendar for "Septembre 2021", a search bar labeled "Rechercher des cont...", and a section titled "Mes agendas" with checkboxes for "Emmanuel Vilbois" and "Anniversaires". The main area is a calendar grid for the week of September 20-24, 2021. It shows several events: "PHOTO DE (Cours SVT" on Monday, "Exercice PPMS attentat," on Tuesday, and "ISFEC numérique dans l'enseignement M1 2D" on Wednesday. A modal window is open on the right, titled "Ajouter un titre", with tabs for "Événement", "Tâche", and "Rappel". It shows the date "Jeudi, 23 septembre" and time "11:30 - 12:30", and includes buttons for "Rechercher un horaire", "Ajouter des invités", and "Ajouter une visioconférence Google Meet".

S'insérer dans le monde numérique



Tout le monde est connecté, partout, tout le temps, car le numérique facilite la vie. Mais il est important de comprendre que notre comportement en ligne laisse des traces et qu'il faut protéger ses données personnelles. Pour préserver sa vie privée, il convient d'adapter son usage numérique.

Compétence numérique : maîtriser les stratégies et les enjeux de la présence en ligne et choisir ses pratiques pour se positionner en tant qu'acteur social, économique et citoyen dans le monde numérique.

Comment contrôler sa présence en ligne ?

A RETENIR

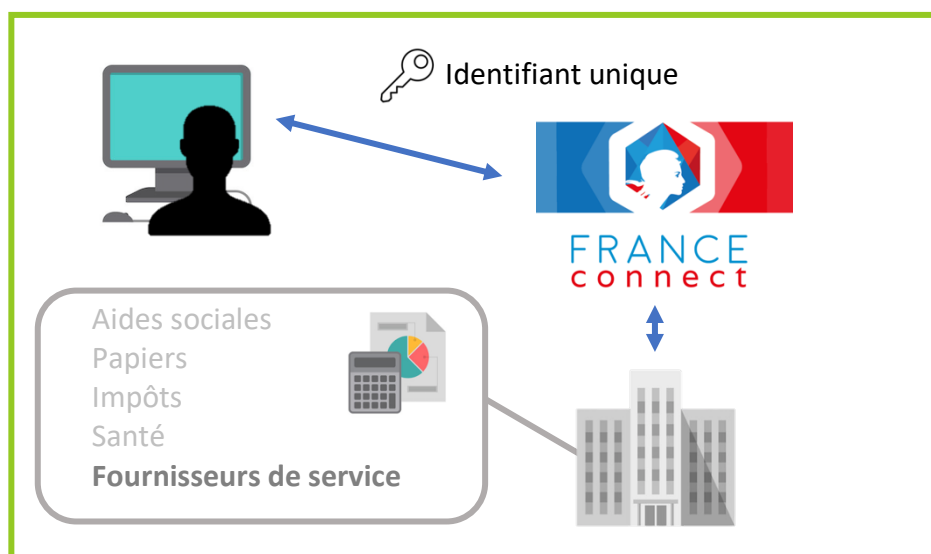


L'**identité numérique** est constituée de l'ensemble des traces laissées par un individu sur Internet et les réseaux sociaux.

Pour la maîtriser, il faut choisir une **adresse e-mail officielle** qui fait apparaître son prénom et son nom et régler les **paramètres de confidentialité** sur les réseaux sociaux pour contrôler la visibilité des contenus.

Attention, les contenus en ligne sont accessibles après leur diffusion, et même après leur suppression.

De nombreuses démarches administratives peuvent être réalisées en ligne sur le site **franceconnect.gouv.fr**.



On parle de **dématérialisation**. Pourtant, les inégalités dans l'usage et l'accès aux technologies numériques sont plus marquées : c'est la **fracture numérique**.

La Commission nationale de l'informatique et des libertés (**CNIL**) est en charge de la protection des données personnelles, dans le cadre du Règlement Général européen sur la Protection des Données (**RGPD**). Le **droit à l'oubli** permet de demander le déréférencement de données personnelles par les moteurs de recherche.

La plateforme **FUN-MOOC** propose des formations en ligne gratuites et ouvertes à tous. La certification avec vérification d'examen à distance est payante.

Pour augmenter la visibilité d'un site Web, on utilise des **techniques d'optimisation** pour **les moteurs de recherche (SEO)** en utilisant des **mots-clés** ou en améliorant l'accessibilité.

Les services en ligne sont financés grâce à des dons, des publicités ciblées, des abonnements ou des ajouts payants à un service de base gratuit (modèle **freemium**).

Pour bien comprendre la notion de vie privée, il faut connaître le procédé de **collecte de données**. Les données des internautes sont **collectées, enregistrées** puis **organisées** pour être **utilisées** à des fins professionnelles et/ou commerciales. C'est pourquoi il est important de lire les **conditions générales** d'accès (ou d'utilisation) à un site pour savoir avec qui on partage ses données.

Avec toutes les traces ou **empreintes numériques** que l'on laisse derrière soi lorsqu'on utilise Internet, on se crée une réputation en ligne, ou **e-réputation**, qui correspond à son identité numérique et à la perception que les internautes s'en font. Il est donc primordial de savoir gérer ses données pour pouvoir maîtriser sa réputation.

Exemple : en likant une page, une photo ou une vidéo ou en postant un message, ces informations sont collectées par le réseau, qui va les stocker, les analyser et les revendre ensuite. De plus, un futur employeur ou collègue ou quelqu'un de mal intentionné pourrait s'en servir pour vous causer du tort.

Les **données personnelles** en ligne sont les informations se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable, et qui sont collectées en ligne.

Exemple : nom, prénom, âge, email, adresse, photos, intérêts, n° client...

Les **données personnelles** peuvent être **déclaratives**, l'internaute a donné l'information volontairement, ou encore **comportementales**, ce sont les traces liées à la navigation et aux actions de l'internaute sur les réseaux et sites Internet : achats, likes, site visités...

Les dangers qui pèsent sur les données personnelles sont variés : spams, vol, usurpation d'identité... Pour se protéger, il existe des premiers gestes assez simples à mettre en place : il suffit déjà de modifier les paramètres de son navigateur et d'installer un logiciel **Antivirus**. On peut aussi activer la fonction « **Do not track** » (Ne pas me pister) si le navigateur Web la propose ou utiliser le mode « **Navigation privée** ».

A l'heure de la vie connectée, il semble presque impossible de ne pas avoir créé **de compte en ligne** car pour accéder aux services de la plupart des sites et réseaux, il est généralement

obligatoire de se créer un compte. Sans être connecté à son profil, impossible d'accéder à Facebook, Instagram ou encore Snapchat.

Lors de la création d'un compte, l'utilisateur renseigne un certain nombre **d'informations** sur son profil, dont certaines confidentielles, qu'il faudra veiller à **paramétrer** correctement.

Pour **contrôler son identité numérique**, voici quelques conseils pratiques :

- vérifier la **source** du site : pensez d'abord à lire des articles et des avis du site avant de créer un compte.
- Vérifier la **sécurité** du site : dans la barre de navigation, l'adresse d'un site sécurisé démarre toujours par « **https** » donc le « s » signifie « sécurisé » en comparaison avec « http ».
- Lorsque le compte est créé, vérifier les **paramètres de confidentialité et de sécurité** du compte.
- Vérifier quelles données du profil seront **visibles** aux autres ou celles qui ne le seront pas.

Exemple : sur les sites de vente en ligne, on peut prendre un pseudo pour laisser un avis qui sera visible par tous et en même temps avoir son vrai nom et adresse renseignés pour les livraisons (visibles uniquement par le site et non par le public).

- **Réfléchir** avant de publier quelque chose en ligne car cela reste en ligne pour toujours et pourrait créer du tort par la suite.
Dans tous les cas, n'utilisez que des sites dans lesquels vous avez confiance, surtout lorsque vous effectuez des paiements en ligne !

Il est recommandé de surveiller sa réputation en ligne.

Voici quelques principes de base :

- effectuer une **recherche** sur son nom dans les principaux moteurs de recherche et repérer les sites qui parlent de soi (blogs, sites personnels, forums...).
- Si certains commentaires ou photos non consenties ont été publiés et font tort à une personne, il est possible de contacter les responsables des sites pour demander de **modifier** ou de **supprimer** ces pages. Il faut alors avoir bien noté en amont les adresses complètes des pages.
- Il existe aussi des sites spécialisés dans le **nettoyage** de e-réputation.

Dans tous les cas, le premier conseil reste de maîtriser son identité numérique et donc sa réputation en ligne, en ne publiant pas tout et n'importe quoi, et en ayant bien **réfléchi avant de poster** une publication ou même de partager une publication de quelqu'un d'autre dont on n'aurait pas vérifié la source.