



UNIGE | RÉSEAUX SOCIAUX

Conseils d'utilisation



TWITTER

Twitter - professionnalisez votre profil personnel

L'Université de Genève possède deux comptes Twitter que vous retrouverez sur <https://twitter.com/UNIGENews> et https://twitter.com/unige_en

Disposer d'un compte Twitter personnel vous permettra de mettre en avant votre travail, vos recherches, d'échanger sur vos domaines de recherche et d'interagir avec des pairs.

Veillez à différencier votre compte personnel d'un compte institutionnel lié à votre structure.

- 1 Création d'un profil personnel
- 2 à 3 Se faire connaître
- 4 Définitions
- 5 Quelles utilisations?
- 6 Bonnes pratiques
- 7 Photos et vidéos
- 8 Droit à l'image
- 9 Copyright

Nous vous rendons attentif/ve au fait que vous êtes responsable du contenu de votre compte ainsi que de sa mise à jour.

Le compte doit rester un **lieu de courtoisie** où les règles du savoir-vivre s'appliquent comme partout ailleurs. L'usage de Twitter doit se faire dans les limites de la **légalité**, de l'**éthique**, des principes et des valeurs qui donnent un contenu à la liberté académique.

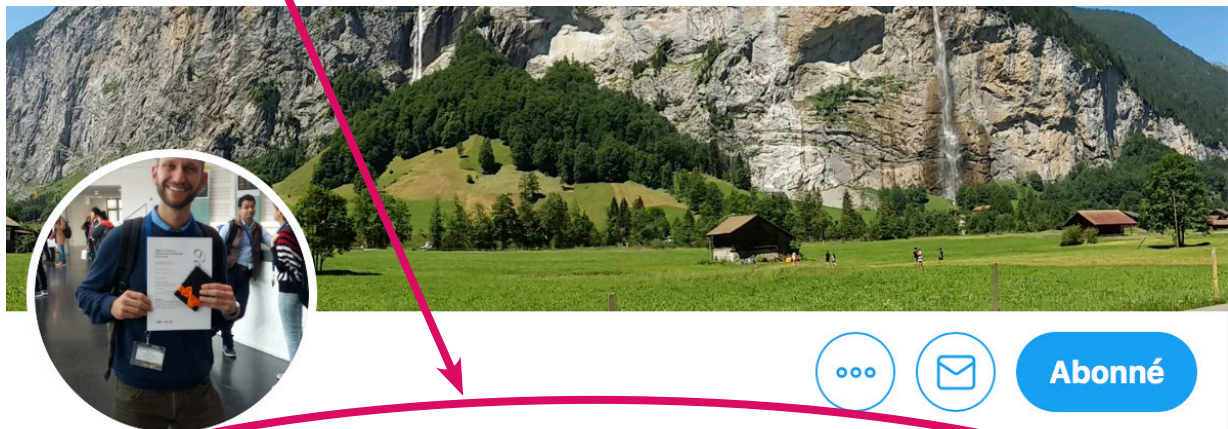
Quel que soit le type de message posté, il doit être conforme à la loi, aux bonnes mœurs, à la dignité et à la réputation de l'Université et de ses membres. Sont notamment à éliminer les messages à caractère calomnieux, diffamatoire, injurieux, raciste, sexiste, pornographique.

① Création d'un profil personnel

Choisissez un titre pour votre profil Twitter. Le plus simple est d'utiliser votre nom et votre prénom.

Indiquez votre fonction si vous travaillez à l'UNIGE, le lien vers votre page web professionnelle ou personnelle.

Taguez l'UNIGE et votre structure dans la description de votre profil @nom-structure.



Davide Gambarotto

@DavideGambarot2 Vous suit

PostDoc fellow in the [@CentrioleLab](#), University of Geneva [@UNIGENews](#). Working on centrioles and expansion microscopy.

[Traduire la biographie](#)

📍 Genève, Switzerland 📅 A rejoint Twitter en janvier 2018

② Informez le service communication

Pensez à informer la responsable réseaux sociaux de l'existence de votre compte. Celui-ci pourra être ajouté à la [liste Collaborateurs/trices UNIGE](#) et vos tweets régulièrement partagés sur les comptes Twitter institutionnels.

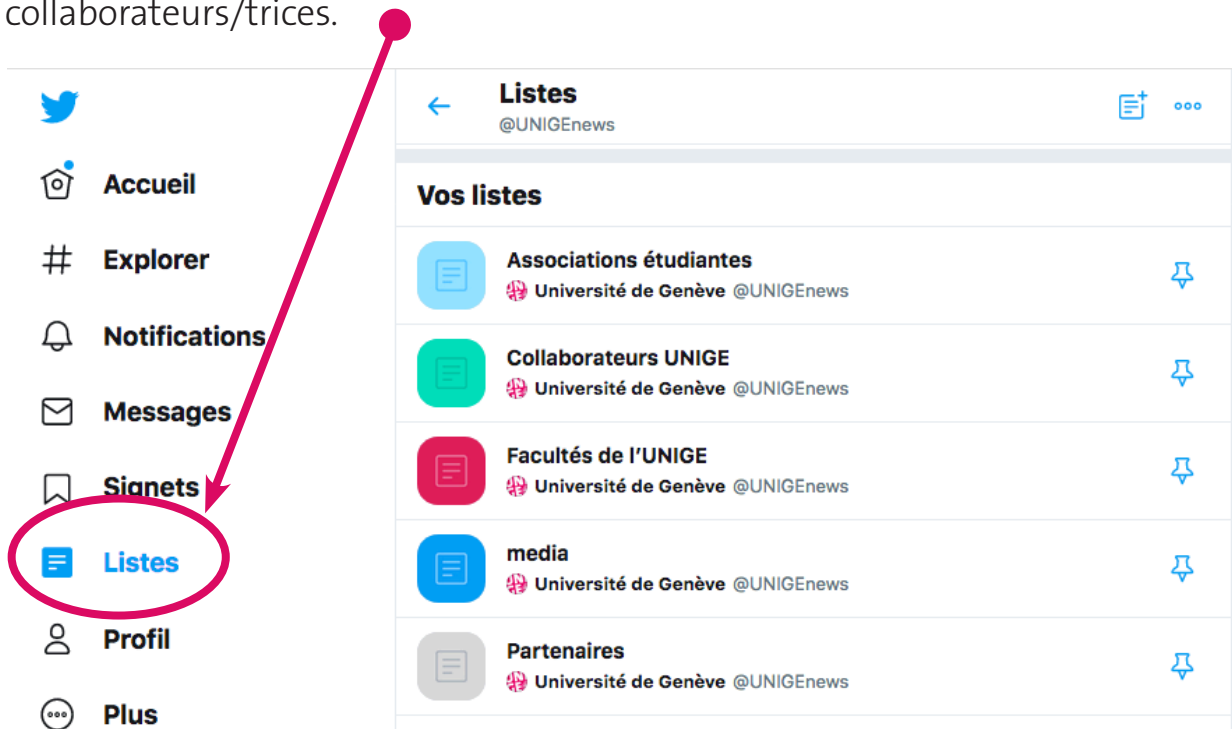
③ Connectez votre profil aux autres comptes Twitter de l'institution

Vous connecter aux comptes Twitter institutionnels vous donnera une plus grande visibilité et vous permettra de relayer du contenu institutionnel, partagé par votre faculté, département, service ou par vos collègues.

Comment faire?

Lorsque vous avez terminé votre profil, allez sur les comptes <https://twitter.com/UNIGENews> et https://twitter.com/unige_en puis cliquez sur le bouton **Suivre**.

Faites de même avec les autres profils de l'UNIGE. Vous les trouverez dans la section **Listes** avec des indications sur les comptes des facultés, des services ou des collaborateurs/trices.



Connectez-vous ensuite aux profils partenaires de votre structure, à des institutions qui vous intéressent ou à tout autre compte en lien avec votre domaine. Ceux-ci verront alors que vous êtes sur Twitter et seront plus enclin à suivre votre compte en retour.



4 Définitions

Hashtag #: mot clé

Retweet (RT): partager un tweet

Followers: abonné-es

Following: abonnements

MP: message privé

Live-tweet: commenter quelque chose en direct

5 Quelles utilisations?

Chercher de l'information

Promouvoir votre travail, vos recherches, vos réussites

Débattre avec des pairs et des specialists (ex: #exoplanetes #litteraturefrancaise)

Faire partie de communautés (ex. #AcademicChatter)

Suivre des personnalités (ex. Lauréat-es du Nobel, politicien-nes, décideurs/euses)

Suivre des événements en direct (ex: #NobelPrize2019, #ghf20)

Promouvoir des programmes et des événements (ex: #nuitdelascience, #colloquwright, #rentreeuniversitaire)

Recrutement en combinant différentes communautés (ex: #openposition #quantumphysics)

6 Bonnes pratiques

Soyez bref/ve, concis-e et percutant-e → 280 caractères (lien web inclus)

Utilisez le «je» ou le «nous»

Indiquez clairement ce que vous attendez de vos lecteurs et lectrices

Taguez vos partenaires et l'UNIGE si c'est pertinent → @nom_compte

Utilisez 2 ou 3 hashtags maximum

Questionnez, répondez et remerciez

Ajoutez toujours un visuel à vos publications

Publiez régulièrement. N'hésitez pas à vous répéter, mais si possible sans copier/coller votre contenu

Programmez vos publications si besoin



7 Photos et vidéos

Visuel

Accompagnez toujours votre publication d'un visuel (flyer, photo, etc.) afin de la rendre plus attractive. Si vous faites appel aux graphistes pour des affiches, pensez à leur demander un visuel pour vos réseaux sociaux. Dans le cas contraire, vous pouvez créer facilement des visuels adaptés à Facebook sur www.canva.com

Photo

Partagez des photos (maximum 4) de votre quotidien, des événements auxquels vous assistez, de votre équipe de recherche ou de vos collègues et vos collaborateurs/trices. Vos abonné-es aiment mettre un visage sur une institution ou un service.

Vidéo

Si vous diffusez des vidéos, préférez un lien YouTube ou Vimeo. La durée des vidéos dites « native » ou téléchargées directement sur Twitter est de maximum 2 minutes 20 secondes.

Si vous produisez du contenu vidéo, pensez à informer le [service de communication](#) et vos partenaires avant publication sur les réseaux sociaux. Cela vous permettra d'augmenter leur visibilité.



⑧ Droit à l'image

Veillez à avoir l'accord des personnes figurant sur les photos (reconnaissables et plan rapproché) avant de les partager sur vos réseaux sociaux.

Partager une photo sans leur consentement peut être considéré comme une atteinte illicite à la personnalité.

Nuance: si la ou les personnes sont considérées comme «accessoires» ou en arrière plan ≠ atteinte illicite à la personnalité

Le consentement n'est pas nécessaire:

- Si l'image porte sur une personnalité publique ou un-e sportif/ve
- Lors de manifestations publiques car les personnes sont conscientes qu'il peut y avoir des photographes. Remarque: Les photos prises dans ce cadre ne doivent pas cibler une personne et être utilisées pour illustrer l'événement et à des fins informatives uniquement.

Pensez à avertir les participant-es si des photos sont prises dans le cadre d'un événement.

.....

⑨ Copyright

Veillez à respecter le droit d'auteur-e sur une image (droits de la propriété intellectuelle). Assurez-vous que les images ou les visuels utilisés sont libres de droit.

Attention: Une image trouvée sur internet ≠ libre de droit

Gardez à l'esprit que certaines images ou photos ne peuvent pas être utilisées à des fins commerciales.

.....