



Guide pratique sur l'utilisation des médias sociaux

À l'attention des journalistes et défenseurs des droits de l'homme



Avec l'appui financier de





Guide pratique sur l'utilisation des médias sociaux

À l'attention des journalistes et défenseurs des droits de l'homme



Avec l'appui financier de



PRÉFACE

La protection de la liberté d'expression, inscrite dans la Déclaration universelle des droits de l'homme il y a 75 ans, est une priorité majeure de l'action extérieure de l'Union européenne, car lorsqu'on ne peut pas exprimer librement nos opinions, tous les autres droits et libertés sont compromis. Alors qu'il est essentiel de préserver des médias libres, indépendants et pluralistes pour des démocraties résilientes et saines, la liberté de la presse est aujourd'hui menacée dans de nombreux pays.

Les journalistes, les professionnels des médias et tous ceux qui informent sur les violations des droits humains et sur la corruption, en exigeant au pouvoir que la lumière soit faite et que les responsables soient poursuivis en justice, sont de plus en plus confrontés au discrédit, à des menaces, au harcèlement policier et judiciaire –qui les force parfois à quitter leurs pays–, voire à des attaques physiques et même des assassinats, comme celui du brave journaliste camerounais Martinez Zogo en janvier dernier.

L'irruption de l'Internet et notamment des réseaux sociaux, ces vastes plateformes de communication liant des millions d'utilisateurs, offrent aux journalistes et aux défenseurs des droits humains de nouvelles opportunités de diffusion des informations, de dénonciation des abus, et d'expression de leurs opinions, au point de devenir aujourd'hui incontournables. Les médias traditionnels, qui ont parfois pu souffrir d'une forme de concurrence avec ces nouveaux canaux, ont fini par faire des médias sociaux des alliés dans leurs stratégies de conquête de l'audience. Pour les défenseurs des droits humains la liberté d'expression en ligne doit être au cœur des préoccupations.

Les médias sociaux interviennent dans différents aspects de notre quotidien. Ils sont tout d'abord une source inépuisable d'information, permettant d'élargir la compréhension du monde, de développer des compétences, mais aussi créant des liens et renforçant les relations entre personnes et groupes; ils influencent les décisions politiques, les choix du consommateur, nos perceptions et comportements.

PRÉFACE

Au Togo, 90 % de la population utilise un mobile, soit 7,72 millions de mobiles, et il y a plus de 2,23 millions d'internautes, dont 956.700 utilisateurs actifs des réseaux sociaux, ce qui montre l'envergure de ces plateformes digitales de communication. Ainsi, l'accès à l'information et à l'interaction sociale n'a jamais été aussi facile. Les utilisateurs peuvent lire les nouvelles, postuler pour un emploi, interagir, acquérir de nouvelles compétences et établir des relations dans le monde entier en cliquant sur un bouton ou en appuyant sur un écran.

Or, les réseaux sociaux s'illustrent également ces dernières années partout dans le monde comme un terrain fertile à la désinformation et à l'incitation à la haine et la violence. Les jeunes, majoritairement présents sur ces interfaces, sont les cibles privilégiées de ces campagnes de manipulation destinées à orienter frauduleusement leurs perceptions de certaines réalités à des buts de propagande politique ou idéologique. Pour l'Union européenne, la diffusion intentionnelle des fausses informations ainsi que l'incitation à la haine, la discrimination et la violence à l'encontre des personnes ou des groupes humains doivent être combattues.

Le présent guide d'utilisation des médias sociaux, fruit d'une collaboration entre l'Institut Panos Afrique de l'Ouest (IPAO) en partenariat avec l'Observatoire Togolais des médias (OTM), et le Réseau Interafricain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV) est conçu pour accompagner les professionnels des médias et les défenseurs des droits humains dans leurs publications, recherches, plaidoyers et autres actions d'information et de communication.

La Délégation de l'Union européenne au Togo est heureuse d'appuyer la réalisation de cet outil destiné à renforcer et à optimiser l'utilisation des réseaux sociaux par les journalistes et médias togolais. Puisse ce guide vous aider à surmonter les divers obstacles et vous encourager à participer pleinement, de manière professionnelle, responsable et efficace, à une bonne utilisation des médias sociaux.

S.E. M. Joaquín TASSO VILALLONGA
Ambassadeur de l'Union européenne au Togo

AVANT-PROPOS

L'utilisation des médias sociaux peut être complexe et poser des défis majeurs aux professionnels de l'information et des droits de l'homme. C'est pour cette raison que ce guide pratique a été conçu pour outiller les bénéficiaires et leur permettre de mieux maîtriser les enjeux des réseaux sociaux et le cadre légal qui régit la communication numérique au Togo et au-delà.

Ce guide vise également à identifier et mettre à la disposition des journalistes les bonnes pratiques du journalisme 2.0, en leur donnant des conseils pratiques pour optimiser l'utilisation des médias sociaux dans leur travail.

Pour les défenseurs des droits humains et les activistes, ce guide propose des stratégies d'accroissement d'audience pour leurs publications sur les réseaux sociaux, ainsi que des outils de sécurisation et d'évaluation des publications et des audiences.

En somme, ce guide pratique est un outil essentiel pour tous les professionnels de l'information et des droits de l'homme au Togo qui souhaitent maximiser l'utilisation des médias sociaux et renforcer leurs capacités professionnelles.

OBJECTIFS DU GUIDE

- ▶ *Outiller les bénéficiaires à maîtriser les enjeux des réseaux et le cadre légal qui régit la communication numérique au Togo et au-delà*
- ▶ *Identifier et mettre à la disposition des journalistes les bonnes pratiques du journalisme 2.0*
- ▶ *Mettre à la disposition des défenseurs des droits humains et activistes des stratégies d'accroissement d'audience d'une plateforme, d'un débat, d'une publication sur les réseaux sociaux*
- ▶ *Proposer des outils de sécurisation et d'évaluation des publications et des audiences sur les réseaux sociaux*

CONTENU DU GUIDE

- ▶ *Enjeux des réseaux sociaux*
- ▶ *Cadre légal applicable aux médias sociaux*
- ▶ *Bonnes pratiques du journalisme 2.0*
- ▶ *Stratégies d'accroissement d'audience*
- ▶ *Outils de sécurisation et d'évaluation des publications et des audiences*

REMERCIEMENTS

Guide réalisé dans le cadre du Projet
« *Promouvoir la liberté d'expression et
des médias, et protéger les défenseurs
des droits de l'homme au Togo (FOE
Togo) »*

initié par

*l'Institut Panos Afrique de l'Ouest
(IPA0), l'Observatoire Togolais des
Médias (OTM) et le Réseau Inter Africain
pour les Femmes, Médias, Genre et
Développement (FAMEDEV)*

avec

*l'appui financier de l'Union Européenne
(Délégation du Togo)*

**COORDINATION
TECHNIQUE &
ÉDITORIALE**

KOYE Akila Freddy

INFOGRAPHIE

Jacky Arts Création

(Agence de communication et d'art graphique)

ANNÉE

2023



SOMMAIRE

Avant-propos

Introduction

CHAPITRE 01:
Enjeux des réseaux sociaux

CHAPITRE 02:
Cadre légal applicable aux médias sociaux

CHAPITRE 03:
Bonnes pratiques du journalisme 2.0

CHAPITRE 04:
Stratégies d'accroissement d'audience

CHAPITRE 05:
Outils de sécurisation et d'évaluation
des publications et des audiences

Conclusion

*L'apparition
du numérique
a révolutionné
le monde*

Les médias sociaux sont devenus une plateforme incontournable pour la communication et la diffusion d'informations à travers le monde. Au Togo, leur utilisation est en constante croissance, offrant ainsi une opportunité inédite aux journalistes et aux défenseurs des droits de l'homme de s'exprimer et d'informer un public plus large.

*Nécessité pour
les utilisateurs
de maîtriser
les contours de
ce champ
complexe*

Cependant, leur utilisation peut se révéler complexe et poser des défis majeurs aux professionnels de l'information et des droits de l'homme. Ce guide pratique a été conçu à cet effet pour les outiller et leur permettre de mieux maîtriser les enjeux des réseaux sociaux et le cadre légal qui régit la communication numérique au Togo et au-delà.

*La quête
de la démocratie
est une affaire
de tous*

La démocratie est un idéal à atteindre et le rôle prépondérant des médias est déterminant en la matière. Les journalistes et les défenseurs des droits de l'homme, de par leurs missions régaliennes, contribuent énormément parfois à l'atteinte de cet idéal en prenant des risques non des moindres.



Le Togo tente de réguler le secteur par des initiatives

La loi du 07 décembre 2018 sur la cybersécurité et la lutte contre la cybercriminalité, la loi sur la protection des données à caractère personnel, le code de la presse et de la communication au Togo, la loi organique de la HAAC (Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication) ont été adoptés.

On note une persistance des heurts en lien avec l'utilisation des médias sociaux

Les risques de collision sont nombreux entre l'intérêt des médias à utiliser les données personnelles et l'intérêt des personnes concernées à protéger celles-ci. La protection des données personnelles pose des questions fondamentales liées au juste équilibre entre la protection des droits de l'homme et l'utilisation des nouveaux médias à la faveur des NTIC (Nouvelles Technologies de l'information et de la communication) ou du numérique.

Importance des médias sociaux pour les journalistes et les défenseurs des droits de l'homme.

ACCÈS RAPIDE À L'INFORMATION

Les médias sociaux permettent d'accéder rapidement à l'information. Les journalistes et les défenseurs des droits de l'homme peuvent surveiller les événements en temps réel et obtenir des mises à jour instantanées sur les nouvelles, les situations politiques et les violations des droits de l'homme.

DIFFUSION DEL'INFORMATION

Les médias sociaux permettent de diffuser rapidement et efficacement des informations au public. Ces acteurs peuvent partager des articles, des rapports, des photos et des vidéos sur les événements qui les intéressent ou les interpellent, atteignant un public plus large et plus diversifié que jamais auparavant.

COLLECTE DE TÉMOIGNAGES, DE PREUVES ET INTERACTIVITÉ

Les médias sociaux sont un outil de collecte de témoignages et de preuves de manière rapide et efficace. Ainsi, ces acteurs peuvent interagir avec leurs cibles, recueillir des opinions et des commentaires; engager une discussion autour de sujets importants et obtenir des images pour étayer leurs reportages ou leurs enquêtes.



CHAPITRE 1

Enjeux des réseaux sociaux

- La connaissance des médias sociaux
- Les avantages et les risques de l'utilisation des médias sociaux
- Les tendances et les évolutions des réseaux sociaux
- Usage professionnel des réseaux sociaux

La connaissance des médias/ réseaux sociaux

Généralités

Les termes "médias sociaux" et "réseaux sociaux" sont souvent utilisés de manière interchangeable, mais il y a une différence subtile entre les deux.

Les réseaux sociaux sont des plateformes en ligne qui permettent aux utilisateurs de se connecter avec d'autres personnes et de partager des informations avec elles. Les exemples courants de réseaux sociaux sont Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.

Par contre, les médias sociaux sont des plateformes en ligne qui permettent aux utilisateurs de créer, de publier et de partager du contenu, tel que des articles, des vidéos, des images et des commentaires. Les exemples courants de médias sociaux sont YouTube, TikTok, Reddit, Medium, etc.

En résumé, les réseaux sociaux sont des plateformes où les utilisateurs peuvent se connecter et interagir avec d'autres utilisateurs, tandis que les médias sociaux sont des plateformes où les utilisateurs peuvent créer et partager du contenu.

Pourquoi sont-ils importants?

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont devenus un canal de communication essentiel pour les administrations, les entreprises, les organisations ainsi que les populations dont les acteurs de médias et les défenseurs des droits de l'homme.

Que peuvent-ils offrir?

Les réseaux sociaux permettent de se connecter avec d'autres personnes, partager des informations et des expériences, faire le monitoring de l'actualité et des droits de l'homme. En marketing, ils offrent des avantages qui incluent le service à la clientèle, la publicité et la communication de marque.

Une offre de visibilité

Les réseaux sociaux offrent une visibilité accrue aux journalistes et défenseurs des droits de l'homme, leur permettant de partager rapidement et facilement des informations, des analyses et des témoignages avec un large public. Ces plateformes permettent aux journalistes de diffuser du contenu en temps réel, touchant ainsi un auditoire plus large. De même, les défenseurs des droits de l'homme peuvent utiliser les réseaux sociaux pour sensibiliser, mobiliser le soutien, documenter les violations et partager des appels à l'action. Les réseaux sociaux offrent un moyen de contourner les canaux traditionnels d'information et de toucher directement les utilisateurs en ligne, ce qui est particulièrement bénéfique dans les régions où les médias traditionnels sont limités ou censurés. Ils offrent également un espace pour l'interaction avec le public, permettant aux journalistes et aux défenseurs des droits de l'homme d'engager des discussions et de recevoir des commentaires.

Les différents types de médias sociaux

Plateformes de réseaux sociaux

Facebook	Reddit
Twitter	Tumblr
Instagram	WhatsApp
LinkedIn	WeChat
Snapchat	YouTube
TikTok	Clubhouse
Pinterest	Discord
	Twitch

Forums et blogs

Forums :

Reddit
Quora
Stack Overflow
4chan
GitHub Discussions
XDA Developers
Forum
Digital Point
Forum
Warrior Forum
Moz Q&A Forum

Blogs :

WordPress
Medium
Blogger
Tumblr
Wix
Squarespace
Ghost
Weebly
HubSpot Blog
Neil Patel's Blog

plateformes de partage de photos et de vidéos

Instagram	Dailymotion
TikTok	Imgur
YouTube	500px
Snapchat	SmugMug
Pinterest	We Heart It
Flickr	EyeEm
Vimeo	VSCO
	Unsplash

applications de messagerie

WhatsApp	Snapchat
Facebook Messenger	iMessage
WeChat	Hangouts
Line	Skype
Telegram	Slack
Signal	Discord
Viber	Microsoft Teams

La connaissance des médias/ réseaux sociaux

Les tendances actuelles des médias sociaux

Le pouvoir des stories

Les "stories" (histoires) sont des fonctionnalités de contenu éphémère sur les réseaux sociaux tels que Instagram, Snapchat, Facebook et Whatsapp. Elles sont devenues très populaires ces dernières années et ont transformé la façon dont les utilisateurs partagent leur quotidien en ligne. Les utilisateurs publient des photos, des vidéos ou des textes courts qui disparaissent après 24 heures, ce qui crée un sentiment d'urgence et d'exclusivité. Les stories permettent également aux utilisateurs d'ajouter des filtres, des effets et des stickers pour personnaliser leur contenu et le rendre plus engageant.

La montée des influenceurs

Au cours de la dernière décennie, nous avons assisté à une montée en puissance des influenceurs sur les réseaux sociaux. Il s'agit des personnes qui ont une forte présence en ligne et une influence sur leurs abonnés en raison de leur expertise, de leur popularité ou de leur personnalité. Il y a de nombreux avantages à travailler avec les influenceurs. Ils peuvent aider à atteindre un public plus large, à gagner en visibilité, à améliorer la réputation et à renforcer l'engagement des internautes. Cependant, il est important de noter que les influenceurs doivent être choisis avec soin, en fonction de leur alignement avec les valeurs, de leur crédibilité et de leur engagement authentique avec leur public.

Contenu interactif

Le contenu interactif est un type de contenu numérique qui permet à l'utilisateur de s'engager activement dans la création au lieu d'être un consommateur passif. Le contenu interactif peut prendre de nombreuses formes, telles que des jeux, des quiz, des sondages, des vidéos, etc. Les contenus interactifs stimulent l'engagement des utilisateurs et encouragent la participation active, ce qui peut aider à améliorer la rétention des informations. Ils peuvent également être plus amusants et plus attrayants que le contenu statique, ce qui peut aider à attirer et à retenir l'attention des utilisateurs.

La montée des chatbots

Les chatbots sont des programmes informatiques sur les sites web et les applications de messagerie qui utilisent l'intelligence artificielle pour interagir avec les utilisateurs de manière conversationnelle. Les chatbots permettent de répondre instantanément aux préoccupations des internautes. Ils traitent de grandes quantités de données et automatisent des tâches répétitives, ce qui contribue à économiser du temps et des ressources. Les chatbots sont utilisés dans différents contextes, notamment dans les domaines de la santé et de l'éducation et même du monitoring des droits de l'homme.

Zoom

Différence entre influenceurs, blogueurs et activistes

Les influenceurs ont une grande audience sur les réseaux sociaux et promeuvent les produits et services, les blogueurs sont des créateurs de contenus et les activistes défendent les causes sociales ou politiques. Cependant, ces catégories peuvent se chevaucher, car de nombreux influenceurs et blogueurs peuvent également être des activistes et utiliser leur influence pour promouvoir des causes qu'ils soutiennent.

La connaissance des médias/ réseaux sociaux

Les réseaux sociaux populaires et leurs usages



Twitter est utilisé à travers le monde pour partager les informations en temps réel. Il permet également de suivre des personnalités politiques, des organisations internationales et des médias de renom pour avoir accès à des sources d'informations fiables. Il procède par de courts messages (brèves) de 280 caractères et offre la possibilité d'inclure des images, des vidéos ou des liens dans un tweet, ce qui peut également aider à transmettre un message ou une idée de manière plus efficace.



LinkedIn permet aux professionnels de créer un profil détaillé de leur carrière, d'établir des connexions avec d'autres professionnels, de rechercher des offres d'emploi et des candidats, de participer à des groupes de discussion et de partager des contenus professionnels tels que des articles, des vidéos et des présentations. LinkedIn est souvent utilisé pour le réseautage professionnel, la formation continue et l'établissement de partenariats.



YouTube est une plateforme de partage de vidéos en ligne. Elle permet aux utilisateurs de regarder, télécharger, commenter et partager des vidéos sur une variété de sujets. YouTube propose une vaste gamme de contenus, allant des vidéos musicales et des tutoriels aux vlogs, aux documentaires et aux vidéos humoristiques. Il est également possible pour les utilisateurs de créer leur propre chaîne YouTube et de publier leurs propres vidéos pour les partager avec le monde entier. YouTube est devenu l'une des plateformes les plus populaires et influentes d'Internet, offrant une multitude d'opportunités pour découvrir, apprendre, divertir et interagir avec une communauté mondiale.



Facebook permet aux utilisateurs de créer un profil, de se connecter avec des amis et de la famille, de publier des contenus tels que des photos et des vidéos, de participer à des groupes et des événements, et de communiquer avec d'autres utilisateurs via des messages et des commentaires. Facebook est aujourd'hui l'un des plus grands réseaux sociaux au monde, avec plus de 2,9 milliards d'utilisateurs actifs mensuels en 2021. À côté des comptes individuels, la professionnalisation de cette plateforme permet la création des pages Facebook qui sont devenues des outils importants pour les administrations, les entreprises, les organisations et les médias pour communiquer avec leurs cibles.



Instagram est un réseau social qui permet aux utilisateurs de partager des photos et des vidéos, d'appliquer des filtres et des effets visuels, de taguer d'autres utilisateurs et d'interagir avec eux. Instagram est très prisé pour sa facilité d'utilisation, son esthétique visuelle et sa communauté engagée. Il est utilisé par les individus, les organisations et les célébrités pour promouvoir leur image de marque, partager leur vie et leur travail, et se connecter avec leur public.



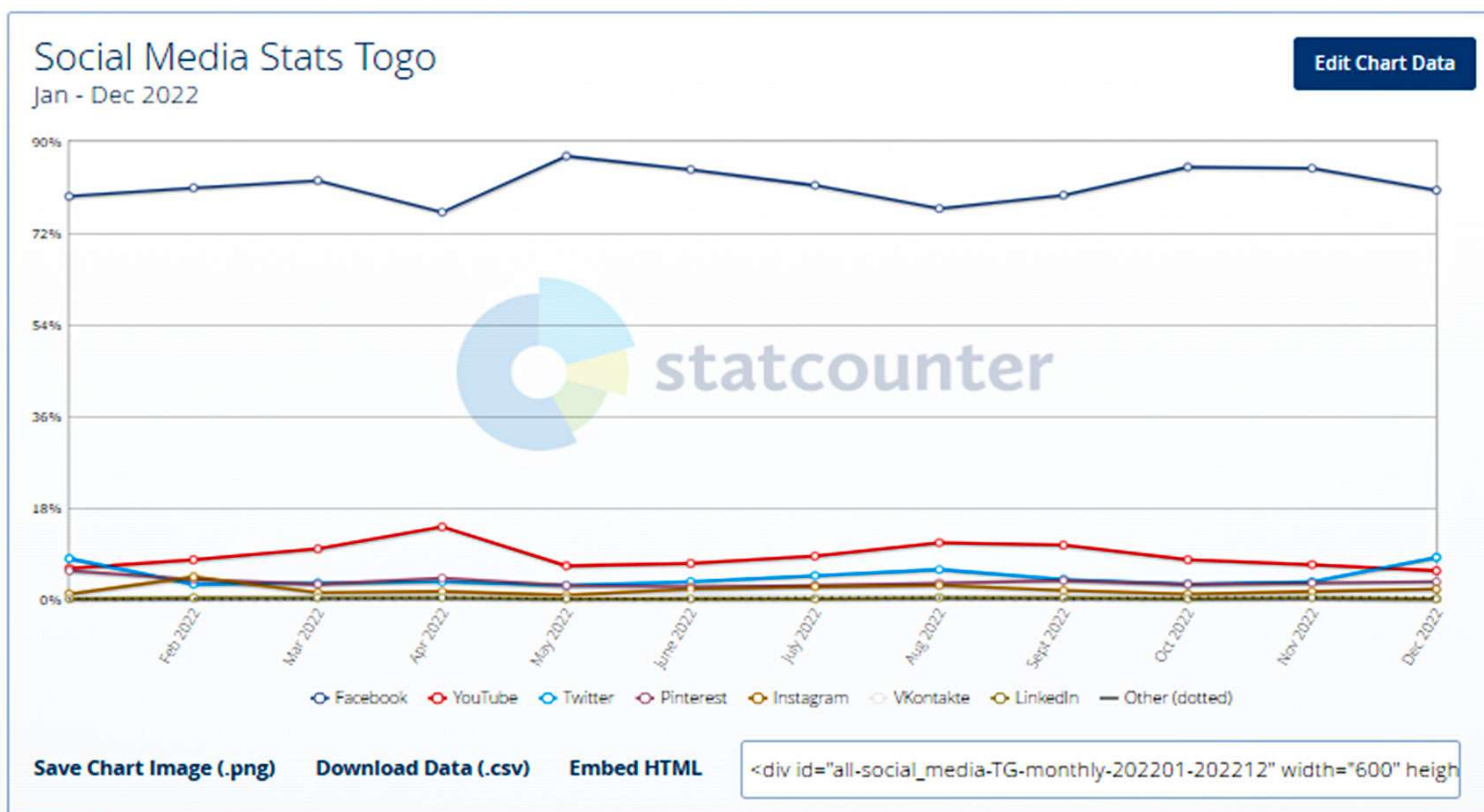
TikTok est une application de médias sociaux mobiles qui permet aux utilisateurs de créer et de partager de courtes vidéos. La plateforme s'est également lancée dans le streaming en direct. Les utilisateurs peuvent maintenant diffuser en direct sur TikTok, interagir avec leur public et partager des événements en temps réel.

Le streaming en direct sur TikTok a contribué à renforcer l'engagement des utilisateurs sur la plateforme et à créer une communauté plus engagée et interactive. Cela a également ouvert de nouvelles opportunités pour les créateurs de contenu.

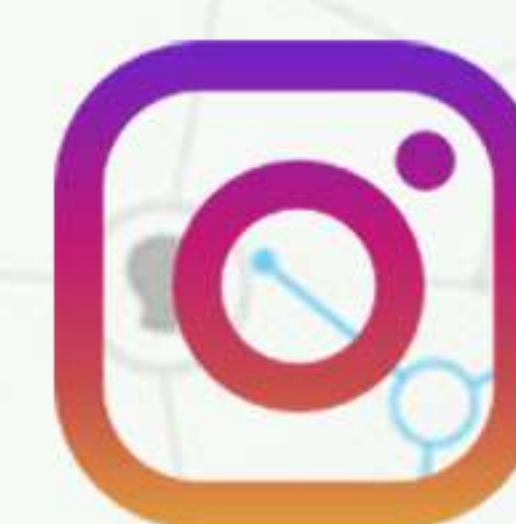
La connaissance des médias/ réseaux sociaux

Classement des réseaux sociaux les plus utilisés au Togo

Bien qu'il n'y ait pas d'études scientifiques disponibles sur le classement des réseaux sociaux au Togo, on peut tout de même se référer aux tendances générées par StatCounter, une plateforme en ligne qui offre une analyse en temps réel du trafic sur le web. À travers cette capture d'écran, on peut avoir une idée du classement en 2022.



Selon ce classement, Facebook est en tête, suivi de YouTube, Twitter et Pinterest. D'autres classements non référencés placent également Facebook en première position, mais suivi de WhatsApp, YouTube et TikTok. Les réseaux sociaux couramment utilisés par les Togolais incluent également Instagram, Telegram et LinkedIn.



Les avantages et les risques de l'utilisation des médias sociaux

les réseaux sociaux sont des outils puissants qui ont changé la façon dont les gens communiquent et partagent des informations. Ils ont permis une augmentation massive de la connectivité mondiale et ont créé de nouvelles opportunités pour la diffusion d'informations, le marketing, la mobilisation sociale et la création de communautés. Ils constituent un véritable outil au service des acteurs des médias et des activistes des droits de l'homme. Cependant, des risques peuvent être associés à leur usage.

Possibilité d'établir un réseau professionnel

Les médias sociaux offrent aux professionnels une plateforme de collaboration, un réseau de contacts; des opportunités d'emplois, d'apprentissage de nouvelles compétences et de partage d'idées avec d'autres personnes de leur domaine.

Mécanisme d'engagement du public

Les médias sociaux permettent une interaction en temps réel avec les audiences, ce qui peut aider ces acteurs à engager leur public et à encourager une participation active à leurs projets. Ils permettent de gérer les plaintes, et obtenir des commentaires constructifs pour améliorer leurs services.

OUTIL DE DÉVELOPPEMENT ET DE RENFORCEMENT DU LIEN SOCIAL

AVANTAGES

OUTIL DE LIBERTÉ D'EXPRESSION ET DE PROMOTION DES DROITS HUMAINS ET DE LA PARTICIPATION CITOYENNE

Connectivité accrue

Les médias sociaux permettent de se connecter avec ses connaissances, rencontrer de nouvelles personnes et établir des relations professionnelles et amicales significatives.

Amplification de la voix

Les médias sociaux permettent de toucher un public plus large et plus diversifié à travers le monde entier. Ils permettent d'exprimer librement des opinions et de participer aux débats. Ils sont de puissants outils de mobilisations sociales et de partage d'informations et des messages, et pour rendre compte des violations des droits de l'homme

woaouhhh !
Payer juste 25 000 francs
pour bénéficier d'une bourse
d'études à l'étranger ?
C'est super !
Je m'inscris tout de suite .



Les avantages et les risques de l'utilisation des médias sociaux

Diffusion de fausses informations :

Les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour propager rapidement des informations fausses ou trompeuses, ce qui peut avoir des conséquences négatives pour la société et les individus.

Harcèlement et intimidation en ligne

Les utilisateurs peuvent être victimes de harcèlement, de discrimination et de cyberintimidation sur les réseaux sociaux. Le harcèlement en ligne peut avoir des effets néfastes sur la santé mentale des individus.

DES ATTEINTES
À L'INTÉGRITÉ, À L'HONNEUR

INCONVENIENTS

UNE DÉFORMATION DE L'INFORMATION

Manipulation de l'opinion publique

Les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour manipuler l'opinion publique et influencer des sondages, les résultats des élections et des référendums.

Violation de la vie privée

Les réseaux sociaux collectent souvent des données sur les utilisateurs, qui peuvent être utilisées à des fins publicitaires ou vendues à des tiers. Les utilisateurs peuvent également partager involontairement des informations privées sur les réseaux sociaux, ce qui peut compromettre leur sécurité.

SYNTHÈSE

Les médias sociaux sont un outil puissant. Ils sont très utiles pour se connecter avec les autres, promouvoir des idées et des produits utiles, et encourager l'engagement citoyen.

Néanmoins, il y a des risques. Nous devons être conscients des conséquences négatives de l'utilisation excessive des médias sociaux, et prendre les mesures nécessaires pour les limiter.

En conclusion, ayez un usage responsable des médias sociaux. Utilisez-les pour vous informer, engager avec les autres, et être un membre responsable de la société numérique.



Les tendances et les évolutions des réseaux sociaux

Pourquoi les réseaux sociaux sont-ils si populaires aujourd'hui ?

Applications mobiles faciles d'utilisation et conviviales

Les réseaux sociaux sont très faciles à utiliser. La plupart des plateformes sont gratuites, ont une interface utilisateur intuitive et permettent de se connecter rapidement. Les applications mobiles contribuent à offrir une expérience d'utilisation conviviale.

Connectivité et Marketing d'influence

Les réseaux sociaux ont révolutionné la façon dont les gens se connectent et interagissent les uns avec les autres. Cela leur donne un sentiment de contrôle sur leur environnement en ligne. Les influenceurs des réseaux sociaux et les blogueurs ont permis d'atteindre des publics spécifiques de façon phénoménale.

Création de communautés

Les utilisateurs peuvent créer et rejoindre des communautés en ligne autour de leurs intérêts communs, créant ainsi un sentiment d'appartenance et de connexion.

Un nouveau champ de compétitivité

Un nouveau champ de compétitivité a émergé avec l'évolution des tendances, des utilisations et des fonctionnalités des plateformes de réseaux sociaux.

Il est important de noter que la compétitivité sur les réseaux sociaux ne se limite pas seulement aux chiffres de popularité, mais également à la qualité du contenu, à la pertinence des messages et à la capacité à interagir et à répondre aux attentes des utilisateurs.

Les acteurs qui parviennent à créer des expériences positives et engageantes sur les réseaux sociaux ont de meilleures chances de se démarquer et de réussir dans cet environnement concurrentiel.

Les évolutions technologiques et l'avenir des réseaux sociaux

Réalité augmentée et virtuelle

Les réseaux sociaux ont commencé à intégrer des fonctionnalités de réalité augmentée et virtuelle pour offrir une expérience plus immersive à leurs utilisateurs. Par exemple, Snapchat propose des filtres AR qui peuvent être utilisés pour transformer votre apparence ou ajouter des objets virtuels à vos photos et vidéos. Les utilisateurs pourraient bientôt être en mesure d'interagir avec des objets virtuels dans le monde réel, ou de se rencontrer dans des environnements virtuels plus immersifs.

Intelligence Artificielle (IA)

Les réseaux sociaux utilisent de plus en plus l'intelligence artificielle pour améliorer l'expérience utilisateur. Par exemple, Facebook utilise l'IA pour reconnaître les visages dans les photos et suggérer des tags, ainsi que pour recommander des amis et des pages à suivre. L'IA continuera à jouer un rôle de plus en plus important dans les réseaux sociaux, notamment en aidant à détecter et à supprimer les faux comptes et les faux contenus, en offrant des recommandations plus personnalisées pour les utilisateurs, et en améliorant la sécurité et la confidentialité des données.

La réalité sociale

La réalité sociale est une technologie qui permet aux utilisateurs de se rencontrer et de communiquer dans des environnements virtuels. Les réseaux sociaux commencent à intégrer cette technologie pour offrir des expériences plus immersives et sociales à leurs utilisateurs. Par exemple, Facebook a lancé Horizon Workrooms, une application VR qui permet aux utilisateurs de se réunir et de travailler ensemble dans un environnement virtuel.

Les tendances et les évolutions des réseaux sociaux

Réseaux sociaux basés

Les réseaux sociaux basés sur la technologie de la blockchain ont le potentiel de protéger davantage la vie privée des utilisateurs et de donner à ceux-ci un plus grand contrôle sur leurs données

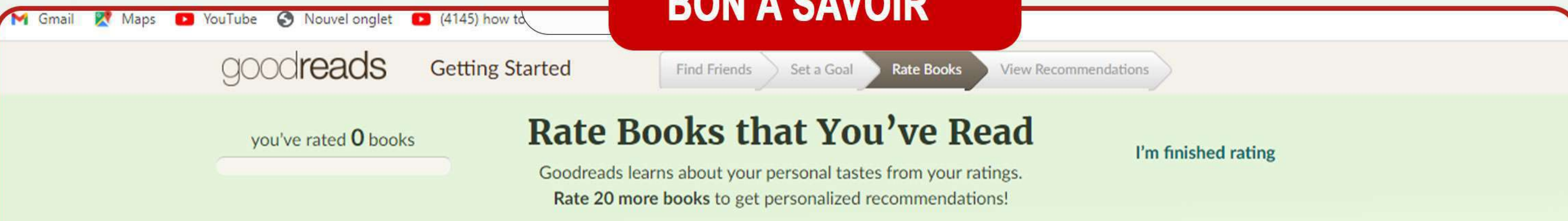
Les réseaux sociaux basés sur la voix

les réseaux sociaux basés sur la voix, tels que Clubhouse, pourraient devenir de plus en plus populaires, offrant aux utilisateurs une nouvelle façon de se connecter et de communiquer en ligne.

Les réseaux sociaux de niche

les réseaux sociaux de niche pourraient devenir de plus en plus populaires, avec des plateformes se concentrant sur des communautés spécifiques ou des intérêts particuliers. Les utilisateurs pourraient préférer des réseaux sociaux plus petits et plus spécialisés plutôt que des plateformes plus larges comme Facebook ou Twitter.

BON À SAVOIR



you've rated 0 books

Rate Books that You've Read

Goodreads learns about your personal tastes from your ratings.
Rate 20 more books to get personalized recommendations!

I'm finished rating

Books, authors

Favorite Genres: (edit)

Art

Sports

More Genres:

Art

Ways of Seeing
John Berger

THE STORY

When the Rain

The New Drawing on the Right Side of the Brain

STEAL LIKE AN ARTIST

Les réseaux sociaux de niche sont des plateformes en ligne qui se concentrent sur des communautés spécifiques ou des intérêts particuliers. Ils sont souvent plus petits que les grands réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram ou Twitter, mais peuvent offrir des fonctionnalités plus ciblées et des expériences plus personnalisées pour leurs utilisateurs. Ces réseaux sociaux peuvent prendre de nombreuses formes différentes et se concentrer sur un large éventail de sujets, des sports et des loisirs aux questions politiques et aux modes de vie. Certains exemples de réseaux sociaux de niche incluent: Goodreads, Strava, Nextdoor, Vero. Les réseaux sociaux de niche peuvent offrir des avantages importants pour les utilisateurs, tels qu'une communauté plus engagée et des interactions plus significatives. Alors que les grands réseaux sociaux continuent de croître et de dominer le marché, les réseaux sociaux de niche peuvent offrir une alternative attrayante pour les utilisateurs qui cherchent des expériences plus ciblées et plus personnalisées.

Les tendances et les évolutions des réseaux sociaux

Liberté sur internet aujourd'hui

Bien que l'Internet offre de vastes possibilités d'accès à l'information, à la communication et à l'expression, il existe également des défis et des préoccupations concernant la liberté en ligne.

D'une part, Internet a permis une plus grande ouverture et un plus grand accès à l'information. Les utilisateurs peuvent partager leurs opinions, participer à des débats, accéder à des connaissances et interagir avec des personnes du monde entier. Cela a favorisé la liberté d'expression et la diversité des voix, permettant à des groupes marginalisés et à des individus de faire entendre leur voix.

Cependant, il existe également des défis liés à la liberté sur Internet. Certains pays mettent en place des mesures de censure et de surveillance pour contrôler l'accès à l'information et réprimer la dissidence. Des restrictions sont imposées à la liberté d'expression en ligne, que ce soit par des blocages de sites, la suppression de contenu ou la criminalisation de certaines formes d'expression. De plus, la protection de la vie privée en ligne est souvent compromise, avec la collecte et l'utilisation abusive des données personnelles.

Les organisations de défense des droits de l'homme, les activistes, les gouvernements et les entreprises jouent tous un rôle dans la promotion de la liberté sur Internet. En travaillant ensemble, il est possible de préserver et de renforcer la liberté en ligne pour tous les utilisateurs.

Savoir contourner les censures en ligne

Il existe des méthodes et des outils qui peuvent aider à accéder à l'information et à contourner les restrictions imposées. Voici quelques options à considérer :

Réseau privé virtuel (VPN) : Utiliser un VPN permet de masquer votre adresse IP et de chiffrer votre connexion, ce qui rend plus difficile pour les gouvernements ou les fournisseurs d'accès Internet de suivre et de censurer votre activité en ligne. Un VPN vous permet de vous connecter à des serveurs situés dans d'autres pays, vous donnant ainsi accès à Internet sans les restrictions imposées localement.

Proxy : Un proxy est un serveur intermédiaire qui agit comme un relais entre votre appareil et le site web que vous souhaitez visiter. En utilisant un proxy, vous pouvez masquer votre adresse IP réelle et accéder à des sites web bloqués en utilisant l'adresse IP du proxy.

Réseau décentralisé : Certains projets de réseaux décentralisés, tels que le réseau Tor, permettent d'accéder à Internet de manière anonyme en faisant transiter votre connexion à travers plusieurs nœuds pour masquer votre emplacement et contourner les censures.

DNS alternatif : Les fournisseurs d'accès Internet peuvent bloquer l'accès à certains sites web en utilisant des serveurs DNS qui ne résolvent pas correctement les adresses des sites bloqués. En utilisant un service DNS alternatif, vous pouvez contourner ces blocages et accéder aux sites censurés.

Utilisation de réseaux mobiles ou d'autres réseaux Wi-Fi : Dans certains cas, les restrictions en ligne peuvent être spécifiques aux réseaux fixes, tandis que les réseaux mobiles ou d'autres réseaux Wi-Fi peuvent offrir un accès plus ouvert à Internet.

Zoom

Il est important de noter que contourner les censures en ligne peut être illégal dans certains pays. Avant d'utiliser ces méthodes, il est essentiel de connaître les lois et les réglementations en vigueur dans votre pays et d'agir en conséquence.

VPN

Focus sur quelques campagnes digitales au Togo

Au Togo, comme dans de nombreux autres pays, les campagnes digitales sont devenues des outils incontournables pour sensibiliser, promouvoir, mobiliser et influencer. Grâce à l'utilisation des outils numériques, les organisations et les activistes des droits de l'homme au Togo initient des campagnes qui bénéficient d'une portée plus ou moins large et d'un impact plus significatif, ouvrant ainsi de nouvelles opportunités pour atteindre efficacement le public ciblé. Ces campagnes digitales jouent un rôle essentiel dans la défense des droits de l'homme et dans la lutte pour la justice sociale dans le pays. En voici quelques exemples:

Campagne pour l'abolition de la peine de mort (APM)

The screenshot shows a web browser displaying the website pgaction.org/fr/ilhr/adp/tgo.html. The page features a dark blue header with navigation links (Contacts, Dossier de Presse) and social media icons (Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, RSS, Twitter, YouTube). A search bar and language selector (Français) are also present. The main content area has a white background with the PGA logo and mission statement: "La vision de PGA est de contribuer à la création d'un ordre international fondé sur le respect des règles pour un monde plus équitable, sûr, durable et démocratique." Below this is an orange navigation bar with links: ACCUEIL, PROGRAMMES ET CAMPAGNES, ACTUALITÉS & ÉVÈNEMENTS, RÉSEAU, RESSOURCES, A PROPOS DE PGA. The main banner is blue and green, featuring a large white star and the title "Togo et la peine de mort". Below the title are social media icons for email, Twitter, and Facebook. A blue bar below the banner contains the text "Campagne connexe: [Campagne pour l'abolition de la peine de mort \(APM\)](#)". The main text block states: "Le Togo est abolitionniste depuis 2009, lorsque la peine de mort a été retirée du Code pénal. Depuis cette date, le Togo a voté en faveur des résolutions de l'Assemblée générale des Nations Unies portant moratoire universel sur les exécutions." Below this, it mentions: "Le Togo a ratifié à la fois le Pacte international relatif aux droits civils et politiques (PIDCP) en 1984 et le Deuxième Protocole facultatif sur l'abolition de la peine de mort (PIDCP-OP2) en 2016." To the right, there is a blue button with a calendar icon and the text "ACTUALITÉS ET ACTIVITÉS DE LA CAMPAGNE".

Focus sur quelques campagnes digitales au Togo

Campagnes digitales initiées par le ministère chargé des droits de l'homme et de la formation à la citoyenneté.

MINISTÈRE DES DROITS DE L'HOMME, DE LA FORMATION A LA CITOYENNETE ET DES RELATIONS AVEC LES INSTITUTIONS DE LA REPUBLIQUE

DIRECTION DE LA FORMATION CIVIQUE

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION AU PATRIOTISME

Thème: Etudiant patriote face aux défis sécuritaires

03 JOURS

Lundi 14
Mardi 15
Mercredi 16
Février 2022

À **UK UNIVERSITE DE KARA**

TOGO MA PATRIE

Venez

- Vous informer sur la Direction de la Formation Civique
- Suivre nos conférences thématiques
- Participer au jeu concours et gagner des prix

MINISTÈRE DES DROITS DE L'HOMME, DE LA FORMATION A LA CITOYENNETE ET DES RELATIONS AVEC LES INSTITUTIONS DE LA REPUBLIQUE

PNUD
Au service des peuples et des nations

APPEL À CANDIDATURE
DU 23 Sept. au 15 Oct. 2021

JEUX CONCOURS CITOYEN
Ouvert à tous jeunes togolais de 15 à 25 ans
Postulez dans 3 options:

- 1- Capture du réel**
(film d'1 minute au plus en format MP4/5Mégas)
- 2- Slam / Poème déclamé**
(film de 2 minutes au plus en format MP4/5Mégas)
- 3- Humour / One man show**
(film de 2 minutes au plus en format MP4/5Mégas)

Oeuvre en rapport avec les droits et devoirs des citoyens dans la constitution togolaise inscrit dans le manuel à consulter sur notre site

Whatsapp: 98 76 11 78 / 22 51 20 18 www.droitsdelhomme.gouv.tg

EIL VIDÉOS PLAYLISTS COMMUNAUTÉ CHÂINES À PROPOS

TOGOLAIS 0:36
/Approprions-nous des droits et devoirs inscrits dans la constitution...

TOGOLAIS 0:43
Version Anoufo/Approprions-nous des droits et devoirs inscrits dans la constitution...

0:44
Version Moba/La nécessité de connaître les institutions de la République togolaise

0:59
Version Kabiye/La nécessité de connaître les institutions de la République togolaise

0:53
Version Anoufo/La nécessité de connaître les institutions de la République togolaise

0:53
Version Ewe/La nécessité de connaître les institutions de la République togolaise

0:56
Version Kabiye/La sécurité et la stabilité sont les gages de développement de notre pays...

0:57
Version Ewe/La sécurité et la stabilité sont les gages de développement de notre pays...

Ministère des Droits de l'Homme -Togo

Page · Organisme gouvernemental

Rue des Médias, Lomé, Togo

contacts@droitsdelhomme.gouv.tg

droitsdelhomme.gouv.tg

Pas encore évalué (0 avis)

Modifier les infos

Ajouter des loisirs

Ajouter du contenu à la une

Photos Toutes les photos

VALIDATION NATIONALE DU RAPPORT SUR LA... 4 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°04 / CATEGORIE ON... 3 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°03 / CATEGORIE ON... 3 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°02 / CATEGORIE ON... 3 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°01 / CATEGORIE ON... 3 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°05 / CATEGORIE ON... 3 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°04 / CATEGORIE SLA... 3 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°01 / CATEGORIE SLA... 3 novembre 2021

VOTEZ LE CANDIDAT N°02 / CATEGORIE ON... 3 novembre 2021

DANS LA CONSTITUTION TOGOLAISE

ARTICLE 23

Le pouvoir exécutif est exercé par le Président de la République, assisté par le Conseil des Ministres.

COMPARAISON

Le pouvoir législatif est exercé par l'Assemblée nationale, composée de députés élus pour un mandat de cinq ans.

CONCLUSION

Le système togolais est basé sur la séparation des pouvoirs et la démocratie.

Focus sur quelques campagnes digitales au Togo

Campagne digitale initiée par le CACIT

CACIT Togo Officiel
8 décembre 2021 · 🌐

● Campagne digitale sur l'accès de la justice des mineurs en conflit avec la loi.
La jeunesse s'exprime à travers cette campagne afin que l'accès à la justice des mineurs en

#youthjustice
#cacit4rights
#ChildRightsMatter
International Bridges to Justice - IBJ Aiej-Togo

Elvis-Randolph BEDOU
Campagne digitale
THÈME
"Contribution de la jeunesse pour l'accès à la justice des mineurs en détention"

« Soutenir le plaidoyer des organisations contribuera au changement de mentalité des acteurs à aboutir à une justice restauratrice pour les mineurs en détention »

Maryse DECOSTER
Campagne digitale
THÈME
"Contribution de la jeunesse pour l'accès à la justice des mineurs en détention"

« Pour qu'une réforme au niveau de l'accès à la justice des mineurs soit efficace, il n'existe pas d'autres moyens que la sensibilisation dès le premier pas à l'école et au niveau des structures juridiques togolaises »

Sharon BAÏTA
Campagne digitale
THÈME
"Contribution de la jeunesse pour l'accès à la justice des mineurs en détention"

« Afin de lutter contre la récidive, mobilisons-nous pour le développement harmonieux de l'enfant et sa réinsertion durable. »

César N'SOUKPOE
Campagne digitale
THÈME
"Contribution de la jeunesse pour l'accès à la justice des mineurs en détention"

« Aidons les mineurs à être des personnes et citoyens responsables pour demain. La détention n'est pas la solution et ne doit intervenir qu'en dernier ressort »

Kodjovi TOUMLAN
Campagne digitale
THÈME
"Contribution de la jeunesse pour l'accès à la justice des mineurs en détention"

« Pour améliorer la situation actuelle, nous devons recommander à l'Etat de prendre des initiatives innovantes afin de garantir les droits des mineurs en détention »

CACIT Togo Officiel Envoyer un message

👍❤️ 17 17 partages

J'aime Commenter Partager

Campagne "QUIZ DATA DE TOGOCOM"



Campagne "TOGO DIGITAL AWARD"

TOGO DIGITAL AWARDS EDITION 2

14 MARS 2022 OUVERTURE

14 AVRIL 2022 CLÔTURE

VOUS AVEZ UN PROJET AMBITIEUX OU DU TALENT À REVENDERE DANS LE NUMÉRIQUE ?

DÉPOSEZ VOTRE CANDIDATURE

TOGODIGITALAWARDS.TG

Togo Digital Awards
+228 92 18 98 98

NAOLE coopération allemande giz

Usage professionnel des réseaux sociaux



La certification des comptes

L'utilisation professionnelle des réseaux sociaux est devenue de plus en plus courante et offre de nombreuses opportunités aux entreprises, aux professionnels et aux organisations. Il est important de développer une stratégie appropriée et de maintenir une présence professionnelle cohérente et engageante sur les réseaux sociaux, en accord avec vos objectifs et votre audience cible.

Exemples de comptes certifiés



Présidence Togolaise/ Togolese Presidency

@PresidenceTg

Fil officiel de la Présidence de la République togolaise

Services publics et sociaux



IDH - International Federation for Human Rights

207 K J'aime • 210 K followers

La certification des comptes est souvent réservée aux personnalités publiques, aux célébrités, aux marques, aux médias et à d'autres entités importantes. Cela permet aux utilisateurs de distinguer les comptes authentiques des comptes parodiques ou trompeurs.

Le processus de certification varie selon les plateformes de médias sociaux. Généralement, il implique une demande de certification de la part du propriétaire du compte, qui doit fournir des informations et des documents prouvant son identité et sa légitimité. Ces informations peuvent inclure des pièces d'identité officielles, des preuves d'activité professionnelle ou des mentions dans des sources fiables.

La certification ne garantit pas la véracité ou la qualité du contenu publié par le compte certifié, elle vise simplement à établir son authenticité et son statut officiel. Si vous souhaitez obtenir la certification de votre compte sur une plateforme spécifique, il est recommandé de consulter les directives et les procédures de certification de cette plateforme, car elles fourniront des informations spécifiques sur la manière de procéder.

Regenerate response

Exemples de comptes non certifiés



CACIT Togo

@cacit_togo Vous suit

Le CACIT travaille sur les questions liées à la lutte contre l'impunité et les violations des droits de l'homme, la bonne gouvernance et la démocratie



Le Nouveau Reporter

@LeNveauReporter Vous suit



Ministère des Droits de l'Homme -Togo

6,2 K followers • 5 suivi(e)s

Usage professionnel des réseaux sociaux



La certification des comptes

Plusieurs plateformes de médias sociaux offrent des programmes de certification pour les comptes. Voici quelques-unes des principales plateformes qui proposent la certification :

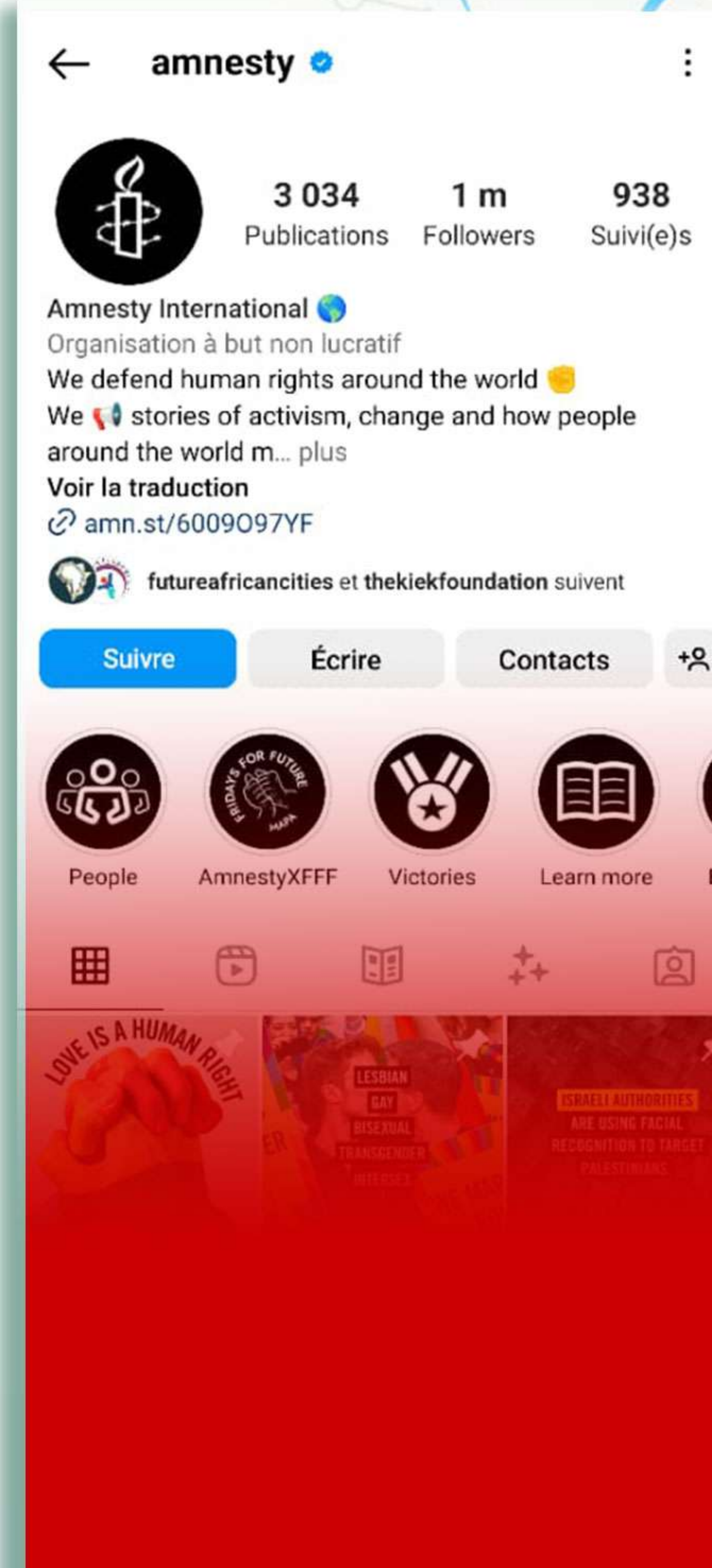
-  **Twitter** : Twitter propose un programme de certification appelé "Twitter Verified". Il est destiné aux comptes publics et vérifiés des personnalités publiques, des marques, des médias, des gouvernements et d'autres entités d'intérêt public.
-  **Facebook et Instagram** : Facebook et Instagram proposent la vérification des comptes via leur programme "Facebook Verification". Les comptes vérifiés sont généralement des personnalités publiques, des marques, des médias et des personnalités influentes.
-  **YouTube** : YouTube offre un programme de certification appelé "YouTube Verification". Les chaînes vérifiées sont principalement des créateurs de contenu populaires, des marques et des personnalités publiques.
-  **LinkedIn** : LinkedIn propose également la certification des comptes avec son programme "LinkedIn Influencer". Il est réservé aux personnes influentes dans leur domaine et leur permet de bénéficier de fonctionnalités et de visibilité supplémentaires.



fluencer

Zoom

Il est important de noter que chaque plateforme a ses propres critères et processus de certification, et tous les utilisateurs ne sont pas éligibles pour obtenir la certification. Les plateformes examinent généralement des facteurs tels que l'authenticité, la notoriété, l'impact, la vérifiabilité et l'activité du compte avant de décider de l'accorder ou non.



Usage professionnel des réseaux sociaux



Préférer la page Facebook en lieu et place d'un compte

La création d'une page Facebook plutôt que d'un compte personnel présente plusieurs avantages, notamment pour les entreprises, les organisations et les personnalités publiques. Voici quelques raisons courantes pour lesquelles il est préférable de créer une page Facebook



PAGE FACEBOOK DE LA TVT

Présence professionnelle distincte

Une page Facebook permet de séparer votre présence personnelle de votre présence professionnelle. Cela vous permet de présenter votre entreprise, votre marque ou votre organisation de manière plus formelle et ciblée, sans mélanger les interactions personnelles.

Fonctionnalités spécifiques aux pages

Les pages Facebook offrent des fonctionnalités spécifiquement conçues pour les besoins des entreprises et des organisations, telles que les statistiques de page, les outils de promotion, la possibilité de créer des publicités et de gérer des campagnes marketing.

Accès à un public plus large

Les pages Facebook peuvent être publiques, ce qui signifie que tout utilisateur de Facebook peut aimer et suivre votre page, même s'il ne figure pas parmi vos amis personnels. Cela vous permet d'atteindre un public plus large et de développer votre visibilité et votre notoriété.

Interaction avec les fans

Les pages Facebook permettent aux utilisateurs de devenir des fans en aimant votre page, ce qui leur donne la possibilité de recevoir des mises à jour de votre contenu et d'interagir avec vous via des commentaires, des messages et des partages. Cela facilite l'engagement et la communication avec votre public.

Usage professionnel des réseaux sociaux



Préférer la page Facebook en lieu et place d'un compte

Gestion d'équipe

Les pages Facebook offrent la possibilité d'ajouter des administrateurs et de gérer une équipe pour la gestion de la page. Cela facilite la collaboration et le partage des responsabilités pour maintenir et mettre à jour la page.

Options publicitaires

Les pages Facebook offrent des options publicitaires avancées pour promouvoir votre contenu, cibler des audiences spécifiques et accroître votre visibilité auprès des utilisateurs de Facebook. Vous pouvez créer des campagnes publicitaires ciblées pour atteindre vos objectifs marketing.

Intégration avec d'autres outils

Les pages Facebook peuvent être intégrées avec d'autres outils et services, tels que les boutiques en ligne, les services de réservation, les outils de messagerie, etc., ce qui vous permet d'offrir une expérience plus complète à vos fans et clients.

Zoom

Il convient de noter que les pages Facebook sont destinées principalement aux entreprises, aux organisations et aux personnalités publiques. Si vous souhaitez utiliser Facebook principalement à des fins personnelles, un compte personnel peut être plus approprié.

Compte Facebook d'un journaliste togolais



Innocent Lebon

Foi!Humilité ! Amour !

Amis

Message

...

Chef-reportage, à Journaliste

A étudié à Lycee de Tabligbo

Suivi(e) par 2 348 personnes

... Voir la section À propos de Innocent

facebook

Adresse e-mail ou mobile

Mot de passe

Connexion

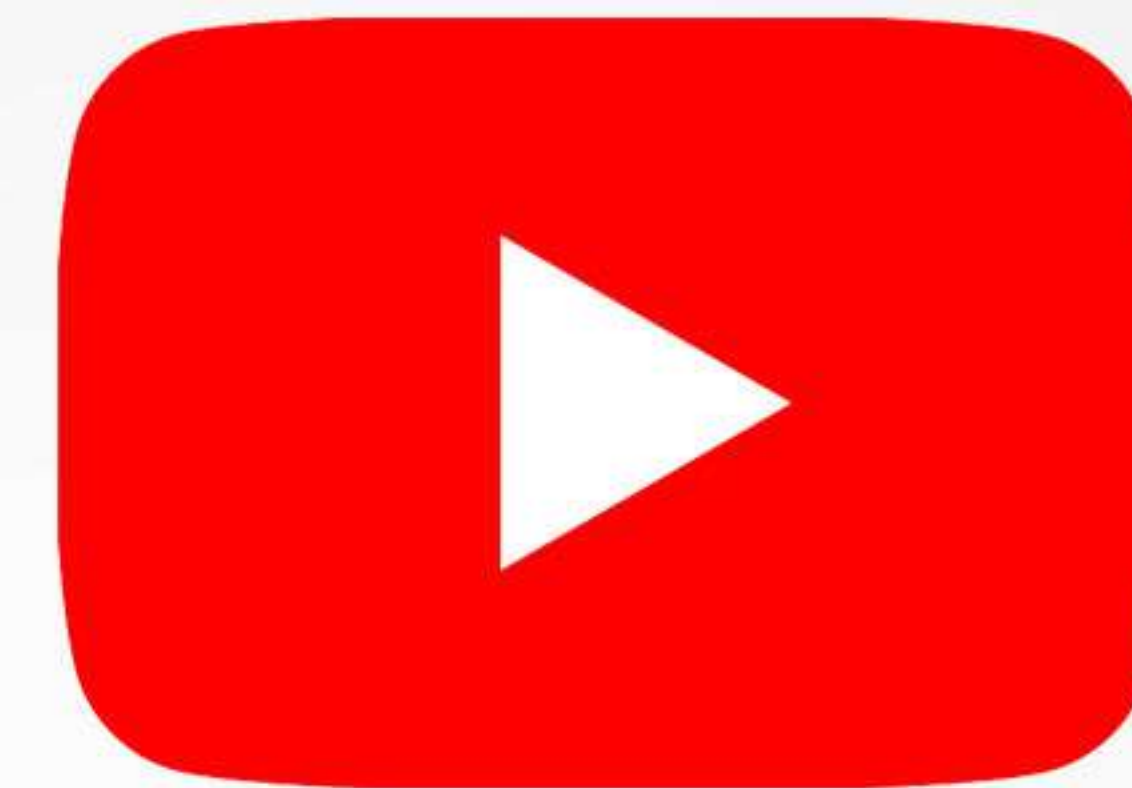
Garder ma session active

[Mot de passe oublié ?](#)

Avec Facebook, partagez et restez en contact

Inscription

Usage professionnel des réseaux sociaux



Création de chaîne Youtube

Un compte YouTube est utilisé pour accéder à la plateforme de partage de vidéos YouTube et profiter de ses fonctionnalités. Voici quelques étapes pour créer une chaîne YouTube:

Connectez-vous à votre compte Google

Pour créer une chaîne YouTube, vous devez disposer d'un compte Google. Connectez-vous à votre compte Google existant ou créez-en un nouveau.

Accédez à YouTube Studio

Une fois connecté à votre compte Google, accédez à YouTube. Cliquez sur votre photo de profil en haut à droite de l'écran, puis sélectionnez "YouTube Studio" dans le menu déroulant.

Créez votre chaîne

Dans YouTube Studio, cliquez sur l'icône "Créer" située en haut à droite de l'écran. Sélectionnez "Créer une chaîne" dans le menu déroulant.

Choisissez le type de chaîne

Sur la page "Créer une chaîne", vous avez le choix entre une chaîne personnelle ou une chaîne utilisant un nom personnalisé. Sélectionnez l'option qui correspond à vos besoins. Si vous créez une chaîne pour votre entreprise ou votre marque, il est recommandé de choisir l'option "Utiliser un nom personnalisé".

Configurez les paramètres de base

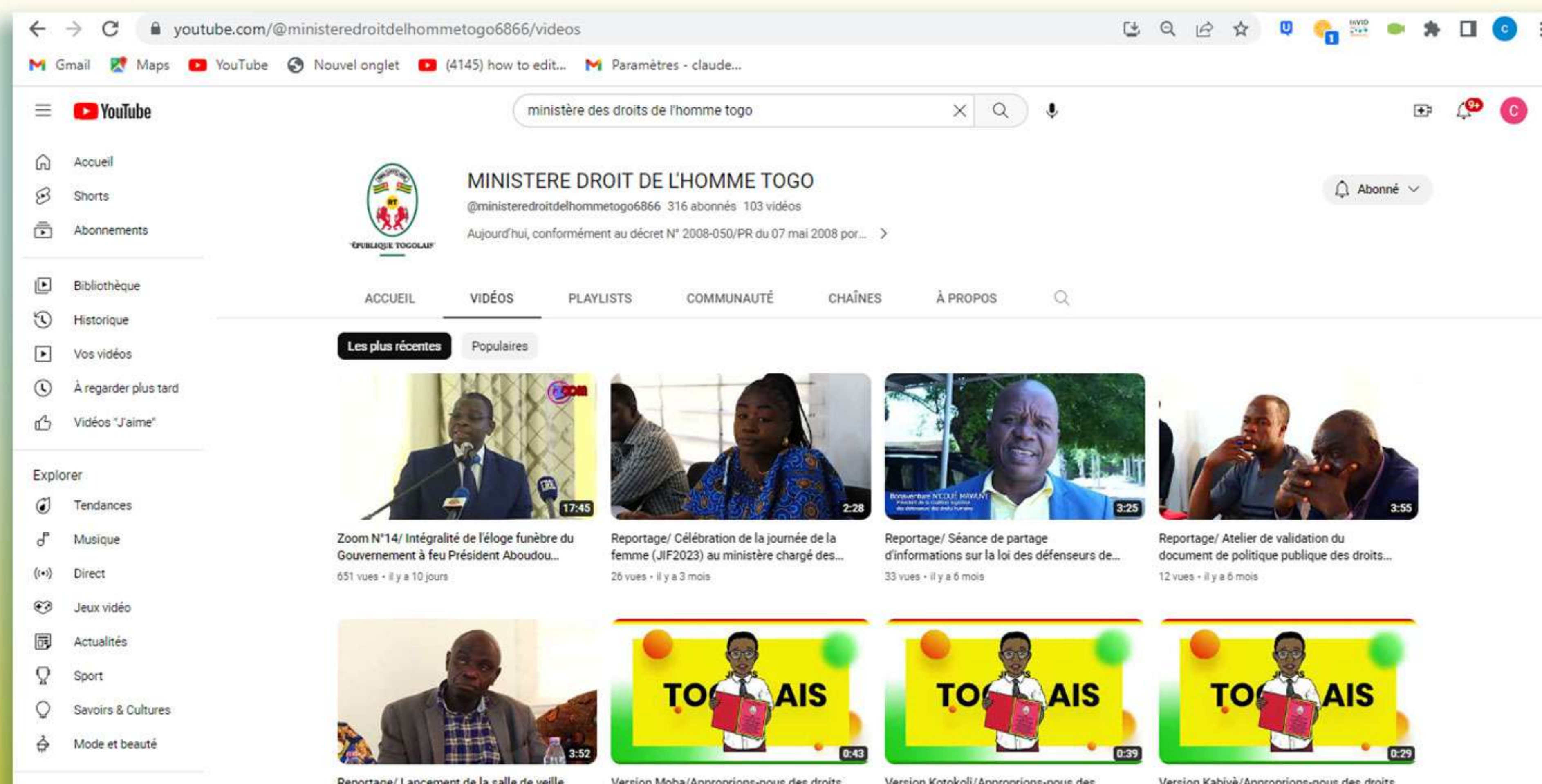
Sur la page suivante, vous devrez fournir un nom pour votre chaîne et choisir une catégorie qui correspond à son contenu. Vous pouvez également ajouter une description et un logo pour votre chaîne.

Personnalisez votre chaîne

Une fois la création de votre chaîne terminée, vous pouvez personnaliser son apparence en ajoutant une bannière, en choisissant un agencement de la page d'accueil et en organisant les sections. Vous pouvez également ajouter des liens vers vos sites web et vos réseaux sociaux.

Ajoutez du contenu

Commencez à télécharger des vidéos sur votre chaîne. Cliquez sur le bouton "Créer" en haut à droite de l'écran, puis sélectionnez "Télécharger des vidéos" pour ajouter vos propres vidéos. Vous pouvez également explorer d'autres fonctionnalités de YouTube Studio pour gérer et promouvoir votre contenu. N'oubliez pas d'optimiser vos vidéos en ajoutant des titres, des descriptions et des balises pertinentes pour améliorer leur visibilité dans les résultats de recherche de YouTube.



Zoom

Il est important de respecter les politiques de contenu de YouTube et de créer du contenu original et de qualité pour bâtir une audience et engager les spectateurs.

Usage professionnel des réseaux sociaux

Sauvegarde des données: l'usage d'un cloud et la syncro des comptes

L'utilisation d'un cloud et la synchronisation des comptes offrent une solution pratique pour sauvegarder et protéger vos données en les stockant en ligne et en les synchronisant sur plusieurs appareils. Cela permet d'assurer la sécurité de vos données et de les rendre facilement accessibles où que vous soyez.

Choisissez une plateforme de cloud fiable

Il existe de nombreuses plateformes de cloud disponibles, telles que Google Drive, Dropbox, OneDrive, iCloud, etc. Faites des recherches et choisissez une plateforme réputée et fiable, qui offre un espace de stockage adéquat et des fonctionnalités de sécurité robustes.

Établissez une stratégie de sauvegarde

Déterminez quels types de données vous souhaitez sauvegarder dans le cloud, qu'il s'agisse de documents professionnels, de photos personnelles, de vidéos, etc. Créez une stratégie claire pour sauvegarder régulièrement ces données.

Utilisez la synchronisation automatique

La plupart des plateformes de cloud offrent une fonction de synchronisation automatique. Activez cette fonctionnalité pour que les fichiers de votre ordinateur ou de vos appareils mobiles soient automatiquement sauvegardés et synchronisés avec votre compte cloud. Cela garantit que vos données sont constamment à jour et disponibles sur tous vos appareils.

Protégez vos données avec des mots de passe forts

Utilisez des mots de passe forts pour votre compte cloud et assurez-vous de ne pas les divulguer à des tiers. Si possible, activez également l'authentification à deux facteurs pour une sécurité renforcée.

Organisez vos fichiers

Créez une structure de dossiers logique dans votre compte cloud pour faciliter la recherche et l'accès à vos fichiers. Classez les fichiers par catégorie (par exemple, documents professionnels, photos de vacances, etc.) et utilisez des noms de fichiers descriptifs.

Vérifiez les paramètres de synchronisation

Assurez-vous de vérifier régulièrement les paramètres de synchronisation de votre compte cloud. Vous pouvez choisir de synchroniser automatiquement tous les fichiers ou sélectionner des dossiers spécifiques à synchroniser.

Effectuez des sauvegardes supplémentaires

Bien que la synchronisation des comptes cloud soit pratique, il est toujours recommandé de conserver des sauvegardes supplémentaires de vos données importantes. Vous pouvez créer des copies de sauvegarde sur des supports physiques externes tels que des disques durs externes ou des clés USB.

Mettez à jour régulièrement vos logiciels

Assurez-vous de maintenir à jour les applications et les logiciels associés à votre compte cloud. Les mises à jour régulières incluent souvent des améliorations de sécurité et de performance.

Usage professionnel des réseaux sociaux

BON A SAVOIR

Savoir utiliser les tutoriels

Les tutoriels peuvent être d'excellents outils pour se professionnaliser dans l'utilisation des réseaux sociaux. L'apprentissage continu et l'expérience pratique sont également essentiels.

Définissez vos objectifs

Avant de commencer à chercher des tutoriels, identifiez clairement vos objectifs et ce que vous souhaitez apprendre. Que ce soit pour améliorer votre présence sur les réseaux sociaux, maîtriser une plateforme spécifique ou développer des compétences particulières, une compréhension claire de vos objectifs vous aidera à trouver des tutoriels pertinents.

Recherchez des tutoriels de qualité

Faites des recherches approfondies pour trouver des tutoriels de qualité provenant de sources fiables. Optez pour des tutoriels provenant de professionnels de l'industrie, d'experts reconnus ou de sources réputées. Lisez les commentaires et les évaluations pour vous assurer que les tutoriels sont bien notés et appréciés par d'autres utilisateurs.

Suivez un ordre logique

Si vous débutez dans l'utilisation des réseaux sociaux, il est préférable de commencer par les tutoriels de base avant de passer aux sujets plus avancés. Suivez un ordre logique pour acquérir des connaissances de base et progresser ensuite vers des concepts plus avancés.

Pratiquez et mettez en pratique

Les tutoriels ne sont pas seulement destinés à être regardés, mais aussi à être mis en pratique.

Appliquez les concepts et les techniques que vous apprenez dans les tutoriels en utilisant activement les réseaux sociaux. Cela vous permettra de mieux comprendre et de renforcer vos compétences.

Prenez des notes

Prenez des notes pendant que vous suivez les tutoriels. Cela vous aidera à vous rappeler des informations clés et à créer votre propre référence pour vous référer ultérieurement. Organisez vos notes de manière à pouvoir les consulter facilement lorsque vous en avez besoin.

Expérimentez et adaptez

Les réseaux sociaux évoluent constamment, il est donc important d'expérimenter et d'adapter vos connaissances. Utilisez les tutoriels comme point de départ, mais soyez prêt à explorer de nouvelles fonctionnalités et techniques à mesure que les plateformes évoluent.

Soyez patient et persévérant

L'apprentissage des réseaux sociaux peut prendre du temps, et il est normal de rencontrer des difficultés. Soyez patient avec vous-même, persévérez et continuez à apprendre et à pratiquer. Avec le temps, vous développerez votre expertise et vous vous sentirez plus à l'aise dans l'utilisation des réseaux sociaux.

CHAPITRE 2

Cadre légal applicable aux médias sociaux

- Droit international
- Cadre légal de la communication numérique au Togo et au-delà
- Autorégulation
- Pertinence du cadre légal pour les médias et les activistes des droits de l'homme
- Bonnes pratiques à respecter pour éviter les risques
- Nécessité d'une collaboration et de la mise en réseau sur les médias sociaux des différents acteurs

Droit international

La problématique de l'encadrement de l'activité sur les réseaux sociaux est un sujet important et complexe. Les réseaux sociaux ont connu une expansion massive au cours des dernières années et sont devenus des plateformes de communication et d'interaction très populaires dans le monde entier. Cependant, cette popularité a également soulevé des préoccupations concernant l'encadrement nécessaire pour garantir un environnement sûr et éthique. Pour ce faire, les gouvernements et les organismes de régulation cherchent à mettre en place des mesures pour encadrer l'activité sur ces plateformes. Voici quelques tendances en matière de régulation des réseaux sociaux au niveau international :



Renforcement de la législation existante : De nombreux pays renforcent leurs législations pour mieux réguler les réseaux sociaux. Cela inclut des dispositions sur la protection de la vie privée, la lutte contre la désinformation, la cybersécurité et la responsabilité des plateformes pour le contenu diffusé par les utilisateurs.

Transparence et responsabilité des plateformes : Les régulateurs internationaux demandent une plus grande transparence de la part des plateformes de réseaux sociaux en ce qui concerne leurs politiques de modération, leurs algorithmes et la manière dont elles traitent les données des utilisateurs. Certains pays envisagent également d'imposer des sanctions financières aux plateformes qui ne respectent pas les réglementations.

Lutte contre la désinformation et les fausses informations : La désinformation et les fausses informations ont un impact significatif sur les sociétés et les processus démocratiques. Les gouvernements et les organismes de régulation cherchent donc à mettre

en place des mesures pour lutter contre ce phénomène, notamment en collaborant avec les plateformes de réseaux sociaux pour vérifier les faits et limiter la diffusion de contenu trompeur.

Protection de la vie privée et des données : Les préoccupations concernant la protection de la vie privée et l'utilisation des données des utilisateurs ont conduit à l'adoption de réglementations plus strictes, telles que le Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne. D'autres pays suivent également cette voie en adoptant des lois similaires pour protéger les droits des utilisateurs en ligne.

Coopération internationale : Étant donné que les réseaux sociaux transcendent les frontières nationales, la coopération internationale est essentielle pour réglementer efficacement ces plateformes. Les gouvernements et les organismes de régulation collaborent pour partager les bonnes pratiques, harmoniser les réglementations et coordonner les actions visant à lutter contre les abus en ligne.

Zoom

Au plan international, il n'existe pas de législation propre à l'utilisation des réseaux sociaux. Il convient de noter que les approches varient d'un pays à l'autre en fonction des lois nationales, des valeurs culturelles et des priorités politiques. Certaines réglementations sont plus strictes, tandis que d'autres adoptent une approche plus souple en favorisant l'autorégulation par les plateformes elles-mêmes. La régulation des réseaux sociaux reste un domaine en évolution et il est probable que de nouvelles mesures soient prises à l'avenir pour faire face aux défis émergents. Le régime de la responsabilité s'applique en rapport avec:

- **Le droit à l'image** (Le Pacte international relatif aux droits civils et politiques (PIDC) article 17. Dans l'Union européenne, depuis l'entrée en vigueur du Règlement général sur la protection des données (RGPD) en 2018.

- **La liberté d'expression**, PIDC article 19. En France, les articles 10 et 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789). Le droit d'auteur (les droits d'auteur sont régis en France par le Code de la propriété intellectuelle). Le délit de presse (la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse). La loi sur la protection des mineurs (code pénal français), Surveillance des contenus illicites

Cadre légal de la communication numérique au Togo et au-delà

Au Togo, l'usage des réseaux sociaux est principalement encadré par la loi et réglementé par des organismes de régulation. la régulation du secteur est plus axée sur la cybersécurité. Voici les principaux aspects de la régulation et de l'encadrement de l'usage des réseaux sociaux au Togo :

Loi n°2018-026 du 7 décembre 2018 sur la cybersécurité et la lutte contre la cybercriminalité modifiée par la loi n°2022-009 du 24 juin 2022: Cette loi sur la cybercriminalité régit les infractions liées à l'utilisation des réseaux sociaux. Elle punit les comportements tels que la diffusion de contenus illicites, diffamatoires, haineux, obscènes ou portant atteinte à la vie privée. Les personnes reconnues coupables de ces infractions peuvent être soumises à des sanctions, y compris des amendes et des peines d'emprisonnement.

Loi n° 2019-014 du 29 octobre 2019 relative à la protection des données à caractère personnel: Le Togo a adopté une loi sur la protection des données personnelles qui vise à garantir la confidentialité et la sécurité des informations des utilisateurs. Cette loi s'applique également aux données collectées par les plateformes de réseaux sociaux et prévoit des mesures de sécurité et des obligations pour les entreprises qui traitent ces données.

Loi organique n° 2021 – 031 modifiant la loi organique n° 2018-029 du 10 décembre 2018 relative à la HAAC: La HAAC est l'organisme de régulation des médias au Togo, y compris des médias en ligne. Elle est responsable de l'application des règles et des réglementations concernant les contenus diffusés. La HAAC peut intervenir en cas de violation de ces règles et prendre des mesures disciplinaires appropriées.

Loi n°2020-001 du 07 janvier 2020 relative au Code de la presse et de la communication en République Togolaise: En janvier 2020, le Togo a adopté un nouveau code de la presse et de la communication, qui a remplacé l'ancien code de 2004. Le nouveau code élargit la définition de la presse pour inclure les médias en ligne, y compris les blogs et les réseaux sociaux. Il prévoit également une plus grande protection de la vie privée des individus, en interdisant la diffusion de contenus portant atteinte à leur dignité ou à leur réputation. Ce code consacre l'exclusion expresse de l'activité sur les réseaux sociaux des domaines protégés par la loi (articles 2, 3, 131, 156).

La loi N°2015-10 du 24 novembre 2015 portant nouveau code pénal. Cette loi contient des dispositions concernant la diffamation et l'atteinte à l'honneur:

-Sur la diffamation

L'article 290 du code pénal togolais réprime la diffamation. Il stipule que quiconque accuse, impute un fait précis ou émet une allégation diffamatoire envers une personne, de nature à porter atteinte à son honneur ou à sa considération, est passible de sanctions pénales. La diffamation peut être commise par divers moyens de communication, y compris sur les réseaux sociaux. Les sanctions prévues pour la diffamation peuvent inclure des amendes et des peines d'emprisonnement.

-Sur l'atteinte à l'honneur

L'article 291 du code pénal togolais réprime l'atteinte à l'honneur. Il stipule que quiconque porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne en tenant des propos injurieux, outrageants ou en utilisant des gestes ou des écrits de nature à déprécier cette personne peut être passible de sanctions pénales. Les atteintes à l'honneur peuvent également inclure des comportements sur les réseaux sociaux. Les sanctions prévues pour l'atteinte à l'honneur peuvent également inclure des amendes et des peines d'emprisonnement.

Zoom

La HAAC ne régule pas les réseaux sociaux, raison pour laquelle ceux-ci ne font pas partie du champ d'application du code de la presse et de la communication.

SUR LA PROTECTION DES DEFENSEURS DES DROITS DE L'HOMME AU TOGO

Le Togo est sur le point de mettre en place une législation visant à protéger les personnes qui défendent les droits humains. Cette loi s'inscrit dans le cadre de la Déclaration sur les défenseurs des droits de l'homme adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies en décembre 1998, qui reconnaît et garantit la protection des défenseurs des droits humains. Ayant germé lors du dîner du Ministre avec les Organisations de Défenses des Droits de l'Homme (ODDH) à l'hôtel Concorde en juin 2019, la proposition du premier draft de ce texte a subi plusieurs apports dont ceux du cabinet de consultants recruté par le PNUD. Le draft consolidé par ce cabinet a fait l'objet d'un partage avec une trentaine d'acteurs du domaine afin de recueillir leurs impressions et avis en août 2021. En 2022, cet avant-projet de loi a été consolidé par le consultant et est prêt pour passer en lecture en conseil des ministres. La tendance du législateur est de professionnaliser le secteur par la délivrance d'une autorisation d'exercice en qualité de défenseur de droits de l'homme.

Cadre légal de la communication numérique au Togo et au-delà

Loi n°2012-018 du 17 décembre 2012 sur les communications électroniques modifiée par la loi n°2013-003 du 19 février 2013.

La Loi sur les Communications Électroniques (LCE) régit les communications électroniques et vise à atteindre plusieurs objectifs. Tout d'abord, elle vise à promouvoir la concurrence en permettant l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché, ce qui profite aux utilisateurs en offrant un plus large choix de services. Ensuite, elle cherche à faciliter l'aménagement du territoire en assurant un accès étendu aux services électroniques, ce qui permet à un plus grand nombre de personnes de bénéficier des avantages des technologies numériques. Enfin, la LCE vise à soutenir le développement socio-économique du Togo en favorisant la croissance du secteur des communications électroniques et des technologies de l'information et de la communication, qui jouent un rôle essentiel dans l'économie moderne.

Décret n° 2019-026/PR du 13 février 2019 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale de la cybersécurité.

L'Agence Nationale de la Cybersécurité (ANCy) est une personne morale de droit public dotée de la personnalité juridique et de l'autonomie financière. Ce décret structuré autour de 4 chapitres subdivisés en trente-quatre (34) articles définit le statut, les missions et attributions de l'ANCY, fixe le cadre de sa gouvernance et donne des précisions sur sa gestion et le contrôle de ses comptes.

Le texte fait de l'Agence, l'autorité en matière de sécurité et de défense des systèmes d'information au niveau national. Il met sous sa responsabilité la prévention des cyberattaques et la protection des ressources informationnelles contre celles-ci et lui confie la détection des attaques, ainsi que l'élaboration des actions de riposte visant à les éradiquer.

Ce texte vient ainsi compléter la loi sur la cybersécurité et la lutte contre la cybercriminalité qui s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de l'Axe 4 du Document de politique du secteur de l'économie numérique au Togo qui insiste sur la nécessité de « garantir la souveraineté numérique nationale y compris la cybersécurité et la protection des citoyens.



ANCy
Agence Nationale
de la Cybersécurité

Zoom

Rôle de l'ANCy dans l'écosystème numérique du Togo

L'ANCY (Agence Nationale de la Cybersécurité) joue un rôle essentiel dans la promotion d'une culture de la cybersécurité en tant qu'acteur incontournable. Elle s'engage dans des actions de sensibilisation et de formation des acteurs concernés. Son mandat comprend la sensibilisation des utilisateurs d'équipements, de services et d'installations informatiques, la prévention des intrusions, ainsi que la sécurisation et la défense de l'ensemble des systèmes d'information. En remplissant ces responsabilités, l'ANCY contribue à renforcer la sécurité dans le cyberspace et à protéger les utilisateurs contre les menaces et les risques associés à l'utilisation des technologies de l'information.

Autorégulation

Zoom

L'autorégulation dans l'usage fait référence aux mesures prises par les utilisateurs, les communautés en ligne, les organisations et les plateformes elles-mêmes pour réguler et promouvoir un usage responsable et éthique des réseaux sociaux, sans qu'il y ait nécessairement une intervention législative ou réglementaire directe de la part du gouvernement. L'autorégulation des réseaux sociaux peut prendre différentes formes :

1. Codes de conduite et chartes d'éthique : Les utilisateurs et les communautés en ligne peuvent élaborer des codes de conduite ou des chartes d'éthique pour définir les comportements acceptables sur les réseaux sociaux. Cela peut inclure des engagements à respecter les droits et la dignité des autres utilisateurs, à ne pas diffuser de contenus haineux, discriminatoires ou diffamatoires, et à promouvoir des échanges constructifs.

2. Sensibilisation et éducation : Des initiatives de sensibilisation et d'éducation peuvent être mises en place pour informer les utilisateurs togolais sur les bonnes pratiques en ligne, les risques liés aux réseaux sociaux et les conséquences des comportements inappropriés. Cela peut se faire à travers des campagnes de sensibilisation, des ateliers, des formations ou des ressources éducatives.

3. Modération communautaire : Les communautés en ligne peuvent se doter de mécanismes de modération pour filtrer les contenus inappropriés ou problématiques. Cela peut impliquer la nomination de modérateurs au sein des groupes ou des pages pour surveiller les publications et les commentaires, et prendre des mesures en cas de violation des règles établies.

4. Signalement et gestion des abus : Les utilisateurs sont encouragés à signaler les contenus abusifs, les discours de haine, le harcèlement ou les activités illégales aux plateformes concernées. Les plateformes de réseaux sociaux peuvent mettre en place des mécanismes de signalement efficaces et traiter les signalements de manière appropriée, en supprimant les contenus problématiques ou en prenant d'autres mesures disciplinaires contre les utilisateurs fautifs. L'autorégulation ne signifie pas l'absence totale de réglementation ou de supervision.

Au Togo, l'Observatoire Togolais des Médias (OTM) est une institution indépendante créée pour promouvoir l'autorégulation des médias, y compris des médias en ligne. Son rôle principal est de veiller à ce que les médias respectent les principes éthiques et les normes professionnelles.



L'OTM encourage l'autorégulation en promouvant le dialogue et la coopération entre les médias, les professionnels des médias, et d'autres parties prenantes. L'autorégulation implique que les médias se dotent de codes de conduite et de mécanismes internes pour surveiller et réguler leurs propres contenus. Voici quelques actions entreprises par l'OTM pour encourager l'autorégulation des médias :

1. Élaboration de codes de conduite : L'OTM participe à l'élaboration de codes de conduite pour les médias. Ces codes définissent les principes éthiques et les normes professionnelles que les médias doivent respecter, notamment en matière de véracité de l'information, de respect de la vie privée, de lutte contre la désinformation et de protection des utilisateurs.

2. Sensibilisation et formation : L'OTM mène des activités de sensibilisation et de formation des professionnels des médias. Ces initiatives visent à promouvoir une utilisation responsable des réseaux sociaux, à informer sur les risques et les bonnes pratiques, et à renforcer la compréhension des principes d'autorégulation.

3. Médiation et résolution des conflits : L'OTM peut jouer un rôle de médiateur dans la résolution des conflits liés aux médias. En cas de litige ou de plainte, l'OTM peut faciliter le dialogue entre les parties concernées et promouvoir des solutions consensuelles, contribuant ainsi à résoudre les différends de manière non conflictuelle.

4. Surveillance et rapport : L'OTM surveille l'évolution du paysage médiatique et rend compte de son fonctionnement. Il peut identifier les défis, les lacunes ou les problèmes liés à la régulation de la presse et proposer des recommandations pour améliorer l'autorégulation et renforcer l'éthique des médias.

L'autorégulation des médias est considérée comme un moyen de garantir une plus grande liberté d'expression tout en promouvant des standards éthiques et professionnels. L'OTM joue un rôle important en encourageant cette autorégulation et en travaillant avec les parties prenantes pour promouvoir des médias responsables et une utilisation responsable des réseaux sociaux au Togo.

Les écueils de l'autorégulation en ligne

Les institutions de régulation et d'autorégulation font face à plusieurs difficultés techniques lorsqu'il s'agit de réguler les sites web, contrairement aux médias classiques qui sont soumis à un monitoring plus facile.

Les institutions de régulation et d'autorégulation de la presse en ligne sont confrontées à plusieurs difficultés techniques dans l'exercice de leurs fonctions.

Tout d'abord, l'évolution rapide des technologies et des plateformes en ligne crée des défis en termes de suivi et de compréhension de ces nouvelles formes de médias. Les régulateurs doivent constamment mettre à jour leurs connaissances et leurs compétences pour rester au fait des développements technologiques et comprendre les implications qu'ils peuvent avoir sur le contenu en ligne.

De plus, la quantité massive d'informations publiées en ligne rend difficile la surveillance efficace et la détection des infractions. Les régulateurs doivent mettre en place des outils et des méthodologies avancées pour collecter, filtrer et analyser les contenus en ligne, afin de repérer les violations potentielles.

Enfin, l'aspect transnational d'Internet et des médias en ligne complique la tâche des régulateurs, car les infractions peuvent provenir de différents pays et les contenus peuvent être diffusés à une échelle mondiale. Cela nécessite une coopération internationale accrue et des mécanismes de coordination pour résoudre les problèmes de régulation transfrontalière.

BON À SAVOIR

Automatiser la veille et le monitoring en ligne

Les difficultés techniques auxquelles sont confrontées les institutions de régulation et d'autorégulation de la presse en ligne soulignent la nécessité d'investir dans des ressources technologiques et de renforcer la collaboration entre les différentes parties prenantes pour garantir une régulation efficace et responsable de l'environnement médiatique en ligne.

Lorsqu'il s'agit de monitoring des sites web et de veille informationnelle, plusieurs méthodes technologiques peuvent être utilisées. Elles permettent de gagner du temps et d'obtenir des informations pertinentes de manière automatisée. Cependant, il est important de noter que la fiabilité et la légalité de ces méthodes doivent être prises en compte, en respectant les droits d'auteur, les politiques de confidentialité et les restrictions légales applicables. Voici quelques-unes des approches couramment employées :

Web scraping : Cette méthode implique l'utilisation de crawlers automatisés pour extraire des données spécifiques à partir de sites web. Les informations collectées peuvent inclure des articles de presse, des blogs, des forums, des réseaux sociaux, etc. Le web scraping permet de surveiller et de collecter des données en temps réel, ce qui facilite la veille informationnelle.

Flux RSS : Les flux RSS (Really Simple Syndication) sont des formats de données standardisés qui permettent aux sites web de partager leurs mises à jour avec d'autres applications ou lecteurs RSS. En utilisant des agrégateurs de flux RSS, il est possible de suivre automatiquement les nouvelles publications des sites web et d'obtenir des alertes lorsqu'un contenu spécifique est publié.

Alertes et notifications : Les services d'alertes et de notifications automatisées peuvent être configurés pour surveiller des sites web spécifiques et envoyer des notifications lorsque de nouveaux contenus sont publiés. Ces alertes peuvent être personnalisées en fonction de mots-clés, de sujets spécifiques ou de sources d'information particulières.

Analyse sémantique et NLP : Les techniques d'analyse sémantique et de traitement du langage naturel (NLP) peuvent être utilisées pour extraire des informations significatives à partir de textes en ligne. Cela permet d'identifier les sujets, les entités, les sentiments et les tendances émergentes dans les contenus web, facilitant ainsi la veille informationnelle automatisée.

Intelligence artificielle et machine learning : Les technologies d'intelligence artificielle et d'apprentissage automatique peuvent être appliquées au monitoring des sites web et à la veille informationnelle pour automatiser la détection de modèles, la classification des contenus, l'identification des sources fiables et la personnalisation des résultats en fonction des préférences de l'utilisateur.

Nécessité d'une collaboration et de la mise en réseau des différents acteurs

Il est essentiel de favoriser la collaboration et la mise en réseau entre journalistes et activistes des droits de l'homme. Plusieurs raisons militent en faveur de cette posture :

Échange d'informations : Les journalistes et les activistes travaillent souvent sur des questions similaires et disposent d'informations précieuses. La collaboration permet un échange d'informations, de données et de témoignages qui renforcent mutuellement leurs travaux et leurs efforts.

Renforcement de l'impact : En travaillant ensemble, les journalistes et les activistes peuvent accroître l'impact de leurs actions. Les journalistes peuvent donner une plus grande visibilité aux problèmes et aux violations des droits de l'homme grâce à leurs reportages et à leurs investigations. Les activistes, quant à eux, peuvent fournir des informations de terrain et des témoignages qui enrichissent les récits médiatiques.

Protection mutuelle : Les journalistes et les activistes des droits de l'homme sont souvent confrontés à des risques et à des menaces dans l'exercice de leurs fonctions. En collaborant et en se soutenant mutuellement, ils renforcent leur sécurité et leur résilience face aux pressions et aux représailles.

Plaidoyer efficace : La collaboration entre les journalistes et les activistes permet de mener des actions de plaidoyer plus efficaces. Ils peuvent combiner leurs expertises et leurs ressources pour sensibiliser l'opinion publique, mobiliser des soutiens et exercer des pressions sur les autorités pour des réformes et des changements concrets.

Élargissement de la portée : En se connectant à un réseau plus large de journalistes et d'activistes, il est possible d'élargir la portée des actions et des initiatives. Cela favorise la diffusion des informations, la multiplication des partenariats et l'implication de différents acteurs, ce qui renforce l'effet multiplicateur des efforts déployés.

Bonnes pratiques à respecter pour éviter les risques

Pour éviter les risques légaux liés à leur travail, les journalistes et les activistes des droits de l'homme peuvent suivre certaines bonnes pratiques :

1. Connaissance des lois : Il est essentiel de se familiariser avec les lois nationales et internationales relatives à la liberté d'expression, à la protection des sources, à la diffamation et à d'autres domaines juridiques pertinents. Une bonne compréhension des lois permet de mieux naviguer dans les limites légales et d'agir en toute connaissance de cause.

2. Prudence dans les recherches et les enquêtes : Lors de la collecte d'informations sensibles ou controversées, il est important d'adopter des méthodes de recherche et d'enquête prudentes. Cela peut inclure l'utilisation de sources fiables, la vérification croisée des informations, la protection de l'identité des sources confidentielles et la sécurisation des données collectées.

3. Respect de l'éthique journalistique : Les journalistes doivent respecter les principes éthiques de leur profession, tels que l'exactitude, la transparence, la vérification des faits et l'équilibre dans la présentation des informations. Cela aide à éviter les problèmes de diffamation, de manipulation de l'information et d'intrusion dans la vie privée.

4. Utilisation de mesures de sécurité numérique : Dans un environnement numérique de plus en plus surveillé, il est essentiel de prendre des mesures de sécurité pour protéger les informations et les communications sensibles. Cela peut inclure l'utilisation de réseaux virtuels privés (VPN), le chiffrement des données, l'utilisation de messagerie sécurisée et la sensibilisation aux menaces de phishing ou de cyberattaques.

5. Collaboration avec des experts juridiques : Lorsqu'il existe des incertitudes juridiques ou des risques élevés, il peut être judicieux de consulter des experts juridiques spécialisés dans les questions de liberté d'expression et de droits de l'homme. Ils peuvent fournir des conseils et des orientations spécifiques pour éviter les risques légaux.

6. Documentation et archivage appropriés : Il est important de conserver une documentation appropriée de toutes les activités, y compris les sources, les preuves, les autorisations (si nécessaires) et les échanges de communication. Cela peut être utile en cas de contestation juridique ultérieure et permet de disposer d'une trace de chaque étape entreprise.

7. Sensibilisation aux droits et aux risques : Une bonne connaissance des droits en matière de liberté d'expression et des risques associés est essentielle. Les journalistes et les activistes doivent être conscients de leurs droits, mais aussi des limitations et des dangers potentiels, afin de pouvoir prendre des décisions éclairées et gérer les risques de manière appropriée.

Pertinence du cadre légal pour les médias et les activistes des droits de l'homme

A l'analyse des éléments présentés, on peut constater que le cadre légal en matière d'usage des réseaux sociaux au Togo est plutôt strict et encadré par des lois spécifiques visant à protéger les utilisateurs et à sanctionner les infractions. Les lois sur la cybercriminalité et sur la protection des données à caractère personnel sont des instruments importants pour réglementer l'utilisation des réseaux sociaux et garantir la sécurité des informations personnelles des utilisateurs.

La HAAC est l'organisme de régulation des médias en ligne et joue un rôle important dans l'application des règles et des réglementations en matière de contenu diffusé sur ces plateformes. Le nouveau code de la presse et de la communication renforce également la protection de la vie privée des individus et exclut expressément l'activité sur les réseaux sociaux des domaines protégés par la loi.

Cependant, il convient de souligner que la mise en place d'une législation visant à protéger les défenseurs des droits humains est un développement positif et nécessaire pour garantir la liberté d'expression et la protection des droits de l'homme au Togo. Cependant, la professionnalisation du secteur par la délivrance d'une autorisation d'exercice en qualité de défenseur de droits de l'homme pourrait être source de controverse et soulever des questions sur la limitation de l'accès à cette profession.

En conclusion, le cadre légal en vigueur au Togo pour réglementer l'utilisation des réseaux sociaux est relativement adéquat et comprend des lois et des organismes de régulation qui ont pour but de garantir la sécurité et la protection des utilisateurs. Toutefois, la mise en place de nouvelles législations doit être surveillée pour s'assurer qu'elle ne limite pas la liberté d'expression et ne restreint pas l'accès à des professions liées à la défense des droits de l'homme.





CHAPITRE 3

Bonnes pratiques du journalisme 2.0

- Présentation des principes du journalisme 2.0
- Planification stratégique des médias sociaux
- Pratiques du journalisme 2.0 et du monitoring des violations des droits de l'homme
- Conseils pour la production et la diffusion de contenus sur les réseaux sociaux.

Présentation des principes du journalisme 2.0

Le journalisme 2.0 est une évolution du journalisme traditionnel, qui intègre les nouvelles technologies et les médias sociaux pour produire, partager et diffuser des informations. Il permet ainsi aux journalistes de s'adapter aux nouvelles technologies et aux nouvelles attentes des lecteurs en matière d'informations et d'interactions. Les journalistes doivent être conscients de ces principes et travailler à les appliquer dans leur travail quotidien. Le journalisme 2.0 a rendu l'information plus rapide à produire et à diffuser.



Les principes du Journalism 2.0

Le journaliste 2.0 doit respecter les mêmes principes que ceux du journalisme traditionnel. Voici quelques-uns des principes clés qui guident le journalisme 2.0 :

Exactitude : le journalisme 2.0 doit être précis et vérifiable. Les journalistes doivent s'assurer que toutes les informations qu'ils publient sont exactes et corroborées par des sources fiables.

Objectivité : les journalistes doivent s'efforcer de présenter des informations de manière objective et impartiale. Ils doivent éviter les conflits d'intérêts et les préjugés personnels qui pourraient influencer leur travail.

Éthique : les journalistes doivent respecter les normes éthiques et professionnelles du métier. Ils doivent respecter la vie privée des individus, éviter la diffamation et l'utilisation de sources non vérifiées.

Responsabilité : les journalistes doivent être responsables de leur travail et de ses conséquences. Ils doivent répondre de leurs erreurs et s'efforcer de rectifier toute information inexacte.

Intégrité : les journalistes doivent faire preuve d'intégrité et d'honnêteté dans leur travail. Ils doivent être transparents sur leurs sources, leur processus de collecte d'informations et leur financement.

Pertinence : les journalistes doivent s'efforcer de produire des reportages pertinents et significatifs pour leur public. Ils doivent être à l'écoute des attentes et des besoins de leur audience et s'adapter en conséquence.

Les nouvelles pratiques du journalisme 2.0

Les nouvelles pratiques journalistiques 2.0 sont des pratiques adaptées aux nouvelles technologies et aux nouveaux usages des médias sociaux. Elles permettent aux journalistes de produire des contenus plus interactifs, plus immersifs et plus pertinents pour leur public. Toutefois, ces pratiques doivent être utilisées avec responsabilité et éthique pour garantir l'intégrité et la crédibilité du journalisme.

Le Mobile Journalism: Produire des histoires n'importe où avec des outils mobiles et les mettre en ligne instantanément sur les réseaux sociaux.

Live Blogging: Communiquer avec le lecteur en temps réel grâce à des mises à jour régulières en ligne d'une histoire en évolution.

Journalisme Immersif: Créer des histoires à l'aide de vidéos 360°, de réalité virtuelle et augmentée pour une expérience interactive.

Podcasts: Produire des formats de grande qualité sur des sujets d'intérêt en utilisant des méthodes de narration innovantes.

Le live-tweet : Publier en direct sur Twitter des informations, des photos et des vidéos lors d'un événement. Cette pratique permet aux journalistes de partager des informations en temps réel et d'interagir avec leur public.

Le storytelling multimédia : Pratique qui utilise différents formats (texte, photo, vidéo, audio) pour raconter une histoire de manière plus immersive et interactive. Cette pratique permet aux journalistes de raconter des histoires de manière plus riche et plus captivante.

La vidéo en direct : Pratique qui consiste à diffuser en temps réel des vidéos sur les réseaux sociaux. Cette pratique permet aux journalistes de couvrir des événements en direct et d'interagir avec leur public.

Le journalisme de solutions : Pratique qui consiste à mettre en avant des solutions concrètes à des problèmes de société plutôt que de se concentrer uniquement sur les problèmes. Cette pratique permet aux journalistes de proposer des solutions constructives plutôt que de se limiter à la critique.

Présentation des principes du journalisme 2.0



Le Rôle des Réseaux Sociaux dans le Journalisme 2.0

Les réseaux sociaux jouent un rôle de plus en plus important dans le journalisme 2.0. Voici quelques-uns des rôles les plus importants qu'ils jouent :

La source d'information : Les réseaux sociaux sont une source d'information pour les journalistes. Les utilisateurs partagent des informations et des événements en temps réel, ce qui permet aux journalistes de suivre les événements en direct et d'avoir une vue d'ensemble des faits.

La diffusion d'information : Les réseaux sociaux permettent aux journalistes de diffuser rapidement et efficacement les informations qu'ils ont recueillies. Les journalistes peuvent publier des articles, des photos et des vidéos sur les réseaux sociaux pour toucher un public plus large.

L'interaction avec le public : Les réseaux sociaux permettent aux journalistes d'interagir directement avec leur public. Les journalistes peuvent répondre aux commentaires et aux questions des utilisateurs, ce qui peut aider à renforcer la confiance et la crédibilité.

La promotion de leur travail : Les réseaux sociaux sont un outil de promotion pour les journalistes. Les journalistes peuvent partager leurs articles et leurs reportages sur les réseaux sociaux pour atteindre un public plus large et promouvoir leur travail.

La surveillance de l'opinion publique : Les réseaux sociaux permettent aux journalistes de surveiller l'opinion publique sur un sujet donné. Les journalistes peuvent analyser les commentaires et les discussions sur les réseaux sociaux pour comprendre comment le public réagit à un événement ou à une situation donnée.

La vérification de source et le journalisme 2.0

Dans le journalisme 2.0, la vérification des sources est plus importante que jamais. Avec la rapidité des médias sociaux et des plateformes numériques, les informations peuvent se propager rapidement et sans vérification, ce qui peut entraîner la diffusion de fausses nouvelles et la désinformation.

La vérification des sources est donc essentielle pour les journalistes du 2.0 car elle garantit que les informations publiées sont précises, fiables et vérifiées. Les journalistes doivent être en mesure de vérifier l'origine de l'information, la fiabilité de la source et la précision de l'information avant de la publier.

De plus, les journalistes du 2.0 doivent être en mesure de travailler rapidement et efficacement pour vérifier les informations en temps réel. Les réseaux sociaux et les plateformes numériques peuvent être une source précieuse d'informations, mais il est important de les utiliser avec prudence et de vérifier soigneusement les informations avant de les publier.

Les journalistes du 2.0 doivent également être conscients des risques liés à la diffusion de fausses nouvelles ou de désinformation, notamment la perte de crédibilité et la réputation endommagée. En conséquence, la vérification des sources doit être une priorité pour tous les journalistes 2.0, qui doivent travailler pour s'assurer que leurs reportages sont exacts, crédibles et dignes de confiance.

BON À SAVOIR



Il est essentiel pour un journaliste web ou un journaliste 2.0 de maîtriser le fact-checking (vérification des faits). Avec la propagation rapide de l'information en ligne, il est crucial de vérifier l'exactitude et la véracité des informations avant de les publier. Le fact-checking permet de garantir l'intégrité du contenu journalistique et de fournir des informations fiables et précises aux lecteurs.

Zoom

Au Togo, vu que les réseaux sociaux ne sont pas l'objet de régulation et de protection par la loi, il est conseillé d'exercer la prudence en diffusant les informations via les médias traditionnels avant de les partager ou de les amplifier sur les réseaux sociaux.

Planification stratégique des médias sociaux

La planification stratégique des médias sociaux est un processus qui consiste à définir les objectifs, les tactiques et les mesures à prendre pour atteindre ces objectifs sur les plateformes de médias sociaux. Voici les étapes clés de la planification stratégique des médias sociaux :

Objectifs et avantages

Définir les objectifs: Avant de commencer tout plan, il est important de déterminer les objectifs et les résultats que vous souhaitez obtenir.

Gagner du temps: La planification stratégique vous permet de gagner du temps en ayant un plan concret à suivre tout en gardant une longueur d'avance sur la concurrence.

Optimisation de la stratégie: La planification vous aide à établir une feuille de route claire et à garder une trace de vos succès et échecs pour faire des ajustements au besoin.

Analyse des médias sociaux et de la concurrence

L'analyse des médias sociaux et de la concurrence est un aspect important de la communication digitale. Elle vous permet de comprendre votre positionnement sur les réseaux sociaux par rapport à vos concurrents, d'identifier les tendances du marché, et d'ajuster votre stratégie en conséquence. N'oubliez pas que l'analyse des médias sociaux et de la concurrence est un processus continu. Les tendances et les comportements évoluent constamment, il est donc important de rester à jour et d'adapter votre stratégie en conséquence.

Analysez vos médias sociaux: L'utilisation d'outils d'analyse est essentielle pour évaluer les performances passées sur les médias sociaux et concevoir une stratégie plus efficace à l'avenir. Voici quelques outils populaires que vous pouvez utiliser: Google Analytics, Facebook Insights, Twitter Analytics, Instagram Insights, Hootsuite, Sprout Social

Analysez la concurrence: Comprenez quelles sont les tendances et les pratiques gagnantes dans votre secteur pour vous adapter et vous démarquer.

Voici quelques outils d'analyse de la concurrence que vous pouvez utiliser pour obtenir des informations précieuses : SEMrush, SimilarWeb, Ahrefs, BuzzSumo, Social Blade, Owletter.

Définition de l'audience cible

L'audience cible, également connue sous le nom de public cible ou persona, se réfère à un groupe spécifique de personnes ou de consommateurs que vous souhaitez atteindre et engager avec votre message, votre produit ou votre service. Définir votre audience cible est essentiel pour une communication efficace et ciblée. Voici comment le faire :

Créez des personas: Déterminez quelles sont vos cibles idéales et créez des personas pour mieux comprendre leurs besoins, leurs intérêts et leur comportement en ligne.

Cartographiez leur parcours: Comprenez comment votre public cible utilise les médias sociaux et quels sont les moments clés où vous pouvez les atteindre de manière efficace.

Choix des médias sociaux pertinents

Connaître les plateformes: Comprenez les différences entre les différentes plateformes sociales pour choisir celles qui conviennent le mieux à votre public cible et à vos objectifs commerciaux.

Créez un mélange approprié: Sélectionnez les plateformes qui conviennent le mieux à votre public cible, à votre produit ou service, à votre secteur d'activité, à votre budgétisation, à vos objectifs, etc.



Planification stratégique des médias sociaux

Création d'un plan de contenu

Planifiez en avance: Créez et planifiez votre contenu à l'avance pour vous assurer que vous postez régulièrement un contenu pertinent et attrayant.

Identifiez le type de contenu approprié: Identifiez le type et le ton de contenu qui conviennent le mieux à votre public cible et votre message tout en utilisant des applications d'analyse pour suivre les performances de votre contenu.

Engagez votre public: Impliquez votre audience avec des contenus interactifs, tels que participer à des concours, répondre à des questions ou des sondages en ligne, etc.

Mesure de l'efficacité et ajustements

Détermination des métriques clés: Déterminez les métriques clés pour mesurer le succès de votre stratégie de médias sociaux, notamment les conversions, les engagements, la portée, etc.

Engagez-vous avec vos followers: Soyez réceptif aux commentaires, messages et plaintes de votre public pour développer une relation plus solide avec lui.

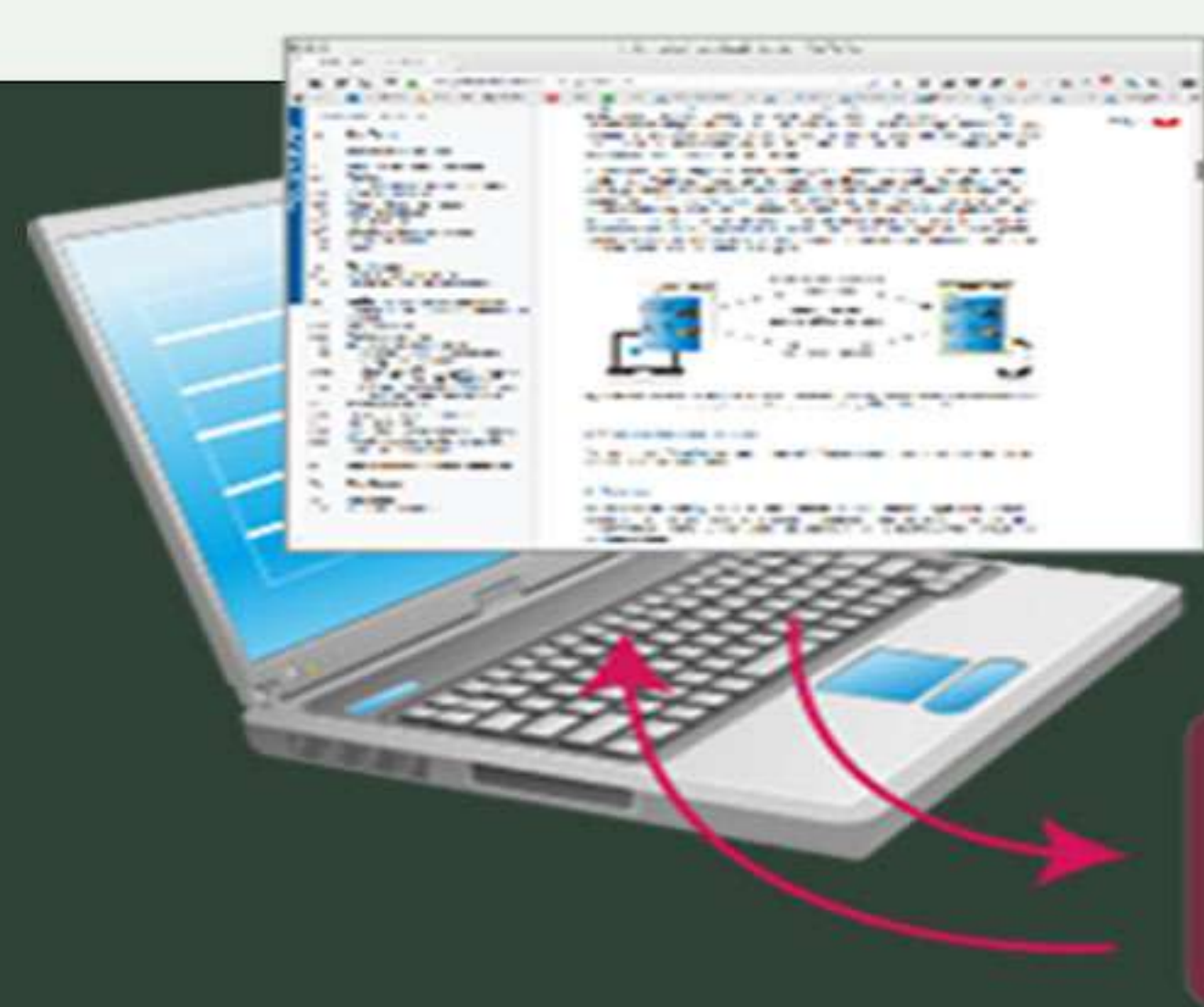
Mise en œuvre et gestion de la stratégie

Attribuez des rôles et des responsabilités: Attribuez des rôles et des responsabilités clairs pour la création, la publication et la maintenance de vos comptes de médias sociaux.

Mettez en place une chronologie: Créez une chronologie pour le contenu prévu pour assurer la cohérence de votre message et l'engagement de votre public.

Montrez et prouvez la valeur: Utilisez des outils pour mesurer le succès de votre stratégie de médias sociaux et montrez-le aux équipes ou à chaque personne concernée.

Conseils pour la production et la diffusion de contenus sur les réseaux sociaux



Voici quelques conseils pour la production et la diffusion de contenus efficaces sur les réseaux sociaux :

Connaître votre audience : Comprenez les intérêts, les besoins et les préférences de votre audience cible. Cela vous aidera à créer un contenu pertinent et engageant.

Établir des objectifs clairs : Définissez les objectifs spécifiques que vous souhaitez atteindre avec votre contenu, qu'il s'agisse d'augmenter la notoriété de la marque, de générer des leads, de stimuler les ventes ou d'encourager l'engagement.

Créer un contenu de qualité : Produisez du contenu de haute qualité et attrayant, qu'il s'agisse d'images, de vidéos, de textes ou de graphiques. Assurez-vous qu'il est adapté à la plateforme et utilisez des visuels attrayants et des titres accrocheurs pour capter l'attention des utilisateurs.

Diversifier les formats : Utilisez une variété de formats de contenu tels que des vidéos, des infographies, des articles de blog, des sondages, des histoires, etc. Cela permet de maintenir l'intérêt de votre audience et d'atteindre différents types de préférences de consommation de contenu.

Raconter des histoires : Utilisez le pouvoir de la narration pour captiver votre audience. Créez des histoires authentiques, engageantes et pertinentes qui suscitent l'émotion et incitent à l'action.

Utiliser des visuels attrayants : Les visuels jouent un rôle essentiel dans la réussite de votre contenu sur les réseaux sociaux. Utilisez des images, des graphiques et des vidéos de haute qualité pour renforcer l'impact de votre message.

Suivre une planification régulière : Établissez un calendrier éditorial pour planifier et organiser vos publications. Assurez-vous de publier régulièrement du contenu pour maintenir l'engagement de votre audience et rester présent dans son esprit.

Encourager l'engagement : Incitez votre audience à interagir avec votre contenu en posant des questions, en lançant des débats, en encourageant les commentaires et les partages. Répondez activement aux commentaires et aux messages pour maintenir une relation solide avec votre audience.

Utiliser les hashtags de manière stratégique : Utilisez des hashtags pertinents et populaires pour augmenter la visibilité de votre contenu et attirer de nouveaux utilisateurs intéressés par votre thématique.

Analyser et ajuster : Suivez les performances de votre contenu à l'aide des outils d'analyse disponibles. Identifiez ce qui fonctionne bien et ce qui ne fonctionne pas, et ajustez votre stratégie en conséquence.



Monitoring des violations des droits de l'homme à travers les réseaux sociaux

Le suivi des violations des droits de l'homme à travers les réseaux sociaux est devenu une pratique courante et précieuse dans le domaine des droits de l'homme. Cependant, ils ne doivent pas être considérés comme la seule source. Il est essentiel de compléter ces informations par d'autres sources telles que les rapports des organisations de défense des droits de l'homme, les médias traditionnels et les témoignages directs.

Voici quelques étapes clés pour effectuer un suivi efficace des violations des droits de l'homme via les réseaux sociaux :

Établir des critères de recherche : Définissez des mots-clés et des hashtags pertinents liés aux violations des droits de l'homme que vous souhaitez surveiller. Cela peut inclure des termes spécifiques liés à des problèmes tels que la discrimination, la censure, la torture, les atteintes à la liberté d'expression, etc.

Utiliser des outils de surveillance : Utilisez des outils de surveillance des réseaux sociaux, tels que les flux de recherche avancés, les tableaux de bord de suivi, les alertes de mots-clés, etc. Ces outils vous permettent de suivre les mentions des mots-clés et des hashtags que vous avez définis.

Collaborer avec des organisations spécialisées : Travailler en collaboration avec des organisations spécialisées dans les droits de l'homme peut être très bénéfique. Vous pouvez partager des informations, des rapports et des signalements pour une action coordonnée.

Former une équipe de modération : Mettez en place une équipe de modération chargée de surveiller les contenus des réseaux sociaux et d'identifier les violations potentielles des droits de l'homme. Cette équipe devrait être formée sur les questions liées aux droits de l'homme et aux protocoles de signalement.

Établir des critères de signalement : Définissez des critères clairs pour identifier les violations des droits de l'homme sur les réseaux sociaux. Cela peut inclure des éléments tels que la menace de violence, la discrimination, l'incitation à la haine, les discours d'intolérance, etc.

Encourager le signalement : Encouragez les utilisateurs des réseaux sociaux à signaler les contenus violant les droits de l'homme en mettant en place des procédures de signalement claires et facilement accessibles.

Respecter la confidentialité et la sécurité : Veillez à respecter la confidentialité et la sécurité des personnes impliquées dans les cas de violations des droits de l'homme. Protégez les informations sensibles et traitez les signalements avec la plus grande confidentialité possible.

Collaborer avec les plateformes de médias sociaux : Signalez les contenus problématiques aux plateformes de médias sociaux concernées. Beaucoup de ces plateformes ont des politiques contre les discours haineux, la violence et d'autres formes de violations des droits de l'homme.

Sensibiliser et informer : Organisez des campagnes de sensibilisation pour informer le public sur les violations des droits de l'homme sur les réseaux sociaux et encourager l'engagement en faveur de la protection des droits fondamentaux.

Collaborer avec les autorités compétentes : Si vous identifiez des violations graves des droits de l'homme, collaborez avec les autorités compétentes, les organisations de défense des droits de l'homme ou les institutions internationales pour signaler ces cas et prendre les mesures nécessaires.



CHAPITRE 4

Stratégies d'accroissement d'audience

- Comprendre son public et ses besoins
- Utiliser les fonctionnalités des réseaux sociaux pour atteindre son public
- Optimiser la visibilité et l'impact de ses publications

Comprendre son public et ses besoins en matière de journalisme 2.0 et activisme des droits de l'homme

Dans une ère de journalisme 2.0 et d'activisme des droits de l'homme, il est essentiel de comprendre son public. Découvrez comment connecter avec votre audience grâce aux outils et aux plateformes disponibles.

Le journalisme traditionnel et le journalisme web

Journalisme traditionnel

Les médias traditionnels sont fiables, mais leur portée est limitée.

Journalisme web

Le journalisme web offre un large public, mais doit être géré avec soin pour éviter les fausses nouvelles.

Savoir équilibrer

Intégrez des éléments du journalisme web et du journalisme traditionnel dans votre stratégie pour toucher le plus large public possible.



Comprendre son public et ses besoins en matière de journalisme 2.0 et activisme des droits de l'homme

Les plateformes de réseaux sociaux pour se connecter avec le public

Les meilleures plateformes de réseaux sociaux pour se connecter avec le public dépendent de plusieurs facteurs, tels que votre audience cible, votre objectif et le type de contenu que vous souhaitez partager. Voici quelques-unes des plateformes les plus populaires et efficaces pour se connecter avec le public :



Facebook : Avec plus de 2 milliards d'utilisateurs actifs mensuels, Facebook offre une audience large et diversifiée. Vous pouvez créer une page Facebook pour votre organisation, partager du contenu informatif, organiser des événements et interagir avec votre audience via des commentaires, des messages et des sondages.



Instagram : Instagram est une plateforme visuelle axée sur le partage de photos et de vidéos. C'est un excellent choix si vous souhaitez partager des visuels percutants et raconter des histoires visuelles. Utilisez des hashtags pertinents et engagez votre audience grâce aux légendes et aux commentaires.



Twitter : Twitter est connu pour sa nature en temps réel et son potentiel viral. Il est idéal pour partager des informations instantanées, des actualités et des opinions sur des sujets liés aux droits de l'homme. Utilisez les hashtags pour rejoindre des conversations plus larges et interagir avec d'autres utilisateurs.



LinkedIn : LinkedIn est une plateforme professionnelle qui se concentre sur les connexions et les opportunités d'affaires. Utilisez-le pour établir des relations avec d'autres professionnels, partager des articles et des actualités, et participer à des groupes de discussion liés aux droits de l'homme.



YouTube : Si vous souhaitez partager des vidéos plus longues, YouTube est une plateforme incontournable. Créez une chaîne et publiez des vidéos éducatives, des témoignages, des interviews ou des conférences pour sensibiliser votre audience et susciter l'engagement.



TikTok : TikTok est une plateforme de partage de vidéos courtes et créatives qui connaît une popularité croissante, en particulier auprès des jeunes utilisateurs. Utilisez TikTok pour créer du contenu divertissant et éducatif sur les droits de l'homme, en utilisant des tendances et des hashtags pertinents pour toucher un large public.



Clubhouse : Clubhouse est une application audio en direct où vous pouvez organiser des discussions, des débats et des conférences sur les droits de l'homme. C'est une excellente plateforme pour engager votre audience et permettre une interaction en temps réel.

Comprendre son public et ses besoins en matière de journalisme 2.0 et activisme des droits de l'homme

Les plateformes de réseaux sociaux recommandables aux activistes des droits de l'homme

Les plateformes de réseaux sociaux offrent une opportunité précieuse de se connecter avec des militants des droits de l'homme du monde entier. En dehors des précédentes, ces deux plateformes sont aussi conseillées aux activistes des droits de l'homme:

Reddit : Reddit est une plateforme de discussion communautaire qui abrite de nombreux sous-forums (subreddits) dédiés aux droits de l'homme. Rejoignez les sous-forums pertinents, participez aux discussions et partagez des informations pour vous connecter avec d'autres militants et experts.



Discord : Discord est une plateforme de chat en ligne qui peut être utilisée pour créer des communautés virtuelles de militants des droits de l'homme. Recherchez des serveurs Discord axés sur les droits de l'homme et rejoignez-les pour échanger des idées, coordonner des actions et collaborer avec d'autres militants.



Les outils d'analyse pour comprendre le public

SurveyMonkey

Outil de sondage pour recueillir les commentaires des visiteurs.

Google Analytics

Outil d'analyse de site web gratuit offrant des données sur le comportement des visiteurs.

Audience Insights

Un outil de recherche conçu pour vous aider à comprendre votre audience sur Facebook

Zoom

L'activisme des droits de l'homme est un domaine dynamique qui évolue constamment en réponse aux problèmes et aux défis actuels. Voici quelques-unes des causes populaires et des tendances récentes dans l'activisme des droits de l'homme : Justice raciale, Droits des LGBTQ+, Justice climatique, Liberté d'expression en ligne, Migration et droits des réfugiés, Droits des femmes

Comprendre son public et ses besoins en matière de journalisme 2.0 et activisme des droits de l'homme

Les formats et les styles de contenu qui fonctionnent pour le public

Lorsqu'il s'agit de créer du contenu pour le public, il est important de prendre en compte les formats et les styles qui captent l'attention, suscitent l'engagement et transmettent efficacement le message. Voici quelques formats et styles de contenu qui fonctionnent généralement bien :

Les articles interactifs

Incluent des éléments tels que des quiz, des vidéos, des graphiques et des images pour engager le public.

Les Storytelling

Ils évoquent des émotions, racontent une histoire complète et de manière linéaire pour attirer l'attention du public.

Les articles de collaboration

Ils engagent l'audience en travaillant en collaboration avec d'autres journalistes, groupes de presse ou organisations sans but lucratif

Le journalisme d'investigation

Il fournit des informations approfondies et des reportages exclusifs qui sont souvent partagés par les lecteurs et les téléspectateurs.

Les visuels percutants : Les visuels accrocheurs tels que les illustrations, les photographies saisissantes, les vidéos ou les graphiques percutants peuvent captiver l'attention du public et transmettre rapidement un message fort.

Les témoignages et histoires personnelles : Sur la thématique des droits de l'homme, les récits personnels et les témoignages réels sont extrêmement puissants pour susciter l'émotion et créer une connexion avec le public.

Les campagnes sur les réseaux sociaux : Les campagnes sur les réseaux sociaux utilisent des formats interactifs et participatifs pour encourager le partage et la participation du public. Cela peut inclure des défis, des hashtags, des sondages, des concours ou des appels à l'action pour mobiliser les gens autour d'une cause spécifique liée aux droits de l'homme.

Comment utiliser les fonctionnalités des réseaux sociaux pour atteindre son public?

Connaître les différents réseaux sociaux et leurs fonctionnalités

Maîtriser les différents réseaux sociaux et leurs fonctionnalités est essentiel pour choisir les plateformes appropriées, créer du contenu adapté, maximiser l'engagement, suivre les performances et établir une présence cohérente. Cela vous aide à atteindre vos objectifs de communication digitale de manière efficace et à interagir de manière significative avec votre public cible

Comment créer du contenu attractif pour votre public?

Misez sur la qualité: Investissez dans la qualité de votre contenu et utilisez des outils de création pour le rendre attractif et professionnel.

Variez les formats: Utilisez des photos, des vidéos, des live streams et des textes courts pour diversifier votre contenu.

Adaptez votre message: Personnalisez votre message en fonction de votre public cible et utilisez des hashtags pertinents pour augmenter votre portée

Connaître et définir votre public cible

Qui est votre public cible ?

Définissez l'âge, le sexe, la localisation et les centres d'intérêt de votre public cible pour personnaliser votre stratégie de contenu.

Comment interagit votre public ?

Observez les commentaires, les likes et les partages pour comprendre l'interactivité de votre public et optimiser votre stratégie.



Comment utiliser les fonctionnalités des réseaux sociaux pour atteindre son public?

Les stratégies pour augmenter votre portée et votre engagement

Utilisez les hashtags: Utilisez des hashtags pertinents pour atteindre des personnes intéressées par votre contenu.

Ciblez votre public: Utilisez les publicités ciblées pour atteindre un public spécifique et augmenter votre engagement.

Impliquez les influenceurs: Collaborez avec des influenceurs pour atteindre un public plus large et augmenter votre crédibilité.

Engager le public avec des questions et des concours

Poser des questions: Poser des questions ouvertes pour inciter le public à engager une conversation autour de votre contenu.

Organiser des concours: Organiser des concours ouverts pour inciter le public à interagir avec votre contenu et partager votre page.

Créer des sondages: Créer des sondages pour aider le public à donner son avis et lui permettre de se sentir inclus dans votre organisation.

Zoom

BIEN UTILISER UN HASHTAG



L'utilisation efficace d'un hashtag peut aider à augmenter la visibilité de votre contenu et à vous connecter avec un public plus large. Voici quelques conseils pour bien utiliser un hashtag :

1. Recherchez les hashtags pertinents : Avant d'utiliser un hashtag, effectuez une recherche pour vous assurer qu'il est pertinent par rapport à votre contenu et à votre objectif. Cherchez des hashtags populaires et spécifiques à votre niche ou à votre sujet.

2. Limitez le nombre de hashtags : Utilisez un nombre limité pour éviter de rendre votre contenu trop encombré. Idéalement, utilisez entre 1 et 5 hashtags par publication.

3. Soyez spécifique : Utilisez des hashtags spécifiques plutôt que des hashtags génériques. Les hashtags spécifiques aident à cibler un public plus précis et à augmenter les chances que votre contenu soit découvert par des personnes intéressées par votre sujet.

4. Créez votre propre hashtag : Si vous avez une campagne ou un événement spécifique, envisagez de créer votre propre hashtag unique.

5. Intégrez le hashtag dans le texte : Intégrez le hashtag de manière naturelle dans le texte de votre publication, plutôt que de l'ajouter uniquement à la fin.

6. Évitez les hashtags controversés ou spammy : Évitez d'utiliser des hashtags controversés, spammy ou non pertinents pour votre contenu.

7. Surveillez les tendances : Gardez un œil sur les tendances actuelles et les hashtags populaires dans votre domaine. Si vous pouvez intégrer ces hashtags pertinents dans votre contenu, cela peut vous aider à attirer l'attention du public qui suit ces tendances.

8. Interagissez avec les hashtags : Ne vous contentez pas d'ajouter des hashtags à vos publications, mais interagissez également avec les hashtags pertinents utilisés par d'autres.

9. Évaluez l'efficacité : Surveillez les performances de vos hashtags en analysant les statistiques et l'engagement généré.

Comment utiliser les fonctionnalités des réseaux sociaux pour atteindre son public?

← Tweet

 **Le Nouveau Reporter**
@LeNveauReporter

#OIT : les #enfants travailleurs ont atteint 160 millions
#travail @GilbertFHoungbo
lenouveaureporter.com/oit-le-travail... via @Le Nouveau Reporter



lenouveaureporter.com
OIT : les enfants travailleurs ont atteint 160 millions - Le Nouveau Reporter

19:53 · 15 juin 23 · 30 Vues

 **MINISTÈRE DES DROITS DE L'...**
@MDHFCRIR_TG

Le Ministre chargé des droits de l'homme, @CTrimua, à la tête de la délégation togolaise, a présenté le rapport du @GouvTg sur la situation des droits de l'homme lors de la #HRC52 le 02/03/2023.

19:04 · 03 mars 23 · 853 Vues

La mesure des résultats et l'optimisation de votre stratégie

Mesurez votre portée: Utilisez les analyses pour mesurer votre portée et identifier les publications qui obtiennent le plus d'engagement.

Optimisez votre stratégie: Utilisez les données obtenues pour optimiser votre stratégie et créer un contenu plus adapté à votre public cible.

Testez différents formats: Testez différents formats et messages pour identifier ceux qui fonctionnent le mieux auprès de votre public.

← Tweet

 **CACIT Togo**
@cacit_togo

Hello,

Le saviez-vous? Le 14 juin est la journée mondiale du procès équitable. Le procès équitable, qu'est ce que cela signifie exactement? Trouvez dans ce B-à-Bas du CACIT, les notions du droit à un procès équitable et ses principes. 😊 #ProcesEquitable #cacit4Rights

← Tweet

 **TBN Togo Breaking News**
@TBN228

#COOPEC #LaFructueuse a réalisé de bons chiffres en 2022 - #TT228 #BreakingNews #TgInfo #TgTwittos

SYNTHÈSE ET CONSEILS PRATIQUES

La clé

Engagez votre public avec une stratégie de contenu attrayante et des questions ouvertes pour des conversations riches et productives.

Les retombées

Utilisez les réseaux sociaux pour promouvoir votre organisation et augmenter votre notoriété.

Le temps et l'argent

Investissez du temps pour créer un contenu de qualité et utilisez vos ressources de manière judicieuse pour maximiser votre impact.

Optimiser la visibilité et l'impact de ses publications

Les médias sociaux et d'autres canaux de publication peuvent amplifier la portée de vos publications pour garantir leur visibilité et leur impact maximum.

Les critères de visibilité dans les différents canaux de publication

Les critères de visibilité dans les différents canaux de publication peuvent varier en fonction de plusieurs facteurs, tels que l'algorithme de la plateforme, les paramètres de confidentialité et les choix de l'utilisateur. Voici quelques critères couramment observés dans les principaux canaux de publication :

Réseaux sociaux

-Engagement : Le niveau d'engagement (likes, commentaires, partages) que génère une publication peut influencer sa visibilité. Les publications qui suscitent une forte interaction sont plus susceptibles d'être affichées davantage dans les flux des utilisateurs.

-Pertinence : Les algorithmes des réseaux sociaux évaluent la pertinence d'une publication pour chaque utilisateur en fonction de ses intérêts, de son historique d'interaction et des signaux de contenu. Les publications pertinentes ont plus de chances d'être affichées à un public spécifique.

-Temps : Les publications récentes ont souvent une visibilité accrue, car les plateformes privilégient généralement le contenu le plus récent dans les flux d'actualités.

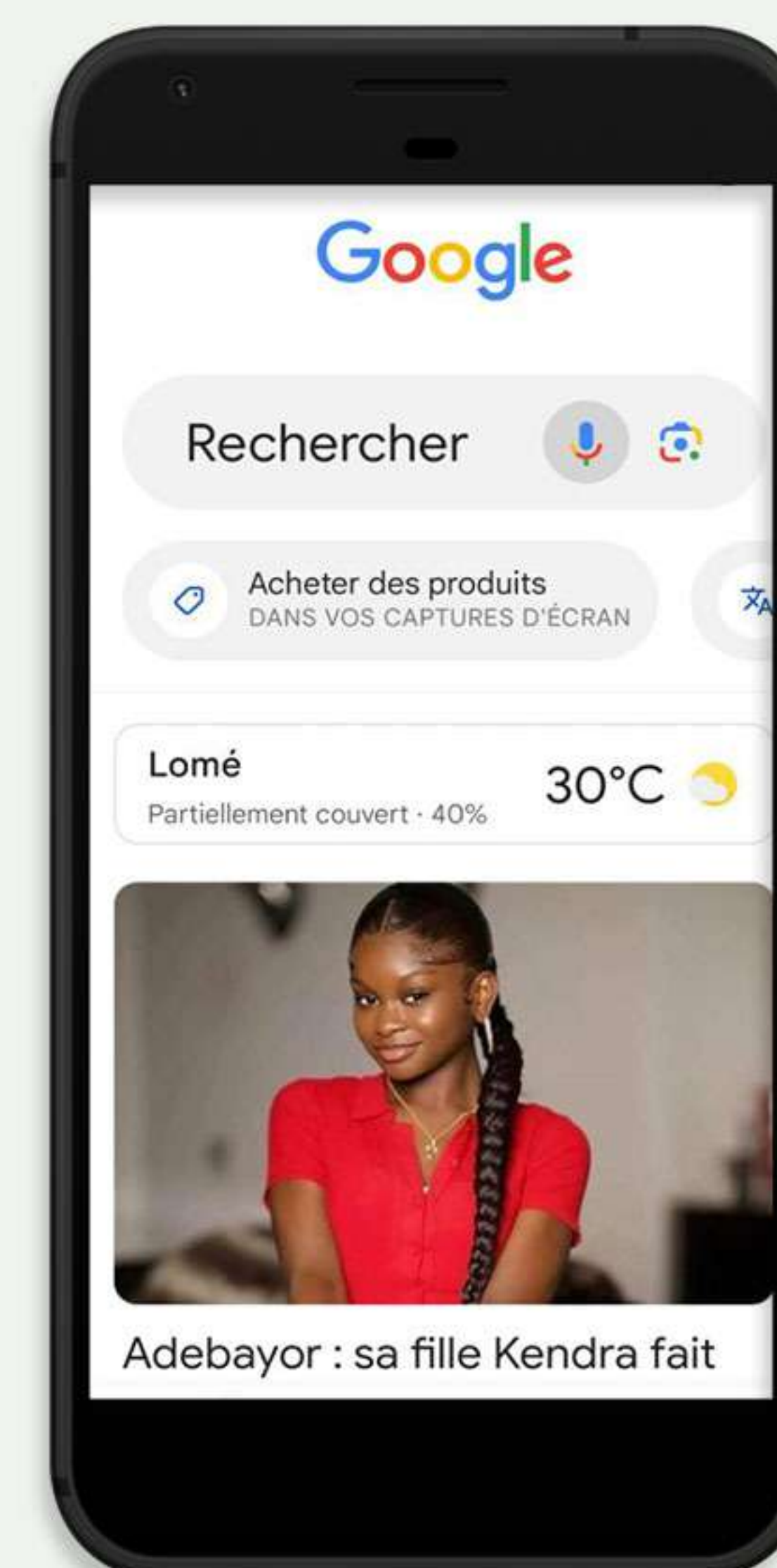
-Format et type de contenu : Certains formats de contenu, tels que les vidéos ou les stories, peuvent bénéficier d'une plus grande visibilité. Les algorithmes peuvent également privilégier certains types de contenu, tels que les articles de blog ou les images de haute qualité.

Moteurs de recherche

-Référencement SEO : Les critères de visibilité dans les moteurs de recherche sont influencés par des pratiques de référencement efficaces, telles que l'utilisation de mots-clés pertinents, la qualité du contenu, les liens entrants, la structure du site web, la vitesse de chargement, etc. Un bon référencement peut améliorer la visibilité dans les résultats de recherche organiques.

-Autorité du site : Les moteurs de recherche prennent en compte l'autorité et la réputation d'un site lorsqu'ils évaluent sa visibilité. Les sites web de confiance, avec des liens de qualité provenant d'autres sources, ont plus de chances d'apparaître dans les résultats de recherche.

-Pertinence et qualité du contenu : Les moteurs de recherche valorisent les sites web avec un contenu pertinent, informatif et de haute qualité. Les publications qui répondent aux questions des utilisateurs et offrent une valeur ajoutée ont plus de chances d'être affichées.



Blogs et sites d'actualités

-Pertinence du sujet : Les blogs et sites d'actualités affichent généralement les publications qui sont pertinentes pour leur thématique spécifique. Les publications traitant de sujets populaires, tendances ou d'actualité ont plus de chances d'être visibles.

-Qualité du contenu : Les publications bien écrites, informatives et engageantes sont plus susceptibles d'attirer l'attention et de bénéficier d'une plus grande visibilité. Les articles avec des images, des infographies ou des vidéos pertinentes peuvent également augmenter leur visibilité.

Synthèse

Médias sociaux: Maîtriser les algorithmes pour atteindre le bon public.

SEO: Optimiser l'affichage de votre contenu dans les résultats de recherche.

Emails: Améliorer la délivrabilité et le taux d'ouverture de vos newsletters.

Influenceurs: Sélectionner les influenceurs les plus pertinents pour toucher votre audience.

Notons que ces critères de visibilité peuvent évoluer avec le temps, car les plateformes ajustent leurs algorithmes et politiques. Il est donc essentiel de rester informé des dernières mises à jour.

Optimiser la visibilité et l'impact de ses publications

Les bases de l'écriture persuasive pour un fort impact

Connaissez votre audience: Identifiez les besoins, les désirs et les souhaits de votre public cible.

Définissez votre proposition de valeur unique: Démarquez-vous de la concurrence avec une proposition claire et différente.

Créez un message impactant: Utilisez des mots puissants, des émotions et des histoires pour toucher votre public cible.

Les techniques pour une rédaction optimisée pour le référencement naturel (SEO)

Sélectionnez les bons mots-clés: Utilisez des outils pour identifier les mots-clés pertinents pour votre contenu.

Produisez du contenu de qualité: Le contenu doit être informatif, bien structuré, facile à lire et sans erreurs.

Améliorez l'expérience utilisateur: Améliorez la vitesse de chargement de votre site web et utilisez un design intuitif et facile à naviguer.

Zoom

Les outils pour identifier les mots clés

Il existe plusieurs outils qui peuvent être utilisés pour identifier les mots-clés pertinents dans le cadre du référencement et de l'optimisation des moteurs de recherche. Voici quelques-uns des outils les plus populaires : **Google Keyword Planner, SEMrush, Ahrefs, Moz Keyword Explorer, Ubersuggest**

Comment mesurer la portée et l'impact de ses publications ?

Pour mesurer la portée et l'impact de vos publications, vous pouvez utiliser les outils d'analyse fournis par les différentes plateformes de médias sociaux, ainsi que d'autres indicateurs clés de performance. Voici quelques mesures couramment utilisées :

Impressions : Les impressions représentent le nombre total de fois qu'une publication a été affichée dans le flux d'actualités des utilisateurs. Cela indique la portée potentielle de votre contenu.

Engagement : L'engagement mesure l'interaction des utilisateurs avec votre contenu, tel que les likes, les commentaires, les partages et les clics sur les liens. Un niveau d'engagement élevé indique que votre contenu a suscité l'intérêt et l'interaction des utilisateurs.

Portée : La portée représente le nombre unique de personnes qui ont vu votre publication. Il s'agit d'une mesure plus précise de la diffusion de votre contenu auprès de votre public cible.

Taux d'engagement : Le taux d'engagement est le rapport entre l'engagement total et le nombre d'impressions ou de portée. Il permet d'évaluer l'efficacité de votre contenu en termes d'interaction par rapport à l'audience atteinte.

Clics et conversions : Si votre publication comprend des liens vers votre site web ou d'autres ressources, vous pouvez mesurer le nombre de clics et de conversions générés. Cela vous donne une idée de l'impact direct de votre contenu sur les actions des utilisateurs.

Partage de contenu : Si votre contenu est partagé par d'autres utilisateurs, cela peut augmenter sa portée et son impact. Sur certaines plateformes, vous pouvez suivre le nombre de partages pour évaluer cette mesure.

Réactions et commentaires : L'analyse des réactions et des commentaires sur vos publications peut vous donner des indications sur l'engagement et les opinions des utilisateurs à l'égard de votre contenu.

Analyse du trafic web : Si votre objectif est de générer du trafic vers votre site web, vous pouvez utiliser des outils d'analyse web tels que Google Analytics pour mesurer le nombre de visiteurs provenant des médias sociaux, la durée de leur visite, les pages visitées, etc.

CHAPITRE 5

Outils de sécurisation et d'évaluation des publications et des audiences

- Les risques de sécurité liés à l'utilisation des médias sociaux
- Présentation des outils de sécurisation et de protection de l'identité sur les réseaux sociaux
- Outils pour évaluer l'impact et l'efficacité des publications sur les réseaux sociaux

Les risques de sécurité liés à l'utilisation des médias sociaux

Garder sa vie privée en ligne

Les réseaux sociaux offrent de nombreux avantages, mais ils présentent également des risques pour la sécurité en ligne. Il est important d'être conscient de ces risques et de prendre des mesures pour se protéger. Protéger sa vie privée en ligne est essentiel pour préserver sa sécurité et sa confidentialité sur Internet. Cela implique de prendre des mesures pour contrôler les informations personnelles que vous partagez et minimiser les risques liés à la divulgation non autorisée de données. Voici quelques conseils pour garder votre vie privée en ligne:

Gérer les paramètres de confidentialité : Prenez le temps de comprendre et de configurer les paramètres de confidentialité sur les plateformes de médias sociaux et les services en ligne que vous utilisez. Limitez l'accès à vos informations personnelles et contrôlez qui peut voir vos publications et vos activités en ligne.

Sécurité des mots de passe : Utilisez des mots de passe forts et uniques pour vos comptes en ligne. Évitez de réutiliser les mêmes mots de passe sur plusieurs sites et utilisez des méthodes d'authentification à deux facteurs lorsque cela est possible.

Contrôle des informations personnelles : Réfléchissez attentivement aux informations personnelles que vous partagez en ligne, telles que votre adresse, votre numéro de téléphone ou votre date de naissance. Limitez leur diffusion publique et évitez de les partager avec des personnes que vous ne connaissez pas ou en qui vous n'avez pas confiance.

Sensibilisation aux paramètres de localisation : Désactivez la géolocalisation sur vos applications et vos appareils lorsque cela n'est pas nécessaire. La désactivation de la géolocalisation peut aider à prévenir la divulgation de votre position physique.

Contrôle des publications et des étiquettes : Soyez attentif à ce que vous publiez en ligne et à l'image que vous projetez. Réfléchissez avant de partager des informations sensibles ou compromettantes. Contrôlez également les publications et les étiquettes dans lesquelles vous êtes identifié(e) par d'autres utilisateurs.

Méfiance envers les demandes d'informations : Soyez vigilant(e) face aux demandes d'informations personnelles ou aux tentatives de phishing par le biais de courriels, de messages ou d'appels téléphoniques. Ne partagez pas d'informations confidentielles à moins d'être certain(e) de l'identité et de la fiabilité du destinataire.

Utilisation de VPN et de pare-feu : Pour renforcer votre confidentialité en ligne, envisagez d'utiliser un réseau privé virtuel (VPN) pour chiffrer votre connexion Internet et un pare-feu pour bloquer les accès non autorisés à votre réseau.

Mise à jour des logiciels et des applications : Assurez-vous de maintenir à jour vos logiciels, applications et systèmes d'exploitation avec les dernières mises à jour de sécurité. Les mises à jour régulières contribuent à corriger les vulnérabilités et à renforcer votre protection en ligne.

Les risques de sécurité liés à l'utilisation des médias sociaux

Les cybercriminels et les escroqueries en ligne sont des fléaux de notre société. Il est nécessaire de prendre des mesures pour se protéger. Voici quelques types courants de cybercriminalité et d'escroqueries en ligne, ainsi que des conseils pour les éviter

Les cybercriminels et les escroqueries en ligne

Phishing : Les attaques de phishing se produisent lorsque des cybercriminels se font passer pour des entités légitimes, telles que des banques, des sites de commerce électronique ou des services en ligne, afin de vous inciter à divulguer vos informations personnelles, telles que vos identifiants de connexion, vos numéros de carte de crédit, etc.

Soyez vigilant(e) face aux e-mails, aux messages ou aux appels téléphoniques demandant des informations sensibles. Vérifiez toujours l'authenticité des demandes en contactant directement l'organisation concernée.

Malware : Les logiciels malveillants, tels que les virus, les chevaux de Troie et les ransomwares, sont conçus pour infecter votre ordinateur ou votre appareil mobile et voler ou bloquer vos données.

Évitez de télécharger des fichiers provenant de sources non fiables, gardez votre logiciel de sécurité à jour et soyez prudent(e) lors de l'ouverture de pièces jointes ou du clic sur des liens inconnus.

Arnaques sur les achats en ligne : Lorsque vous effectuez des achats en ligne, assurez-vous de faire affaire avec des sites de confiance.

Évitez les offres trop alléchantes ou les vendeurs peu connus. Utilisez des méthodes de paiement sécurisées et protégez vos informations financières.

Hameçonnage sur les réseaux sociaux : Les escrocs peuvent utiliser les réseaux sociaux pour collecter des informations personnelles, se faire passer pour des amis ou des connaissances, et tenter de vous tromper pour obtenir des données sensibles.

Soyez prudent(e) avec les demandes d'amis inconnus, les messages suspects et les liens douteux partagés sur les réseaux sociaux.



Fraudes liées aux loteries ou aux prix : Méfiez-vous des messages ou des appels vous informant que vous avez gagné une loterie ou un prix, surtout si vous n'avez pas participé à un concours.

Ne fournissez jamais d'informations personnelles ou financières à des personnes ou des organisations non vérifiées.

Vol d'identité : Les cybercriminels peuvent voler vos informations personnelles, telles que votre nom, votre numéro de sécurité sociale ou vos informations financières, pour commettre des fraudes.

Protégez vos informations confidentielles et surveillez régulièrement vos relevés financiers pour détecter toute activité suspecte.

Faux supports techniques : Les escrocs prétendent souvent être des techniciens informatiques ou des représentants du support technique et tentent de vous convaincre d'installer un logiciel malveillant ou de leur fournir un accès à distance à votre ordinateur.

Ne donnez jamais accès à votre ordinateur à des personnes non fiables ou inconnues.

Les risques de sécurité liés à l'utilisation des médias sociaux

Le harcèlement en ligne

Le harcèlement en ligne se produit lorsque quelqu'un est victime d'abus, d'intimidation, de menaces ou de comportements malveillants sur Internet, que ce soit sur les réseaux sociaux, les forums, les blogs ou par le biais de messages privés. Il peut avoir des conséquences émotionnelles et psychologiques graves.

Conseil: Si vous êtes victime de harcèlement en ligne, il est important de prendre les mesures suivantes :

- Ne répondez pas aux provocations et ne confrontez pas directement les harceleurs.
- Bloquez et signalez les utilisateurs offensants sur la plateforme concernée.
- Conservez des captures d'écran ou des preuves du harcèlement pour les signaler aux autorités si nécessaire.
- Parlez-en à des personnes de confiance et sollicitez un soutien auprès de votre entourage ou de professionnels si nécessaire.

Atteintes à la réputation en ligne

Les atteintes à la réputation peuvent se produire lorsque des informations diffamatoires, trompeuses ou nuisibles sont publiées en ligne, portant préjudice à la réputation et à l'image d'une personne ou d'une entreprise.

Conseil: Pour faire face à ces situations, vous pouvez :

- Surveillez régulièrement votre présence en ligne en effectuant des recherches sur votre nom ou votre entreprise.
- Répondez de manière constructive et professionnelle aux commentaires négatifs, en fournissant des informations précises et en demandant des rectifications si nécessaire.
- Demandez le retrait de contenu diffamatoire ou trompeur aux administrateurs des plateformes concernées.
- Consultez un conseiller juridique si les atteintes à la réputation sont graves et persistantes.

Les risques pour les enfants et les adolescents

Cyberintimidation: Les enfants doivent être sensibilisés à l'impact de leurs actions en ligne et être encouragés à signaler tout acte de violence ou d'intimidation.

Contenu inapproprié: Les parents doivent surveiller les activités de leurs enfants en ligne et installer des filtres contre les sites inappropriés.

Harcelement sexuel: Les enfants et les adolescents doivent être informés des risques d'abus sexuels en ligne et encouragés à en parler à un adulte de confiance en cas de besoin.

Synthèse des mesures préventives

- Respecter des règles simples, être prudent et utiliser le bon sens permettront de protéger efficacement votre vie privée en ligne.
- En tant que parent, il est important de surveiller l'activité en ligne de vos enfants pour s'assurer qu'ils sont en sécurité et qu'ils utilisent les outils de manière responsable.
- Fixez des limites de temps pour l'utilisation des médias sociaux, surtout pour les enfants
- Utilisez des mots de passe uniques pour chaque compte que vous avez. Cela peut aider à minimiser les risques de piratage.
- Assurez-vous que les sites que vous visitez sont sécurisés et que l'adresse commence par https://.
- Assurez-vous que les logiciels et les applications que vous utilisez sont à jour et corrigent les failles de sécurité.

La sensibilisation et l'éducation sont essentielles pour prévenir le harcèlement en ligne et les atteintes à la réputation. Informez-vous sur les bonnes pratiques en matière de sécurité en ligne, apprenez à identifier les comportements abusifs et soutenez les initiatives de prévention dans votre communauté.

Présentation des outils de sécurisation et de protection de l'identité sur les réseaux sociaux

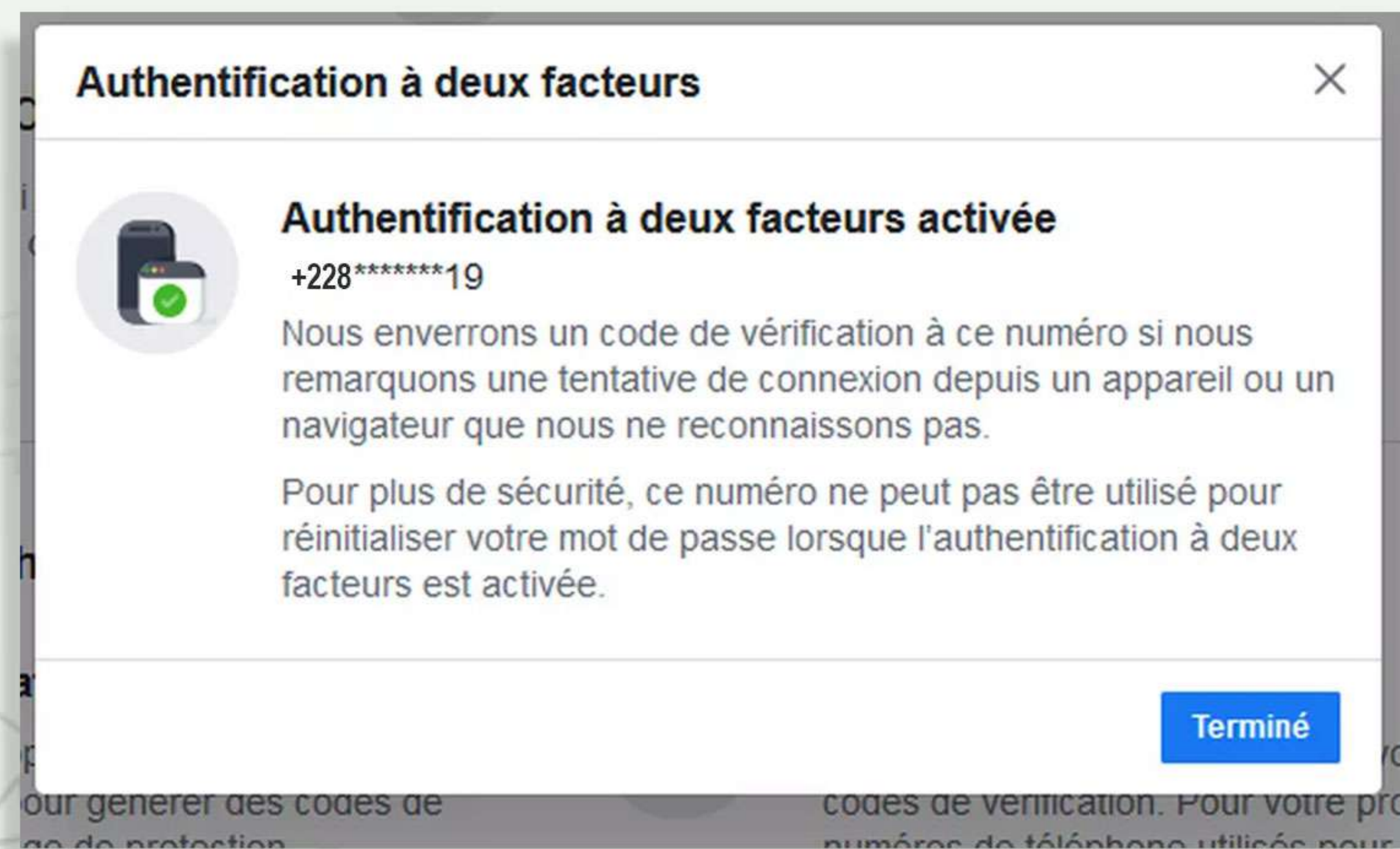
Lorsqu'il s'agit de sécuriser et de protéger votre identité sur les réseaux sociaux, il existe plusieurs outils et fonctionnalités que vous pouvez utiliser pour renforcer votre confidentialité et réduire les risques de divulgation non autorisée d'informations. Voici quelques-uns de ces outils :

Paramètres de confidentialité : Chaque réseau social propose des paramètres de confidentialité permettant de contrôler qui peut voir vos publications, vos informations personnelles et vos activités en ligne. Prenez le temps de comprendre et de configurer ces paramètres en fonction de vos préférences de confidentialité.

Authentification à deux facteurs (2FA) : La plupart des plateformes de réseaux sociaux offrent la possibilité de configurer l'authentification à deux facteurs, ce qui ajoute une couche de sécurité supplémentaire à votre compte. Avec le 2FA activé, vous devrez fournir une deuxième forme d'identification, comme un code envoyé sur votre téléphone, en plus de votre mot de passe habituel.

Contrôle des identifications et des marques : Sur certaines plateformes, vous pouvez contrôler qui peut vous identifier dans les photos et les publications. Activez les options de contrôle d'identification pour pouvoir approuver ou rejeter les identifications avant qu'elles n'apparaissent sur votre profil.

Gestion des applications connectées : Les réseaux sociaux permettent souvent aux applications tierces d'accéder à certaines informations de votre profil. Il est important de vérifier régulièrement les applications connectées à votre compte et de révoquer l'accès aux applications que vous n'utilisez plus ou auxquelles vous ne faites pas confiance.



Filtrage des messages indésirables : Les réseaux sociaux proposent des filtres pour les messages indésirables ou les spams. Activez ces filtres pour réduire les messages non sollicités ou abusifs que vous recevez.

Contrôle des publicités ciblées : Les plateformes de réseaux sociaux utilisent souvent des publicités ciblées basées sur vos informations personnelles et vos activités en ligne. Vous pouvez ajuster les préférences de publicité et restreindre les types de publicités que vous souhaitez voir.

Surveillance de l'activité du compte : Gardez un œil sur l'activité de votre compte en vérifiant régulièrement les connexions récentes et les activités inhabituelles. Si vous remarquez une activité suspecte, changez immédiatement votre mot de passe et signalez l'incident aux administrateurs de la plateforme.

Sensibilisation à la sécurité en ligne : Renseignez-vous sur les meilleures pratiques en matière de sécurité en ligne, comme l'utilisation de mots de passe forts et uniques, l'évitement de téléchargements provenant de sources non fiables et la méfiance à l'égard des demandes d'informations personnelles non sollicitées.

Présentation des outils de sécurisation et de protection de l'identité sur les réseaux sociaux

Les options de protection de la vie privée pour les utilisateurs de réseaux sociaux

Réalité virtuelle

Utilisez la réalité virtuelle pour protéger votre vie privée et avoir une expérience d'utilisation des réseaux sociaux plus saine.

Antivirus

Utilisez un antivirus pour vous protéger contre les virus, les logiciels malveillants et les attaques de phishing en ligne.

VPN

Utilisez un VPN pour sécuriser votre connexion internet lorsque vous naviguez sur les réseaux sociaux et éviter que vos données soient interceptées par des tiers.

Ad-blocker

Utilisez un logiciel ad-blocker pour bloquer les publicités qui peuvent être associées à des logiciels malveillants et des escroqueries en ligne.

conseils pour une utilisation sécurisée des médias sociaux

Respecter sa vie privée

Respectez votre vie privée en évitant de partager des informations personnelles et en limitant l'accès à vos activités en ligne.

Éduquer les utilisateurs

La sécurité de l'identité sur les réseaux sociaux commence par l'éducation des utilisateurs sur les risques et les mesures de protection.

Utiliser des outils de sécurité

Utilisez les outils de sécurité disponibles sur les plateformes de médias sociaux et utilisez des logiciels tiers pour protéger votre connexion internet.



Outils pour évaluer l'impact et l'efficacité des publications sur les réseaux sociaux

Dans un monde de plus en plus orienté vers les réseaux sociaux, il devient de plus en plus important de mesurer l'impact de nos publications.

Certains outils permettent de mesurer et d'évaluer l'efficacité de vos publications sur les réseaux sociaux, d'identifier ce qui fonctionne bien et d'apporter des améliorations à votre stratégie de communication.

Voici quelques outils et indicateurs clés que vous pouvez utiliser :

Analyses intégrées des plateformes de réseaux sociaux : Les principales plateformes de réseaux sociaux telles que Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn offrent des outils d'analyse intégrés. Ils vous permettent de suivre des métriques telles que le nombre de vues, de likes, de partages, de commentaires, de clics sur les liens, ainsi que les caractéristiques démographiques et les intérêts de votre public. Utilisez ces données pour évaluer la portée et l'engagement de vos publications.

Outils tiers d'analyse des réseaux sociaux : Il existe de nombreux outils tiers disponibles pour analyser et mesurer les performances de vos publications sur plusieurs plateformes. Parmi les outils populaires, on peut citer Hootsuite, Sprout Social, Buffer, et Google Analytics pour les réseaux sociaux. Ces outils fournissent des informations détaillées sur l'engagement, l'audience, les conversions et d'autres métriques clés pour vous aider à évaluer l'impact de vos publications.

URL trackers : Les URL trackers vous permettent de suivre les clics sur les liens que vous partagez sur les réseaux sociaux. Des outils tels que Bitly, Google Analytics URL Builder ou des fonctionnalités intégrées dans les outils d'analyse des réseaux sociaux peuvent vous aider à générer des liens trackés. Cela vous permet de mesurer combien de personnes ont cliqué sur vos liens et de suivre les conversions.



sproutsocial

Google
Analytics

Hootsuite™

Suivi des mentions et des hashtags : Surveillez les mentions de votre marque, de votre organisation ou de vos campagnes sur les réseaux sociaux. Vous pouvez utiliser des outils de surveillance des médias sociaux tels que Mention, Brand24 ou Hootsuite pour être informé(e) des conversations qui vous concernent et mesurer l'impact de vos initiatives.

Suivi des conversions : Si vous avez des objectifs spécifiques tels que l'augmentation des inscriptions à une pétition en ligne, les dons ou les téléchargements de ressources, il est important de suivre les conversions. Utilisez des outils d'analyse tels que Google Analytics pour suivre les actions réalisées par les utilisateurs sur votre site web après avoir cliqué sur vos publications sur les réseaux sociaux.

Études d'audience : Réalisez des études d'audience périodiques pour comprendre les préférences, les attentes et les intérêts de votre public. Vous pouvez utiliser des enquêtes en ligne, des sondages ou des outils d'analyse d'audience pour obtenir des informations précieuses sur l'impact de vos publications et ajuster votre stratégie en conséquence.

Outils pour évaluer l'impact et l'efficacité des publications sur les réseaux sociaux

Métriques de l'impact des publications

Nombre de vues

Permet de voir combien de fois la publication a été vue

Taux de partage

Nombre de partages divisé par le nombre d'impressions.

Taux de conversion

Nombre de conversions divisé par le nombre de clics.

Taux de clics

Nombre de clics divisé par le nombre d'impressions.

Mesure de la portée des publications

Portée payée

Nombre de fois que la publication est apparue à travers une publicité payante.

Portée totale

Nombre total de vues de la publication, organiques et payées.

Portée organique

Nombre de fois que la publication est apparue sans que cela soit payé.

Statistiques de l'interaction du public avec le contenu

Localités → Nombre de personnes qui ont vu la publication et où elles se trouvent.

Âge et sexe → Combinaison des groupes d'âge et des sexes qui ont vu la publication.

Langue → La langue de la publication et le nombre de vues à travers les différentes langues.

The screenshot shows a YouTube channel page for 'afrik n24'. The search bar contains 'afrik n24'. The navigation menu includes Accueil, Shorts, Abonnements, Bibliothèque, Historique, Vos vidéos, À regarder plus tard, and Vidéos "J'aime". The main content area displays a grid of video thumbnails with titles and view counts:

- GUINÉE : UN TOGOLAIS ARRÊTÉ AVEC 80 BOULES DE DROGUE DAN... (4,8 k vues • il y a 3 jours)
- CAMUS ALI RÉPOND À FOLY BASI KATARI (7,7 k vues • il y a 3 jours)
- TOGO : LA POLICE MET FIN À UNE SOIRÉE CONTROVERSÉE (4,5 k vues • il y a 4 jours)
- PELE PARLE DE L'HOMÉLIE DE MGR YAO MARCELIN QUI DIT SES... (7,3 k vues • il y a 4 jours)

Below the thumbnails, the titles of the videos are listed:

- CAMUS ALI : IL FAUT ÊTRE MAL ÉDUQUÉ, POLITIQUEMENT...
- LES ARCHIVES DE L'UNIVERSITÉ CHEICK ANTA DIOP PARTIES EN...
- TOGO : URGENCE DE LÉGIFÉRER FACE À LA DÉPRÉVATION DES...
- LÉGISLATIVES-GUINÉE-BISSAU : UNE COALITION DE L'OPPOSITION...

Outils pour évaluer l'impact et l'efficacité des publications sur les réseaux sociaux

Analyse comparative de la présence sur les réseaux sociaux

Facebook

Le plus grand réseau social dans le monde, avec près de 2,8 milliards d'utilisateurs actifs mensuels en 2021.

Instagram

Les utilisateurs d'Instagram sont souvent des jeunes adultes âgés de 18 à 29 ans.

Twitter

Principalement utilisé pour les informations de dernière minute et les nouvelles.

LinkedIn

Destiné aux professionnels pour réseauter et recruter.

Indicateurs de l'efficacité de la stratégie de contenu

1-Taux d'engagement

Nombre d'interactions divisé par le nombre de vues.

2- Taux de rétention

Le pourcentage de personnes qui ont regardé la vidéo entière ou qui ont scrollé jusqu'au bas de la page.

3-Taux de rebond

Le pourcentage de personnes qui ont rapidement quitté la page après avoir atterri dessus

Suivi de la croissance de l'audience sur les réseaux sociaux

1-Abonnés

Histoire du nombre d'abonnés pour chaque réseau social.

2- Croissance organique

Histoire du nombre de vues et de l'engagement organique.

3- Croissance payante

Histoire du nombre de vues et de l'engagement payant.

Conclusion

Ce guide pratique a couvert plusieurs points clés sur les journalistes et défenseurs des droits de l'homme concernant l'utilisation des médias sociaux. Nous avons souligné l'importance du respect des lois et réglementations en vigueur, telles que celles sur la cybercriminalité et la protection des données à caractère personnel, ainsi que le rôle de la HAAC en tant qu'organisme de régulation des médias au Togo hormis les réseaux sociaux.

Nous avons encouragé une utilisation responsable et efficace des médias sociaux, en mettant l'accent sur l'importance de la vérification des informations, de la protection de la vie privée et de l'interaction constructive avec le public. En utilisant ces plateformes de manière réfléchie, les journalistes et défenseurs des droits de l'homme peuvent maximiser leur impact et diffuser largement et promptement des messages importants.

En ce qui concerne l'avenir, il est clair que les médias sociaux continueront de jouer un rôle essentiel dans le journalisme et la défense des droits de l'homme. Ces plateformes offrent une voix aux personnes marginalisées, permettent une mobilisation plus large et offrent la possibilité de sensibiliser rapidement sur des questions urgentes. Cependant, il est également essentiel de rester vigilant quant aux défis associés à l'utilisation des médias sociaux, tels que la désinformation et les atteintes à la vie privée.

En utilisant les médias sociaux de manière responsable et efficace, les journalistes et défenseurs des droits de l'homme peuvent étendre leur portée et leur impact. De même, en se conformant aux lois en vigueur et en adoptant les bonnes pratiques mentionnées dans ce guide, ils peuvent utiliser ces plateformes pour défendre les droits de l'homme, sensibiliser l'opinion publique et encourager le changement social positif.

A decorative graphic in the top right corner features a stylized open book in white and blue. Above the book, several circular icons are arranged in a semi-circle, connected to the book by thin lines. The icons include a bookshelf, a camera, a globe, a computer monitor with an '@' symbol, and a framed picture. The background of the entire page is a dark teal color with a subtle, glowing network pattern of interconnected nodes and lines.

Sigles & Abréviations

Glossaire

Sigle / Abreviation

ANCy	:	Agence Nationale de Cybersécurité
CACIT	:	Collectif des Associations Contre l'Impunité au Togo
HAAC	:	Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication
FIDH	:	Fédération Internationale pour les droits humains
FOE	:	Freedom Of Expression
FAMEDEV	:	Réseau Inter Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement
Flux RSS	:	Really Simple Syndication
IA	:	Intelligence Artificielle
IPAO	:	Institut Panos Afrique de l'Ouest
LCE	:	Loi sur les Communications Électroniques
NLP	:	Natural Language Processing (Traitement automatique du langage naturel)
NTIC	:	Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
OTM	:	Observatoire Togolais des Médias
RA	:	Réalité Augmentée
SEO	:	Search Engine Optimization
UE	:	Union européenne
URL	:	Uniform Resource Locator
VPN	:	Virtual Private Network (Réseau Privé Virtuel)

Ad-blocker : Un ad-blocker est un logiciel ou une extension de navigateur qui bloque les publicités sur les sites web, y compris les bannières, les pop-ups et les vidéos publicitaires. Bien que cela permette aux utilisateurs de naviguer sans interruption, cela peut affecter les revenus des éditeurs de sites web qui dépendent des publicités. Certains ad-blockers offrent la possibilité de personnaliser les filtres pour permettre certaines publicités jugées acceptables.

Ahrefs : Ahrefs est une suite d'outils d'analyse de référencement (SEO) utilisée par les professionnels du marketing pour explorer les sites web, analyser les backlinks et effectuer des recherches de mots clés. Il fournit des données et des insights précieux pour améliorer la visibilité et la performance des sites web dans les moteurs de recherche.

Algorithmes : Les algorithmes des plateformes de réseaux sociaux sont conçus pour répondre aux exigences et au fonctionnement spécifique de chaque plateforme. Ils sont conçus pour optimiser la rétention des utilisateurs, augmenter l'engagement, promouvoir le contenu pertinent et générer des revenus publicitaires. Les algorithmes analysent les interactions des utilisateurs, les préférences personnelles et d'autres facteurs pour fournir une expérience utilisateur personnalisée et promouvoir le contenu le plus susceptible de susciter l'intérêt de chaque utilisateur.

Antivirus : Un antivirus est un logiciel conçu pour détecter et éliminer les logiciels malveillants, tels que les virus, les ransomwares et les chevaux de Troie, afin de protéger les ordinateurs et les réseaux contre les infections. Il fonctionne en analysant les fichiers et les activités du système à la recherche de comportements suspects et en comparant les signatures de logiciels malveillants connus. Les antivirus offrent une protection en temps réel et nécessitent des mises à jour régulières pour rester efficaces contre les nouvelles menaces.

Application mobile : Une application mobile est un logiciel conçu pour être utilisé sur un smartphone ou une tablette, offrant une expérience interactive et spécifique à l'appareil. Les utilisateurs peuvent accéder à ces applications en les téléchargeant depuis les boutiques d'applications telles que l'App Store pour les appareils Apple ou le Google Play Store pour les appareils Android.

Atteintes à réputation : Les atteintes à la réputation font référence aux actions ou aux événements qui peuvent nuire à la

Authentification à double facteur : L'authentification à double facteur (2FA) est un processus de sécurité qui demande deux éléments pour vérifier l'identité d'un utilisateur, comme un mot de passe et un code unique envoyé par SMS ou une application mobile.

Bitly : Bitly est un service de raccourcissement d'URL en ligne qui permet de raccourcir les liens longs et complexes en des liens courts et facilement partageables. Il offre également des fonctionnalités de suivi et d'analyse des liens, permettant aux utilisateurs de connaître le nombre de clics, l'emplacement géographique des clics et d'autres statistiques. Bitly est souvent utilisé dans les campagnes de marketing en ligne, les réseaux sociaux et les communications par e-mail pour rendre les liens plus concis et suivre leur performance.

Blockchain : La blockchain est une technologie de registre distribué qui permet de stocker et de sécuriser des données de manière transparente et immuable. Elle fonctionne par l'enregistrement de transactions dans des blocs liés de manière chronologique, formant ainsi une chaîne de blocs. Chaque bloc contient des informations vérifiables et une empreinte numérique du bloc précédent, ce qui rend la blockchain résistante à la modification ou à la falsification des données.

Blogs : Les blogs sont des sites web où les gens écrivent régulièrement sur des sujets qui les intéressent. Les lecteurs peuvent s'abonner pour recevoir les nouvelles publications et interagir avec les auteurs via les commentaires.

Brand24 : C'est une plateforme de surveillance des médias sociaux qui permet aux entreprises de suivre et d'analyser les mentions de leur marque, de leurs produits ou de leurs concurrents sur les réseaux sociaux et sur le web. Elle fournit des fonctionnalités telles que la surveillance en temps réel, l'analyse des sentiments, la génération de rapports et l'engagement avec l'audience, afin d'aider les entreprises à gérer leur réputation en ligne et à prendre des décisions éclairées basées sur les données recueillies.

Glossaire

BuzzSumo : BuzzSumo est une plateforme d'analyse de contenu qui permet aux utilisateurs de découvrir les contenus populaires sur les médias sociaux et d'identifier les influenceurs clés. Il fournit des données sur les performances du contenu et des informations sur les tendances du marché, aidant ainsi les utilisateurs à optimiser leurs stratégies et à rester informés.

Chevaux de Troie : Un cheval de Troie est un type de logiciel malveillant qui se présente comme un programme légitime mais qui cache des fonctionnalités nuisibles. Il peut permettre à des attaquants d'accéder à distance à un système, d'installer des logiciels indésirables, de voler des informations sensibles ou d'endommager le système infecté.

Clic : Un "clic" désigne simplement l'action d'appuyer sur un bouton ou un lien avec la souris ou un autre dispositif de pointage pour effectuer une action sur un site web ou une application. Les clics sont couramment utilisés pour naviguer, interagir ou accéder à du contenu en ligne.

Cloud : Le cloud, ou "informatique en nuage", désigne la pratique de stocker, gérer et accéder à des données, des applications et des services informatiques via Internet. Au lieu de conserver des informations localement sur un ordinateur ou un serveur physique, le cloud permet de les héberger sur des serveurs distants et d'y accéder à tout moment et depuis n'importe quel appareil connecté à Internet.

Clubhouse : c'est une application de médias sociaux basée sur l'audio, où les utilisateurs peuvent participer à des conversations en direct sur différents sujets. Les salles de discussion audio permettent aux utilisateurs d'écouter des conversations, de poser des questions et de participer activement à des discussions en temps réel avec d'autres membres de la communauté.

Commentaire : Un "commentaire" est une réponse, une opinion ou une réaction exprimée par un utilisateur en réponse à un contenu en ligne, tel qu'un article, une publication sur les réseaux sociaux, une vidéo ou un blog. Les commentaires permettent aux utilisateurs d'interagir, de partager leurs réflexions, de poser des questions ou d'engager une discussion avec l'auteur ou d'autres utilisateurs. Ils peuvent être positifs, négatifs, neutres ou constructifs. Les commentaires sont souvent affichés sous le contenu d'origine et peuvent contribuer à l'engagement, à l'interactivité et à la création d'une communauté en ligne.

Conversions : Les conversions correspondent aux actions désirées des utilisateurs sur un site web ou une application, telles que l'achat d'un produit ou l'inscription à un service. Elles sont mesurées pour évaluer l'efficacité des efforts de marketing et optimiser les performances en termes de taux de conversion.

Crawlers : Les crawlers sont des programmes automatisés utilisés par les moteurs de recherche pour explorer et indexer les pages Web en suivant les liens hypertexte. Ils sont essentiels pour la collecte d'informations et l'organisation des résultats de recherche en ligne.

Cyberattaque : Une cyberattaque est une action malveillante visant à compromettre des systèmes informatiques, des réseaux ou des données pour causer des dommages ou voler des informations.

Cybercriminel : Un cybercriminel est une personne qui commet des crimes en utilisant les technologies informatiques et Internet. Ils exploitent les vulnérabilités des systèmes informatiques et les failles de sécurité pour mener des activités illégales en ligne, telles que le vol d'informations personnelles, la fraude, le piratage, le phishing, le vol de données, la diffusion de logiciels malveillants, et bien d'autres. Les cybercriminels peuvent agir individuellement ou faire partie de groupes organisés, et ils cherchent souvent à tirer profit de leurs activités criminelles.

Cybercriminalité : La cybercriminalité désigne les activités criminelles commises en ligne, telles que le vol d'informations, le piratage, le phishing et la fraude en ligne. Elle constitue une menace croissante qui nécessite des mesures de sécurité appropriées.

Cyberintimidation : La cyberintimidation, également connue sous le nom de cyberharcèlement, désigne l'utilisation de la technologie, tels que les réseaux sociaux, les messages instantanés ou les courriels, pour harceler, menacer, ridiculiser ou humilier une personne. Cela peut se produire à travers des commentaires offensants, des insultes, la diffusion de rumeurs, la création de faux profils ou le partage de contenu diffamatoire ou humiliant. La cyberintimidation peut avoir de graves conséquences sur la santé mentale, émotionnelle et sociale de la victime.

Glossaire

Défenseur des droits de l'homme: Un défenseur des droits de l'homme est une personne ou une organisation qui se bat pour protéger et promouvoir les droits humains fondamentaux. Ils travaillent souvent au niveau local, national et international pour défendre les droits civils, politiques, économiques, sociaux et culturels des individus et des communautés vulnérables.

Engagement: L'engagement sur les médias sociaux correspond à l'interaction et à l'implication des utilisateurs avec un contenu, exprimée par des likes, des partages, des commentaires et des clics. L'engagement est souvent considéré comme un indicateur de l'attrait et de la pertinence d'un contenu, ainsi que de l'intérêt qu'il suscite auprès de l'audience.

Étiquette: L'étiquette se réfère aux règles de conduite en ligne qui promeuvent le respect, la courtoisie et la sécurité des utilisateurs. Cela comprend le fait d'éviter le harcèlement, de ne pas partager de contenu offensant et de respecter la vie privée des autres utilisateurs.

Facebook Insight: Facebook Insight est un outil d'analyse fourni par Facebook qui permet aux administrateurs de pages Facebook de suivre et d'analyser les statistiques et les données relatives à leur page. Il fournit des informations sur l'engagement des utilisateurs, les performances des publications, les données démographiques de l'audience et d'autres métriques clés pour aider à évaluer et à améliorer la présence et l'impact d'une page sur Facebook.

Google Analytics: Google Analytics est un service d'analyse web proposé par Google. Il permet aux propriétaires de sites web et d'applications mobiles de collecter et d'analyser des données sur l'audience, le trafic, le comportement des utilisateurs et bien d'autres indicateurs clés, afin de prendre des décisions éclairées et d'optimiser leurs stratégies de marketing en ligne.

Google Analytics URL Builder: Google Analytics URL Builder est un outil fourni par Google Analytics qui permet de créer des URLs personnalisées avec des paramètres de suivi supplémentaires pour mesurer le trafic et les performances des campagnes marketing. Il permet aux spécialistes du marketing de suivre l'efficacité de leurs campagnes en ajoutant des informations spécifiques aux liens, telles que la source, le support, la campagne, les mots-clés, etc.

Ces informations sont ensuite capturées par Google Analytics, ce qui permet d'analyser le trafic et les conversions générés par chaque URL. L'URL Builder facilite ainsi le suivi précis des efforts de marketing et l'attribution des résultats aux différentes sources et campagnes.

Google Keyword Planner : C'est un outil gratuit fourni par Google Ads qui permet de trouver des mots-clés liés à votre secteur d'activité. Il fournit des informations sur le volume de recherche mensuel, la concurrence et les enchères associées à chaque mot-clé.

Géolocalisation : La géolocalisation est la détermination de la position géographique d'un appareil ou d'une personne grâce à des technologies comme le GPS. Elle permet de proposer des services et des fonctionnalités adaptés à la localisation de l'utilisateur, tels que la navigation ou la recherche de lieux d'intérêt à proximité.

Hameçonnage : L'hameçonnage, ou phishing, est une technique utilisée par des fraudeurs pour tromper les utilisateurs et obtenir leurs informations personnelles, telles que les identifiants de connexion, les mots de passe ou les données bancaires. Cela se fait généralement par le biais d'e-mails ou de messages frauduleux qui semblent provenir de sources légitimes, mais qui dirigent les utilisateurs vers de faux sites web où leurs informations sont volées.

Hootsuite: Hootsuite est une plateforme de gestion des réseaux sociaux qui permet aux individus et aux entreprises de gérer et de planifier leurs activités sur plusieurs plateformes de médias sociaux à partir d'un seul tableau de bord. Il offre des fonctionnalités telles que la publication de contenu, la gestion des commentaires et des messages, l'analyse des performances, la programmation des publications, la surveillance des mentions de marque et la collaboration d'équipe. Hootsuite permet aux utilisateurs de gagner du temps et de maximiser leur efficacité dans la gestion de leur présence sur les réseaux sociaux en regroupant les fonctionnalités essentielles en un seul endroit.

Glossaire

Instagram insights : Instagram Insights est une fonctionnalité d'Instagram qui fournit des statistiques détaillées sur les performances de votre compte, y compris les interactions, l'audience et les impressions. Cela vous aide à comprendre l'impact de votre contenu et à adapter votre stratégie en conséquence.

Intelligence artificielle : L'intelligence artificielle (IA) est une discipline informatique qui vise à créer des systèmes capables de simuler l'intelligence humaine, utilisée dans divers domaines tels que les assistants virtuels, la reconnaissance vocale et la conduite autonome.

Interactivité : L'interactivité désigne la capacité d'un système ou d'une interface à permettre aux utilisateurs d'engager une communication ou une action réciproque active. Cela peut inclure des éléments tels que des boutons cliquables, des formulaires interactifs, des jeux, des discussions en ligne et d'autres fonctionnalités qui encouragent l'engagement actif des utilisateurs.

Journalisme web : Le journalisme web se réfère à la pratique du journalisme adaptée aux plateformes en ligne, en utilisant les avantages de l'interactivité, de l'instantanéité et de la diversité des formats pour diffuser l'information.

Likes : "Likes" est un terme anglais qui fait référence à l'action de "liker" ou "aimer" un contenu en ligne, généralement sur les réseaux sociaux. Les "likes" sont des interactions positives qui permettent aux utilisateurs d'exprimer leur appréciation ou leur approbation pour un message, une photo, une publication ou une vidéo. Ils peuvent être représentés par un bouton en forme de pouce levé ou d'autres symboles similaires. Les "likes" sont souvent utilisés comme indicateurs de popularité ou d'engagement sur les plateformes sociales et peuvent influencer la visibilité et l'interaction avec le contenu.

Lien trackers : Les "lien trackers" sont des outils ou des fonctionnalités utilisés pour suivre et analyser les performances des liens et des URL. Ils permettent de suivre le nombre de clics, l'origine du trafic, les conversions et d'autres métriques liées aux liens partagés. Les lien trackers sont utilisés dans le marketing numérique pour mesurer l'efficacité des campagnes, identifier les sources de trafic les plus performantes et prendre des décisions éclairées sur les stratégies de marketing en ligne. Ils peuvent être intégrés dans des plateformes d'analyse web, des outils de gestion de liens ou être fournis par des services tiers spécialisés.

LinkedIn influencer : un « influenceur LinkedIn » est un membre de la plateforme LinkedIn qui a acquis une certaine notoriété et une audience engagée grâce à son expertise, ses connaissances ou son influence dans un domaine spécifique. Ces influenceurs utilisent LinkedIn pour partager des contenus pertinents, engager leur audience et influencer les discussions professionnelles. Ils peuvent être sollicités pour des collaborations, des partenariats ou des conseils d'experts dans leur domaine d'expertise.

Live streaming : Le "live streaming" fait référence à la diffusion en direct de contenu vidéo sur Internet. Cela permet aux spectateurs de regarder et de participer en temps réel à des événements, des performances, des présentations ou des discussions. Le live streaming est largement utilisé sur les plateformes de médias sociaux, les sites web et les applications pour partager des expériences en direct avec un public en ligne.

Logiciel malveillant : Un logiciel malveillant, ou malware, est un programme informatique conçu pour causer des dommages, voler des informations ou perturber un système informatique. Il peut être distribué par le biais d'e-mails suspects, de sites web compromis ou de téléchargements infectés.

Malware : Le malware, ou logiciel malveillant, est un type de programme informatique conçu pour causer des dommages, voler des informations ou perturber le fonctionnement d'un système informatique. Il peut prendre différentes formes telles que des virus, des chevaux de Troie ou des ransomwares. Il est important de se protéger contre les malwares en utilisant des logiciels antivirus et en évitant de télécharger des fichiers ou de cliquer sur des liens suspects.

Mentions : Les mentions sont des références directes ou indirectes d'une marque, d'une entreprise ou d'une personne sur les médias sociaux et autres plateformes en ligne. Elles fournissent des informations sur la visibilité, la perception et l'engagement autour de cette entité, permettant ainsi de surveiller et d'évaluer sa présence en ligne.

Mention est aussi un outil de surveillance des médias sociaux au même titre que Brand24 et Hootsuite.

Glossaire

Mots clés : Les mots clés sont des termes ou des expressions spécifiques qui sont utilisés pour représenter l'essence ou le contenu principal d'un sujet. Ils sont souvent utilisés pour faciliter la recherche d'informations pertinentes dans un texte, un moteur de recherche ou une base de données.

Moteur de recherche : Un moteur de recherche est un outil en ligne qui permet aux utilisateurs de rechercher et de trouver des informations sur Internet. Il fonctionne en parcourant et en indexant les pages web disponibles, puis en fournissant des résultats pertinents en réponse aux requêtes des utilisateurs, basés sur des algorithmes de recherche.

Métrique : Les métriques dans les réseaux sociaux sont des mesures utilisées pour évaluer les performances et l'engagement sur les plateformes sociales, telles que le nombre de followers, les mentions j'aime et les commentaires. Elles aident à évaluer l'efficacité d'une stratégie de médias sociaux.

Nombre d'impression : Le "nombre d'impressions" se réfère au nombre de fois qu'un contenu, tel qu'une publicité, un message ou une publication, est affiché à un utilisateur ou à une audience. Cela représente le nombre de fois où le contenu a été vu ou affiché sur un écran, que ce soit sur un site web, sur les réseaux sociaux, dans une application ou dans d'autres environnements en ligne. Le nombre d'impressions est utilisé pour mesurer la portée et la visibilité d'un contenu, ainsi que pour évaluer l'efficacité des campagnes publicitaires en fonction du nombre d'expositions. Il est important de noter que le nombre d'impressions ne représente pas nécessairement le nombre de vues uniques, car une même personne peut voir le contenu plusieurs fois.

Moz Keyword Explorer : C'est un outil de recherche de mots-clés développé par Moz, disponible sous forme d'abonnement payant. Il fournit des suggestions de mots-clés, des données sur le volume de recherche, la difficulté de classement et des analyses de la concurrence.

Partages : Les "partages" consistent à partager du contenu en ligne avec d'autres utilisateurs via les réseaux sociaux, les messageries instantanées, les e-mails ou d'autres plateformes similaires. En cliquant sur des boutons ou des icônes dédiés, les utilisateurs peuvent diffuser rapidement et facilement des contenus intéressants, utiles ou divertissants à un public plus large. Les partages favorisent la visibilité, l'engagement et la propagation virale du contenu en ligne.

Personas : Les personas sont des profils fictifs qui représentent les caractéristiques démographiques et comportementales de votre public cible, aidant ainsi à mieux comprendre et cibler votre audience dans vos efforts de marketing.

Phishing : Le phishing est une forme d'attaque informatique où des individus malveillants cherchent à duper les utilisateurs en se faisant passer pour des entités légitimes afin d'obtenir des informations confidentielles telles que des mots de passe, des identifiants de connexion ou des données bancaires. Il implique généralement l'envoi de faux e-mails ou de messages frauduleux dans le but de manipuler les utilisateurs pour qu'ils divulguent leurs données personnelles.

Podcasts : Les podcasts sont des programmes audios en ligne couvrant divers sujets et disponibles à la demande. Ils offrent aux auditeurs la possibilité d'écouter des épisodes à leur convenance, que ce soit en les téléchargeant ou en les diffusant en continu.

Portée : La portée dans les réseaux sociaux représente le nombre de personnes uniques qui ont vu un contenu donné. C'est une mesure de la diffusion d'un message ou d'une publication sur les plateformes sociales.

Publication : La publication fait référence à l'action de rendre public ou de diffuser des informations, du contenu ou des médias, généralement à travers des plateformes telles que les sites web, les réseaux sociaux, les journaux, les revues, etc. C'est le processus par lequel des contenus sont rendus accessibles au public, permettant ainsi leur consultation, leur lecture ou leur visionnage.

Quiz : Un "quiz" est un jeu de questions-réponses où les participants testent leurs connaissances sur un sujet donné.

Ransomwares : Les ransomwares sont des logiciels malveillants qui verrouillent les fichiers d'un système informatique et demandent une rançon pour les débloquer. Ils sont généralement distribués via des e-mails suspects, des sites web compromis ou des téléchargements infectés.

Glossaire

Réalité virtuelle : La réalité virtuelle (RV) est une technologie qui crée une expérience immersive en simulant la présence physique d'un utilisateur dans un environnement virtuel. Elle utilise des dispositifs tels que des casques ou des lunettes spéciales pour fournir des stimuli visuels, auditifs et parfois haptiques pour donner l'impression d'être transporté dans un monde virtuel. La réalité virtuelle trouve des applications dans divers domaines, tels que les jeux vidéo, la formation, la santé, l'architecture, le tourisme, la conception de produits, et bien d'autres. Elle offre aux utilisateurs des possibilités d'interaction et d'exploration virtuelles, créant ainsi des expériences immersives et captivantes.

Réalité virtuelle augmentée : La réalité virtuelle augmentée (AR) est une technologie qui ajoute des éléments virtuels au monde réel. Par exemple, des filtres de réalité augmentée sur les applications de médias sociaux qui ajoutent des oreilles d'animal ou des effets spéciaux aux visages des utilisateurs. Elle peut également être utilisée dans des applications de navigation qui superposent des indications de direction sur la vue en direct de la caméra du smartphone. L'AR crée une expérience interactive en mélangeant le réel et le virtuel.

Reddit : Reddit est une plateforme en ligne où les utilisateurs peuvent partager du contenu et participer à des discussions sur une variété de sujets dans des communautés appelées "subreddits". C'est un lieu dynamique et diversifié pour trouver des informations et interagir avec d'autres utilisateurs.

Référence SEO : Le SEO signifie "Search Engine Optimization" (optimisation pour les moteurs de recherche) en anglais. La référence SEO est un ensemble de techniques et de pratiques visant à améliorer la visibilité et le classement d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche tels que Google. L'objectif du SEO est d'attirer un trafic qualifié et d'optimiser la présence en ligne d'un site pour augmenter sa visibilité, son autorité et sa pertinence aux yeux des moteurs de recherche.

Référencement : Le référencement fait appel à l'action d'optimiser un site web afin qu'il apparaisse plus favorablement dans les résultats des moteurs de recherche. Cela implique des efforts pour améliorer la visibilité et la position d'un site dans les pages de résultats des moteurs de recherche, ce qui peut conduire à une augmentation du trafic organique et à une meilleure exposition en ligne.

Scrollé : Le terme "scrollé" fait référence à l'action de faire défiler le contenu d'une page web ou d'une application en utilisant une barre de défilement ou un geste tactile. Lorsqu'un utilisateur fait défiler une page, il fait descendre ou monter le contenu affiché à l'écran pour voir plus de contenu qui était initialement hors de la vue. Le mot "scrollé" est souvent utilisé pour décrire le comportement de navigation des utilisateurs sur les sites web ou les applications, indiquant qu'ils ont parcouru le contenu en faisant défiler la page vers le bas ou vers le haut.

SEMrush : C'est une suite d'outils de référencement payante qui comprend un outil de recherche de mots-clés. Il fournit des données détaillées sur les mots-clés, y compris le volume de recherche, la difficulté de classement et les tendances.

Social Blade : Social Blade est une plateforme en ligne qui fournit des statistiques et des informations sur les médias sociaux, notamment YouTube, Twitch, Twitter, Instagram, et TikTok. Il permet aux utilisateurs de suivre les statistiques de croissance des abonnés, les vues, les revenus estimés, les classements et bien d'autres indicateurs clés pour les créateurs de contenu et les influenceurs.

Spam : Le spam fait référence à l'envoi non sollicité et en masse de messages indésirables, généralement par e-mail. Ces messages peuvent contenir des publicités, des offres frauduleuses, du contenu promotionnel ou même des logiciels malveillants. Le spam est souvent envoyé à de nombreux destinataires sans leur consentement, ce qui peut entraîner une surcharge de boîte de réception, une perte de temps et une diminution de la productivité.

Spammy : "Spammy" est un terme utilisé pour décrire du contenu, des actions ou des comportements qui sont considérés comme indésirables, excessifs ou de mauvaise qualité. Il est souvent associé à des pratiques de marketing agressives, telles que l'envoi massif de courriers électroniques non sollicités, la publication répétitive de messages promotionnels ou la création de contenus de faible valeur dans le but de générer du trafic ou de manipuler les algorithmes de recherche.

Sprout Social : Sprout Social est une plateforme de gestion des réseaux sociaux conçue pour les entreprises. Elle offre des fonctionnalités telles que la planification et la publication de contenu, la gestion des messages et des conversations, le suivi des performances et l'analyse des données sur différentes plateformes de médias sociaux. Sprout Social vise à aider les entreprises à gérer leur présence en ligne de manière efficace et à optimiser leur engagement avec leur public.

Stories: Les stories sont des contenus éphémères sous forme de photos ou de vidéos que les utilisateurs partagent sur les réseaux sociaux, et qui disparaissent après un certain temps. Elles offrent une manière informelle et instantanée de partager des moments de la vie quotidienne avec des fonctionnalités interactives.

Storytelling: Le storytelling est l'art de raconter des histoires captivantes pour transmettre des messages et créer des connexions émotionnelles.

SimilarWeb : SimilarWeb est une plateforme d'analyse de données qui fournit des informations approfondies sur le trafic web, les sources de trafic, les performances des sites web, les audiences et les concurrents. Il permet aux utilisateurs de suivre et de comparer les statistiques de trafic de différents sites web, d'obtenir des insights sur les sources de trafic, les tendances de recherche et les données démographiques des visiteurs. SimilarWeb est utilisé par les professionnels du marketing, les spécialistes du référencement et les analystes de marché pour prendre des décisions stratégiques et évaluer la performance en ligne.

Subreddits: Les subreddits sont des communautés en ligne sur Reddit, dédiées à des sujets spécifiques où les utilisateurs peuvent discuter, partager du contenu et interagir.

Synchronisation: La synchronisation fait référence au processus de coordination et d'alignement de données, de fichiers ou de dispositifs entre différentes sources ou systèmes. Cela permet de maintenir la cohérence et la mise à jour des informations entre les différentes parties impliquées. Par exemple, la synchronisation des fichiers entre un ordinateur et un service de stockage cloud assure que les modifications effectuées sur l'un des appareils sont reflétées sur l'autre, assurant ainsi la disponibilité des données à jour sur plusieurs plateformes.

Trafic web: fait référence au nombre de visiteurs qui accèdent à un site web. Il représente la quantité de données échangées entre le site web et les utilisateurs qui le consultent. Le trafic web peut provenir de différentes sources telles que les moteurs de recherche, les médias sociaux, les liens partagés, les campagnes publicitaires, etc. Le volume de trafic web est souvent utilisé comme indicateur de la popularité, de la visibilité et de la pertinence d'un site web. Les propriétaires de sites cherchent généralement à augmenter leur trafic web afin d'atteindre un public plus large et d'atteindre leurs objectifs en ligne, qu'il s'agisse de ventes, d'engagement des utilisateurs, de génération de leads ou de partage d'informations.

Tutoriel: Un tutoriel est un guide pratique qui fournit des instructions détaillées pour accomplir une tâche spécifique. Il vise à enseigner aux utilisateurs les étapes nécessaires et les meilleures pratiques pour atteindre un résultat souhaité.

Twitter Analytics: Twitter Analytics est un outil fourni par Twitter qui permet aux utilisateurs d'obtenir des informations et des statistiques sur leur compte Twitter et ses performances. Il offre des données sur la croissance des abonnés, la performance des tweets, les caractéristiques du public et les taux d'engagement, permettant ainsi aux utilisateurs d'évaluer et d'optimiser leur présence sur Twitter.

Ubersuggest : C'est un outil gratuit qui fournit des suggestions de mots-clés et des informations sur le volume de recherche, la concurrence et les tendances. Il permet également de générer des idées de mots-clés à partir d'une URL ou d'un mot-clé principal.

URL: Une URL (Uniform Resource Locator) est une adresse web qui permet d'identifier et de localiser de manière unique une ressource sur Internet. Elle est composée de plusieurs éléments, tels que le protocole (par exemple, "http://" ou "https://"), le nom de domaine (comme "exemple.com") et le chemin d'accès spécifique à la ressource. Les URLs sont utilisées pour accéder à des pages web, des images, des fichiers, des vidéos et d'autres contenus en ligne.

URL trackers: Les URL trackers sont des éléments ajoutés aux liens URL pour collecter des données sur les clics et les performances des campagnes marketing. Ils permettent d'analyser les sources de trafic et d'évaluer l'efficacité des actions publicitaires.

Visibilité : se mesure par le nombre d'abonnés, l'engagement des utilisateurs et la viralité du contenu, ce qui permet d'atteindre un public plus large et d'augmenter l'impact de l'individu, de la marque ou de l'entreprise.

Virus : Un virus informatique est un type de logiciel malveillant qui se propage en infectant des fichiers ou des programmes existants et qui a pour objectif de causer des dommages, altérer des données, perturber le fonctionnement d'un système informatique ou voler des informations personnelles. Ils sont transmis via des fichiers infectés, des e-mails, des téléchargements ou des sites web compromis.

VPN et pare-feu : un VPN est utilisé pour sécuriser les connexions et protéger la vie privée en ligne, tandis qu'un pare-feu est utilisé pour protéger un réseau local en contrôlant le flux de données entrant et sortant. Les deux outils sont complémentaires et contribuent à renforcer la sécurité des utilisateurs et des réseaux.

Glossaire

Vues: "Vues" est une abréviation couramment utilisée pour le terme "visites" dans le domaine du web et des statistiques de trafic. Il fait référence au nombre de fois qu'une page web, un article, une vidéo ou tout autre élément a été consulté ou visité par les utilisateurs. Les vues sont généralement utilisées pour mesurer la popularité, l'engagement ou l'audience d'un contenu en ligne.

Web scraping : Le web scraping est l'extraction automatisée d'informations à partir de sites web en utilisant des scripts ou des programmes. Il permet de collecter et d'analyser des données à grande échelle pour diverses applications telles que la recherche, l'analyse de marché ou la surveillance de la concurrence.



Les ressources

- Les livres, documents officiels, actes de conférences, thèses et mémoires, articles de revues.
- Les principales lois et réglementations en matière de numérique, de la presse et de la communication au Togo
- Les guides pratiques sur les bonnes pratiques du journalisme et l'utilisation des réseaux sociaux
- La webographie et l'intelligence artificielle

Conseils pour profiter au mieux de ce guide

Utilisation des IA

Les intelligences artificielles (IA) peuvent être d'une grande aide dans divers aspects de l'utilisation des médias sociaux. Par exemple, vous pouvez utiliser des outils de planification et de gestion des médias sociaux alimentés par l'IA pour organiser votre contenu, optimiser les heures de publication et analyser les performances de vos publications. De plus, certaines IA peuvent vous aider à détecter les fake news et à vérifier les informations avant de les partager. Explorez les outils disponibles et intégrez-les à votre stratégie d'utilisation des médias sociaux pour améliorer votre efficacité et votre précision.

Utilisation des moteurs de recherche

Les moteurs de recherche sont d'excellentes ressources pour approfondir vos connaissances sur des sujets spécifiques abordés dans ce guide. Lorsque vous rencontrez un concept ou une question que vous souhaitez explorer davantage, utilisez des moteurs de recherche tels que Google pour trouver des articles, des études de cas et des ressources supplémentaires. Cela vous permettra de mieux comprendre les subtilités des différents aspects abordés et d'obtenir des informations complémentaires.

Utilisation des tutoriels disponibles sur YouTube et d'autres plateformes

Les plateformes de partage de vidéos comme YouTube regorgent de tutoriels et de guides pratiques sur l'utilisation des médias sociaux. Profitez de ces ressources en effectuant des recherches spécifiques sur des sujets tels que la gestion de campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux, l'optimisation des profils et des pages, ou encore l'utilisation d'outils spécifiques. Ces tutoriels visuels peuvent vous offrir des démonstrations pas à pas et des conseils pratiques pour améliorer vos compétences et tirer le meilleur parti des fonctionnalités offertes par les différentes plateformes.

En incorporant ces conseils complémentaires dans votre utilisation de ce guide pratique, vous pouvez enrichir votre compréhension et votre expérience des médias sociaux, maximisant ainsi les avantages et les possibilités offerts par ces outils numériques essentiels pour les journalistes et les défenseurs des droits de l'homme.

Les livres, documents officiels, actes de conférences, thèses et mémoires, articles de revues.

- Aguila Nicolas, 2008 : « Il était une fois, le téléphone portable », Tom's Guide, 7 mai 2008.
- AHAT, 2015 : Manuel d'histoire du Togo des origines à 2005, à l'usage des enseignants du secondaire (1er et 2nd cycles) des enseignements général et techniques, les Presses de l'UL.
- Berry Gérard, 2008, Pourquoi et comment le monde devient numérique, Paris, Fayard.
- Blaya Catherine, 2015, « Etude du lien entre cyberviolence et climat scolaire : enquête auprès des collégiens d'Ile de France » URL : <http://journals.openedition.org/dse/815> ;DOI : 10.4000/dse.
- Conseil de l'Europe, COE, 2016.
- Durkheim Emile, 2013 : Éducation et sociologie, ISBN: 978-2-13-056858-2.
- Goleman Daniel, 2011, The Brain and Emotional Intelligence: New Insights, More Than Sound, États-Unis, ISBN: 1934441155.
- Feuillard D. (Sd), 1999 : Education civique 3e, Hachette.
- Gayibor L. Nicoué (Sd), 1987 : Le Togo sous la domination coloniale (1884-1960), Les Presses de l'UB, Lomé.
- Gnane N. Mouncaïla, ANATE Kouméalo, 2017 : « La régulation du secteur des télécommunications au Togo : impacts et défis », Centre d'Etudes et de Recherches sur les Organisations, la Communication et l'Education (CEROCE), No 007, Université de Lomé, ISSN : 2226-1443.
- Freinet Célestin, 1960 : L'Education Morale et civique, Paris ICEM11-pédagogie Freinet.
- Kelsen Hans, 2004 : La démocratie : sa nature—sa valeur, Ed. Dalloz, 2è édit.
- Kuner Christopher, 2003: « European data privacy law and online business», Oxford university press.
- MCCSFC12/DFC13, 2016 : Module de didactique de l'ECM à l'usage des enseignants du primaire.
- MCCSFC/DFC, 2018 : Module de didactique de l'ECM à l'usage des enseignants du secondaire.
- MDHFCRIR14 /DFC, 2020 : Manuel de formation à la citoyenneté à l'usage des organisations de la société civile (OSC), Ed. Awoudy (Lomé-Togo), ISBN 978-2-37316-319-3.



Les livres, documents officiels, actes de conférences, thèses et mémoires, articles de revues

- Peres Eric, 2015 : Les données numériques : un enjeu d'éducation et de citoyenneté, les Editions des journaux officiels.
- Prensky Marc, 2001: « Digital Natives, Digital immigrants », On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9.
- République Togolaise, ENI15, 2015 : Education civique et morale (ECM), résumé des notions fondamentales, 1ère éd.
- République Togolaise, MEN16, 1975 : La réforme de l'enseignement au Togo (forme abrégée), Lomé.
- République Togolaise, MEPDD17, 1983 : Le précis de législation et de l'administration scolaire, Paris, Nathan.
- République Togolaise (MENR), 1997 : Programme d'Education civique et Morale pour les enseignements du premier, deuxième et troisième degré, PUB.
- République Togolaise, MCCSFC18, 2014 : La politique nationale de formation civique et d'éducation à la citoyenneté, Lomé.
- République Togolaise, UNICEF 2016 : Le guide d'animation du module d'éducation des adolescents et adolescentes aux compétences de vie courante.
- République Togolaise, PASCRENA19, 2014 : Manuel de formation au civisme et à la citoyenneté, Lomé, Label Print.
- République Togolaise, Coopération Togo-UNESCO, 2012 : Guide d'Appropriation et d'administration des nouveaux programmes d'éducation civique et morale (ECM), Lomé.
- République Togolaise, UNESCO/CEDEAO, BAD, 2012 : Les nouveaux programmes d'ECM.
- Tchangai B.E., 2017 : Introduction et Méthodologie de l'enseignement de l'ECM, ENS, Togo.
- UNICEF, 2015 : Les objectifs de développement durable (ODD).
- UNESCO, Sans Saeng, 2018 : Education à la citoyenneté mondiale dans les contextes locaux, ISSN, 1599-4880, No 50.
- UNICEF et Aide et Action 2014 : Processus de mise en place du gouvernement des enfants.
- UNICEF/France, 2015 : Les Objectifs de développement durable (ODD). ISBN 978-2-37316-319-3
- UNICEF, 2018 : Mon cahier d'exercices aux compétences de vie courante (Like SKILIS) 2013-2017, Rapport final.



Les principales lois et réglementations en matière de numérique, de la presse et de la communication au Togo

- Loi n°2012-018 du 17 décembre 2012 sur les communications électroniques modifiée par la loi n°2013-003 du 19 février 2013 (LCE).
- Loi n°2017-006 du 22 juin 2017 d'orientation de la société de l'information au Togo (loi cadre).
- Loi n°2017-007 du 22 juin 2017 relative aux transactions électroniques en cours de modification.
- Loi n°2018-026 du 7 décembre 2018 sur la cybersécurité et la lutte contre la cybercriminalité modifiée par la loi n°2022-009 du 24 juin 2022.
- Loi n° 2019-014 du 29 octobre 2019 relative à la protection des données à caractère personnel.
- Loi n° 2020-010 du 10 septembre 2020 relative à l'identification biométrique des personnes physiques au Togo modifiée par la loi n°2022-009 du 24 juin 2022.
- Loi organique n° 2021 – 031 modifiant la loi organique n° 2018-029 du 10 décembre 2018 relative à la HAAC.
- Loi n°2020-001 du 07 janvier 2020 relative au Code de la presse et de la communication en République Togolaise.
- La loi N°2015-10 du 24 novembre 2015 portant nouveau code pénal
- Décret n° 2019-026/PR du 13 février 2019 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale de la cybersécurité.



Guides pratiques sur les bonnes pratiques du journalisme et l'utilisation des réseaux sociaux

- "Guide des bonnes pratiques pour les journalistes sur les réseaux sociaux" de l'Union européenne de radio-télévision.
- Guide des bonnes pratiques en matière de réseaux sociaux pour les organisations de défense des droits humains" d'Amnesty International.
- Guide du bon usage des réseaux sociaux à destination des militaires et civils du ministère des Armées et de leur entourage.
- Guide des bonnes pratiques pour l'usage des réseaux sociaux par les salariés de Radio France, 2021
- Guide d'utilisation et de bonnes pratiques des réseaux sociaux, PANOS
- Guide des bonnes pratiques du plaidoyer dans les médias et les réseaux sociaux, réalisé avec l'appui de l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID)
- Guide D'observation Des Médias Sociaux Pour Observateurs Citoyens, Préparé Avec L'aide Financière De La Commission Européenne.

Webographie et l'intelligence artificielle

- <https://fr.vpnmentor.com>
- <https://www.warketingdigital.net>
- <https://statcounter.com>
- <https://chat.openai.com>
- <https://gamma.app>
- <https://www.24hdansuneredaction.com>
- <https://yellowdolphins.com>
- <https://www.ecrirepourleweb.com>
- <https://www.blogdumoderateur.com>
- <https://fr.wordpress.org>
- <https://www.google.com>
- <https://www.wikipedia.org>

