□□ Bonnes pratiques sur les Publications / « Posts »

□□ Avant toute chose : Accroche visuelle et appel à action

□□ Une publication = Au moins un visuel = Meilleure accroche ⚓

Tous les textes du monde, aussi bon soient-ils, ne pourront que plus accrocher le regard avec un visuel associé (photo, dessin, vidéo, etc.). Il est donc conseillé de **toujours associer un visuel avec les publications** pour créer le petit plus qui invitera à consulter l'article / le texte.

□□ De la même manière et sans en abuser, les textes agrémentés d'emoji, smiley ou émoticône accrochent plus l'œil de nos sympathisant-e-s. Pensez éventuellement à utiliser ces petits outils visuels (ex. de site ressource en emoji : Emoji Terra).

⚠ Pensez à vos assurer des « crédits » © pour chaque visuel car l'auteur-trice peut souhaiter être mentionné-e. Si vos visuels sont en Creative Commons, pensez aussi à le notez.

□□ « Appel à Action » □

Il est conseillé de **commencer** et de **terminer** chaque publication par un « appel à action » pour la personne qui lit la publication.
Si votre post concerne une annonce d'action, c'est déjà le cas, mais même pour un relai d'article scientifique, une phrase d'engagement montrant que l'on compte sur la personne qui lit le message permet de l'inviter à participer au mouvement !
La première phrase du post doit contenir l'idée directrice que vous voulez faire passer.
De même la fin du message, rappelle l'invitation que vous faites aux sympathisant-e-s.

Quelques exemples de fin de post :
« Rebellez-vous, rejoignez-nous ! »
« Quand l'espoir meurt, l'action commence ! »
« Si ce n'est pas maintenant, quand ? Si ce n'est pas vous, qui ? »

□□♀ Les rythmes de publications

Ceux-ci sont variables en fonction du réseau social concerné, de l'information à relayer, et/ou de la période concernée (actions, hors action, RIO or not RIO).

□□ **En bref :**

- ◦ **Ne pas trop publier pour ne pas noyer les messages**
  ◦ **Adapter le rythme de publication au contexte**
  ◦ **Ne pas laisser un *RS* sans publication**
  ◦ **Penser à programmer des publications via les outils dédié**

• Les rythmes de publication « classiques » □□

□□ Extinction Rebellion est certes un mouvement de désobéissance civile, mais il est aussi question de massifier le mouvement. Ceci passe par la publication de contenus demandant une communication honnête sur la gravité et l'urgence des crises écologiques actuelles.
Des sujets de fond peuvent donc fréquemment être diffusés sur la vie du mouvement, sur du contenu scientifique alertant sur les crises actuelles, ou des annonces d'événement.

□ Hors relai d'action, il est donc important de « laisser vivre » une publication pour que chacun-e s'en empare, c'est-à-dire qu'une majorité de personnes aient accès à un sujet publié. Il est donc suggéré de laisser un certain temps les publications de sujet de fond avant de les remplacer par d'autres (rythme à prévoir en fonction de votre audience).
Par exemple sur Facebook, une publication par jour permet d'atteindre beaucoup plus d'interaction avec les utilisateur-trice-s que si on fait 10 publications/jour.
Dans le cadre d'un rythme régulier de publication, pensez à programmer ces dernières pour vous libérer l'esprit.

□□ Attention néanmoins à rester vigilant-e et à veiller sur l'actualité qui viendrait en contradiction avec les programmations (ex. programmation d'une vidéo de discobédience alors qu'une usine classée Seveso a explosé…).

• Les rythmes de publication « élevés » □□

□ En général au cours d’un relai d’action de désobéissance civile, le rythme de publication sera assez soutenu, notamment sur les réseaux à messages courts (Twitter, Mastodon) et visuels (Instagram).
L’urgence sur certaines actions (étapes de blocages, prise de parole, intervention des Forces de L’Ordre voire répression, Garde À Vue, etc.) fait qu’il peut n’y avoir quasiment aucune restriction sur le nombre de publications, tout en gardant à l’esprit qu’il faut être sûr-e des informations relayées, être viable, sous peine de perdre en crédibilité.

□ Notez que les publications doivent avoir le temps de « toucher » les utilisateur-trice-s des réseaux sociaux, une publication en « chassant » une autre, un rythme trop élevé engendrera forcément moins d’interactions par les utilisateur-trice-s des réseaux …
⚖ À vous de trouver le bon point d’équilibre □□

• Les Réseaux Sociaux « sans publications » □□

□□ Les réseaux sociaux et l’engagement des « suiveurs » sont paramétrés par rapport à l’activité desdits réseaux.
Aussi, un compte doit être un minimum actif. Un réseaux social inactif depuis plusieurs mois mais qui aurait une publication à faire passer ne sera pas efficace pour assurer un bon relai (désintérêt des abonnés, non remontée dans les « timeline » des utilisateur-trice-s, etc.).
Il est donc conseillé d’assurer un contenu minimum à ces réseaux sociaux (une sorte de bruit de fond) afin de montrer aux sympathisant-e-s et aux « suiveurs » des réseaux que le mouvement / le groupe local est toujours actif.

□□ Le partage entre les comptes des Groupes Locaux, organisations amies, etc. ainsi que le rappel des revendications et principes de XR peuvent aider par défaut à créer ce bruit de fond.
Mais attention ! Il n’est pas ici question de pousser à forcement publier du contenu. Il ne s’agit ici que de suggestions pour garder un impact médiatique quant à notre mouvement. Rappelons-nous que c’est avant tout en créant du lien, et pas forcément en ligne, que nous arriverons à massifier notre mouvement.

□□ Relais d’articles

Suggestions d’articles à relayer :

- □□ Articles qui parlent positivement d’XR
- □□ Articles qui traitent de l’urgence écologique et sociale (presse, vidéos, articles scientifiques)
- □□ Articles « maisons » via le Site Web de Extinction Rebellion France
- □□ Articles d’autres organisations. Chaque groupe a sa « politique » en la matière, et en fonction du contexte local, il est conseillé de :
  - Partager les événements « amis »
  - Partager les publications d’actions dont XR est partenaire.

⚠ *Soyez prudent-e-s avec les relais d’actions de mouvements amis mais dont le consensus d’action sort des principes d’Extinction Rebellion.*

Notre site web est une ressourcerie formidable, il y a des actualités des Groupes Locaux, des tutos sur comment mener une action, des articles de fond, des témoignages de rebelles, etc.

□□ Pensons à mettre en avant cette plateforme qui n’est pas soumise aux logiques publicitaires ni à la censure contrairement à certains Réseaux Sociaux … □□

□□ Publication humoristique

□□ Vous avez la possibilité de jouer avec les codes des Réseaux Sociaux pour toucher plus de personnes avec des Mèmes (ex. de générateur de mème), des posts humoristiques pour dénonciation de pratiques.

⚠ N’oubliez pas que XR promeut la culture régénératrice et la communication non violente, aussi faites attention aux pratiques néfastes des réseaux sociaux comme la culture du « Clash » ou la « Shitstorm ».

□□ Aussi, utilisons ces pratiques de temps en temps sans jamais en abuser, ni en tombant dans des travers nocifs, et surtout toujours en accord avec les autres membres de votre équipe dédiée à la gestion des Réseaux Sociaux.

Relai d’actions XR

Pour les relais d’actions / événements, pensez à vous équiper d’une Base Arrière de Communication ou BAC.

Pour ce qui est du relai ***pendant*** l’action, pensez à consulter le guide « Médiatiser son action ». Pensez également à l'aspect accrocheur de la publication d'action avec un ou un au début voire suivi d'un titre **EN LETTRE MAJUSCULE** (quelque chose qui change des posts "classiques").

En gardant en mémoire que le conseil principal pour tout relai d’action reste :
Pensez à une présentation valorisante d’XR
(angle, qualité des photos et vidéos et des commentaires écrits ou oraux associés)

hashtags et @ tags

Les **#hashtags** sont des **mots clés précédés d’un #** dans une publication :

- Pour les utilisateur-trice-s, ils permettent de trouver les publications contenant un #hashtag précis
- Pour les gestionnaires des réseaux sociaux, ils permettent d’associer une série de publications à une tendance ou à une thématique / un mot clef (ex. #Democratie)

Un hashtag peut être créé pour une occasion donnée (ex. #BlockFriday) mais attention à faire en sorte qu’il soit clair, pas trop long et précis (pas 10 orthographes différentes ou différents accents possible).
Ex. #cehashtagparexemplenestpasvraimentadapté

Attention également à ne pas inclure d'apostrophe, tiret ou tout signe séparant les lettres en elles.
Ex. #cen'estpasunbonhashtag

Il est possible d’associer des hashtags « maison » peu populaires avec ceux en tendance du moment afin de faire « remonter » notre publication dans les fils d’actualité des utilisateur-ice-s qui cherchent ces # populaires.
Ex. #UrgenceClimatique + #Covid19 ou #ExtinctionRebellion + #Macron2022 (exemple non contractuel)

□□ Les hashtags # fréquemment utilisés sont ceux associés :

- **au lieu auquel on fait référence (#Bordeaux #Trocadero #Suisse),**
- **à la thématique climatique (ex. #UrgenceClimatique #ClimateAction etc.),**
- **à XR (ex. #ExtinctionRebellion, #RebelForLife, #TellTheThruth, #ActNow).**

⚠ ***Attention à garder une cohérence dans l'association des hashtags (ex. #BayernFC + #RevolutionMaintenant).***

□□ Les **@tags** quant à eux sont **les mentions d'autres pages / comptes / profils** d'utilisateur-trice dans nos publications. Ils sont précédés d'un @ et renvoient (hyperlien) vers la page ou le profil mentionné (ex. @xrFrance).
Les tags sont intéressants pour signaler à la personne / page / institution qu'on la mentionne dans une publication ou une photo (pour l'interpeller, la notifier ou l'inviter).
Les tags indiquent aussi à nos lecteur-trice-s qui nous cherchons à interpeller / notifier.

⚠ Attention, les tags changent d'un RS à l'autre et ne s'écrivent pas de la même manière.

□□ Commentaires et Messages Privés (MP ou DM)

☮ Comme évoqué plus haut, que ce soit en commentaires sous une publication ou en Message Privé (MP), restez bref-ve et cordial-e (Communication Non Violente).
□□ Voici quelques conseils associés aux échanges sur les Réseaux Sociaux (vous pouvez aussi voir le tuto des messages privés sur Facebook) :

- restez sérieux-se et soyez à l'écoute des remarques qui sont faites,
- évitez l'humour et le sarcasme (cela peut être compliqué si l'échange s'envenime),
- si vous répondez à une question, précisez les infos manquantes ou s'il ne s'agit pas d'un article de première main,
- signez de votre pseudonyme / prénom pour personnaliser la réponse,
- renvoyez les personnes qui veulent nous rejoindre vers la page « [rejoignez-nous](https://extinctionrebellion.fr/rejoignez-nous/) » ou [celle des groupes locaux](https://extinctionrebellion.fr/branches/),
- renvoyez les demandes de presse vers presse@extinctionrebellion.fr,
- renvoyez les demandes de post de Groupes Locaux vers medias@extinctionrebellion.fr,

- si le commentaire / la question semble litigieux-se, faites remonter à votre équipe ou rebelles proches,
- assurez une veille quotidienne sur les commentaires ou MP,
- pensez à l’invisibilisation d’un commentaire insultant, ou au bannissement d’utilisateur-trice-s nocif-ve-s en cas de commentaires malveillants, et ce toujours en accord avec notre équipe.

□□ Remarques sur l’objectivité, la neutralité et la cohérence

- ⚠ **Attention aux fake news**, aux informations partielles et aux informations déformées ou pas assez précises : toujours vérifier une information avant de la poster. Ce n’est pas parce qu’une information est diffusée sur un média national qu’elle est systématiquement vraie ...
- □□ **Privilégiez le contenu scientifique informatif**. Les faits établis scientifiquement prévalent sur leur interprétation et analyse, ces dernières n'engageant que celui qui les a écrit.
- ⚖ **Toujours veiller au bon équilibre entre les différents types de publications** (articles scientifiques, actions, vidéos, mèmes, etc.).
- □□ **Pensez à relire vos publications** pour vous assurer de leur cohérence et de leur orthographe (les fautes d’orthographe prêtent toujours à une disqualification de notre discours, contre laquelle il est difficile de lutter, même si « l’orthographe » et son usage n’est pas exempt de tout reproche).

□□ Charte « graphique »

Il est suggéré **pour tout compte de RS XR** d’avoir :

- **Une photo de profil avec le logo XR**
- □□ **Un post épinglé sur les revendications d’XR et l’appel à nous rejoindre ou post d’actualité immédiate demandant une participation massive.**

Pour ce qui est de l’aide pour avoir des visuels suivant la charte graphique d’XR voici :

- La charte graphique du mouvement (à télécharger)
- Le générateur de visuels

Enfin si vous trouvez que certains liens dans vos publications sont trop longs et peu esthétiques, pensez au raccourcisseur de lien.

Créé 2022-09-13 18:51:43 CEST par toboe
Mis à jour 2022-09-13 19:03:46 CEST par toboe