



LEÇON

Années scolaires : 9^e à 12^e année

Au sujet de l'auteur : Matthew Johnson, Directeur de l'éducation, HabiloMédias

Durée: 2 à 3 heures

Ton curriculum vitæ virtuel



Cette leçon fait partie de *Utiliser, comprendre et mobiliser : Un cadre de littératie média numérique pour les écoles canadiennes* : <http://habilomedias.ca/ressources-p%C3%A9dagogiques/cadre-de-litt%C3%A9ratie-num%C3%A9rique>.

Aperçu

Dans cette leçon, les élèves apprennent que leur présence en ligne est comme un curriculum vitæ qui peut les aider, ou leur nuire, à l'avenir dans leurs vies personnelles et professionnelles. Au début de la leçon, les élèves font une auto-évaluation de leur curriculum vitæ virtuel. Ils examinent ensuite les étapes pour limiter l'impact négatif du contenu qu'ils ont publié en ligne. Les élèves pensent ensuite à des personnes qu'ils considèrent être des héros ou des modèles de rôle, cernent les caractéristiques qui font qu'ils admirent ces personnes, et discutent de ce que ces personnes ont fait pour être perçues de façon aussi positive. Puis, les élèves apprennent des outils et des stratégies pour établir consciemment une marque *positive* en ligne et élaborer un plan de communication pour ce faire.

Résultats d'apprentissage

Les élèves :

Savoir : Les élèves acquerront les connaissances essentielles suivantes :

- vie privée et sécurité : des stratégies de gestion de sa réputation en ligne;

Comprendre : Les élèves apprendront les grandes idées et les concepts clés suivants :

- les médias ont des publics imprévus : les contenus que nous partageons en ligne peuvent être vus par des personnes autres que celles auxquelles ils étaient destinés.

Faire : Les élèves *utiliseront* des outils pour bâtir une marque positive en ligne, *comprendront* comment les contenus que nous publions en ligne peuvent créer une image positive ou négative de nous, et *s'engageront* dans la perception qu'ils ont d'eux-mêmes et de l'impression qu'ils veulent donner aux autres.



Préparation et documents

Photocopiez les documents suivants :

- *Ton curriculum vitæ virtuel;*
- *Établir ta marque;*
- *Devoir : Plan de communication sur les médias sociaux.*

Procédure

Ton curriculum vitæ virtuel

Avant de commencer la leçon, distribuez le document *Ton curriculum vitæ virtuel* et examinez les instructions avec la classe. Demandez au groupe de remplir le document comme devoir.

Demandez d'abord aux élèves si l'un d'entre eux était surpris de ce qu'il a appris. (Ne le poussez pas à partager des détails précis, mais laissez-le faire, à condition que ses commentaires soient appropriés). Si aucun élève n'a rien trouvé de surprenant, vous pouvez partager les anecdotes suivantes.

- Un élève a trouvé un compte sur un réseau social en son nom, compte qu'il n'avait pas créé.
- Une élève a trouvé une photo d'elle portant un titre suggérant qu'elle avait bu alors qu'elle était mineure.
- Un élève a eu des problèmes puisqu'il a été identifié dans une photo qu'un ami a prise de lui conduisant pour la première fois, parce qu'il n'était pas autorisé à être passager d'une voiture sans la présence d'un adulte.
- Une élève a perdu son emploi parce que son employeur a vu qu'elle avait publié des citations obscènes d'une émission de télévision sur sa page Facebook.
- Une élève a trouvé une photo d'elle qui avait été utilisée sans sa permission dans une publicité.

Demandez maintenant aux élèves s'ils ont déjà pris des mesures pour *contrôler les publics virtuels*, c'est-à-dire pour s'assurer qu'un contenu qu'ils avaient publié était vu seulement par *certaines* personnes qu'ils connaissent en ligne (par certains amis et pas d'autres, par exemple, ou par les amis et pas les parents). Demandez-leur de fournir les outils et les tactiques qu'ils ont utilisés pour ce faire.

Assurez-vous que les éléments suivants sont mentionnés :

- contrôler les contacts (déterminer qui peut être votre ami ou vous suivre); *Soulignez que différents réseaux sociaux ont différents paramètres par défaut pour laisser certaines personnes voir leur contenu. Par exemple, sur Instagram, il faut d'abord être ami avec une personne avant qu'elle puisse voir le contenu que tu publies, mais sur TikTok, tu dois choisir de bloquer des personnes si tu **ne veux pas** qu'elles voient ce que tu publies. Assurez-vous également qu'ils savent que les paramètres de confidentialité ne s'appliquent pas nécessairement à **tous** leurs contenus : par exemple, l'élève mentionnée ci-dessus qui a perdu son emploi avait affiché les citations dans des commentaires sur sa photo de couverture, laquelle était visible à tout le monde ayant un compte Facebook.*



- utiliser différents médias sociaux pour différents groupes (Instagram pour les amis et Facebook pour la famille, par exemple);
- utiliser les paramètres de confidentialité (empêcher certains amis de voir un contenu particulier, par exemple);
- parler « en code » que certaines personnes comprendront et d'autres non;
- utiliser des comptes anonymes ou à pseudonymes.

Posez maintenant les questions suivantes : Changerais-tu ce que tu fais, dis ou publies en ligne si tu ne pouvais pas avoir le contrôle sur les personnes qui voient ton contenu (aucun outil de confidentialité, etc.)? Pourquoi ou pourquoi pas? Laissez les élèves en discuter pendant quelques moments sans exiger de consensus.

Demandez aux élèves de suggérer des façons dont les mauvaises personnes pourraient voir leur contenu, même s'ils contrôlent le public au moyen des stratégies et des outils mentionnés plus tôt. Les élèves peuvent indiquer des *façons* dont cela pourrait se produire ou des *anecdotes* précises sur le sujet, bien que dans ce dernier cas, ils ne devraient pas mentionner le nom de quiconque sauf d'eux-mêmes.

Assurez-vous de mentionner ce qui suit :

- tes amis qui ont accès à ton contenu pourraient le partager;
- le contenu peut être déplacé d'une plateforme à une autre (p. ex. une vidéo TikTok pourrait être diffusée sur YouTube);
- le contenu que tu as publié avant de mieux connaître la plateforme peut revenir te hanter;
- les comptes anonymes ou à pseudonymes peuvent remonter jusqu'à toi (« doxxing »).

Révisez la section *Faire le ménage* du document *Ton curriculum vitæ virtuel* avec la classe.

Modèles de rôle

Dites aux élèves que bien qu'il existe des façons d'éviter de créer une réputation *négative* en ligne et de la rétablir, il est également important de travailler activement à créer une réputation *positive* en ligne. Après tout, lorsque nous créons un curriculum vitæ pour postuler un emploi, nous ne faisons pas seulement éviter de donner les raisons pour lesquelles nous ne faisons pas l'affaire : nous expliquons pourquoi nous sommes bons. Maintenant, les élèves feront un exercice qui les aidera à penser aux bonnes qualités qu'ils veulent communiquer dans leur curriculum vitæ virtuel.

Demandez aux élèves de dresser une liste des personnes qu'ils admirent. Elles peuvent provenir de n'importe quelle source (histoire, médias sociaux, vedettes, etc.). Faites une liste au tableau et identifiez les *quatre principales personnes* suggérées par la plupart des élèves.

Divisez les élèves en quatre groupes. Établissez quatre « stations » : donnez-leur une section au tableau, une page de papier, ou un ordinateur branché à Internet ayant accès à un outil de nuages de mots comme [WordCloud](#) ou [TagCrowd](#). Demandez à chaque groupe de commencer par se rendre à l'une des stations et d'écrire l'un des noms de la liste au tableau ou du papier. Chaque élève devrait trouver *un mot pour décrire cette personne* (encouragez-les à utiliser des termes précis comme « brave » ou « intelligente », plutôt que des termes vagues comme « cool ») et l'écrire sur le tableau ou le papier ou l'entrer dans le générateur de nuages de mots. Demandez ensuite aux groupes d'aller



vers une autre station et de faire la même chose, et répétez ces étapes jusqu'à ce que tous les groupes soient allés à toutes les stations.

Si vous utilisez un générateur de nuages de mots, vous pouvez demander aux groupes de retourner brièvement aux stations de nouveau pour voir le nuage de mots qui en découle. Si vous avez utilisé du papier ou le tableau, demandez au groupe final de compiler les mots descriptifs et de créer leur propre *nuage de mots* pour chaque personne : écrivez les mots qui ont été mentionnés le plus souvent en grosses lettres, les prochains mots mentionnés en lettres un peu moins grosses, et ainsi de suite.

Maintenant, demandez aux élèves *pourquoi* ils ont décrit ces personnes ainsi. Que fait (ou qu'a fait) cette personne, ou *comment* elle le fait, pour créer cette impression?

Établir ta marque

Posez la question suivante aux élèves : si tu pouvais choisir *trois mots* que les gens utiliseraient pour te décrire, quels seraient-ils? (Assurez-vous que les élèves comprennent que ces termes devraient décrire qui ils sont comme personne, et non des caractéristiques physiques : le terme « athlétique » est correct, mais « fort » ne l'est pas, et le terme « à la mode » est approprié, mais « joli » ne l'est pas).

Distribuez le document *Établir ta marque en ligne* et demandez aux élèves de le lire et de répondre aux questions. Demandez-leur ensuite de former des paires pour partager et comparer leurs réponses. Retournez ensuite devant le grand groupe : demandez aux élèves de nommer tous les réseaux sociaux qu'ils ont énumérés et écrivez-les comme en-têtes sur le tableau. Recueillez ensuite les outils que les élèves ont cernés pour chacun de ces sous-titres.

Évaluation : Plan de communication sur les médias sociaux

Distribuez le document *Devoir sur le plan de communication* et demandez aux élèves de suivre les instructions. S'ils ont besoin d'aide pour identifier trois publics qui pourraient voir leur contenu en ligne, formulez les suggestions suivantes :

- amis;
- famille proche (parents, frères, sœurs, tantes, oncles, grands-parents qu'ils voient souvent);
- famille plus éloignée;
- enseignants et administrateurs scolaires ou agents des admissions à l'université ou au collège;
- employeur actuel et futurs employeurs potentiels;
- collègues actuels ou futurs (s'ils sont actifs dans une communauté d'intérêts, comme les sports, le jeu, les arts ou la fanfiction).



Ton curriculum vitæ virtuel

La façon dont les gens te voient en ligne ressemble beaucoup à un curriculum vitæ que tu crées pour postuler un emploi : pour beaucoup de gens, c'est la première, et parfois la dernière, impression qu'ils donnent. Souvent, c'est aussi une partie de ton vrai curriculum vitæ : plus d'un tiers des agents des admissions à l'université examinent les pages des médias sociaux des demandeurs et les deux tiers des employeurs le font. (Selon la loi canadienne, les employeurs ne peuvent *pas* te demander de leur donner accès à tes réseaux sociaux, mais ils peuvent accéder à tout contenu public).

Voici quelques exemples de choses que les employeurs recherchent sur les profils des médias sociaux :

- « Participation communautaire, services caritatifs. »
- « Réalisations athlétiques : traits de caractère comme la persévérance et l'engagement. »
- « Redonner à la communauté. »
- « Contenu créatif bien articulé, professionnel et de bon goût. »
- « Publication réfléchie d'articles. »
- « Gentillesse, compassion pour les questions humanitaires. »

Et certaines choses que les employeurs ne veulent *pas* voir :

- « Commentaires négatifs à propos des employeurs précédents. »
- « Photos suggestives facilement visibles sur Facebook. Pas l'image que nous voulons pour notre entreprise. »
- « Un jeune homme qui s'était présenté comme n'ayant rien à se reprocher et bien élevé avait publié des photos de lui et de ses amis en train de se bagarrer avec un autre groupe de personnes. »
- « Messages sexistes objectivant les femmes. »
- « Visage très fâché sur la photo du profil. »
- « Messages inappropriés aux idées très arrêtées et mal guidées. »

(Source : « The social media posts canadian employers say swayed them for or against hiring a candidate », Elizabeth Bromstein, Workopolis, 9 avril 2015. < <http://www.workopolis.com/content/advice/article/the-social-media-posts-canadian-employers-say-swayed-them-for-or-against-hiring-a-candidate/>>)

Comment donc savoir ce que ton curriculum vitæ virtuel dit sur toi?

Un bon point de départ consisterait à utiliser un moteur de recherche pour voir les renseignements te concernant qui sont facilement accessibles. Tu peux commencer par chercher ton nom, mais ne t'arrêtes pas là, surtout si ton nom est assez commun. Pense aux termes de recherche que quelqu'un utiliserait s'il cherchait des renseignements te concernant. Utiliserait-il un surnom? Ton second prénom ou tes initiales? Des fautes d'orthographe dans ton nom? Il pourrait ajouter ta ville natale ou ton école ou l'endroit où tu travailles ou certains de tes passe-temps.

N'oublie pas de faire une recherche d'images également (la plupart des moteurs de recherche offrent un onglet « Images » au haut de la page des résultats de recherche). Dans quelle mesure as-tu besoin de faire défiler l'écran pour trouver des photos de toi? Que montrent les photos de toi? Y a-t-il des photos d'une autre personne qui pourrait être confondue avec toi?

Fais la même chose avec tous les réseaux sociaux pour lesquels tu as un compte. Il pourrait y avoir un faux compte créé avec ton nom ou quelqu'un portant un nom semblable au tien que les gens seront portés à confondre avec toi.



Voici quelques éléments qui pourraient affecter ta réputation :

- le contenu que tu publies sur les médias sociaux;
- les commentaires que tu laisses sur les pages de médias sociaux d'autres personnes;
- ton comportement dans les jeux virtuels;
- les choses que tu publies ou partages ou que d'autres personnes publient ou partagent à ton sujet.

Il est important de prendre une pause et de réfléchir avant que tu publies quoi que ce soit en ligne. Pose-toi les questions suivantes.

- Est-ce ainsi que je veux que les autres me voient?
- Quelqu'un pourrait-il utiliser ce contenu pour me faire du mal? Serais-je contrarié s'ils partageaient ce contenu avec d'autres?
- Qu'est-ce qui pourrait arriver de pire si je partageais ce contenu? (Par exemple : Mes parents pourraient me gronder, mes amis pourraient être fâchés contre moi, je pourrais avoir l'air ridicule).

Faire le ménage

La plupart des réseaux sociaux, comme Facebook, offrent des paramètres pour contrôler qui voit ce que tu publies. De nombreux réseaux te laissent également établir des paramètres de confidentialité pour les messages individuels afin que seules les personnes que tu choisis puissent voir ton contenu. Il est préférable de se tenir au courant des paramètres de confidentialité de Facebook puisqu'ils changent souvent.

Si tu as été identifié dans une photo que tu n'aimes pas, la plupart des réseaux sociaux te laisseront retirer ton identité de la photo. Si tu ne veux pas que la photo soit publiée du tout, demande à la personne qui l'a affichée de la supprimer. Habituellement, cela fonctionne!

Si cela ne fonctionne pas, tu peux trouver quel fournisseur d'accès Internet héberge le site et lui demander de la supprimer. Les fournisseurs d'accès Internet ne le font habituellement que si le contenu est *diffamatoire* (s'il est faux et entache ta réputation), s'il s'agit de contenu haineux ou si ce que le site fait peut être raisonnablement appelé de la cyberintimidation.

N'oublie pas de réfléchir à l'effet que tu as sur les curriculum vitæ d'autres personnes également. Demande toujours la permission avant de partager une photo ou d'identifier quelqu'un dans une photo, même une bonne photo, puisque tu ne sais jamais comment cette personne va se sentir.

Instructions

1. Fais une recherche sur toi dans un moteur de recherche en suivant les étapes ci-dessus. Qu'as-tu trouvé? Est-ce ce que tu voulais trouver? Pourquoi ou pourquoi pas?
2. Fais une recherche d'images avec ton nom. Qu'as-tu trouvé? Est-ce ce que tu voulais trouver? Pourquoi ou pourquoi pas?
3. Fais une recherche sur toi sur n'importe quel réseau social que toi ou tes amis utilisent (même si tu n'y possèdes pas de compte).
4. Trouve la photo la plus embarrassante que tu aies jamais publiée et télécharge-la sur TinEye.com. (Ne t'inquiète pas : le site ne garde aucune copie de tes photos.) Il s'agit d'une recherche d'images inversée qui t'indiquera où une image est apparue sur le Web. Ta photo est-elle apparue à un endroit que tu ignorais?



Établir ta marque

Éliminer le négatif et intégrer le positif

S'il y a des choses sur toi en ligne que tu n'aimes pas, ou si une recherche de renseignements sur toi mène à des renseignements sur quelqu'un *d'autre* qui selon toi te font mal paraître, tu dois alors t'assurer qu'il existe suffisamment de contenu positif sur toi en ligne pour compenser.

Blogage, affichage de vidéos, formulation de commentaires ou de critiques en ligne : tout ce qui laisse une marque en ligne est une bonne chose à condition que ce contenu envoie le message que tu désires. Assure-toi de partager des activités qui te dépeignent d'une façon positive : parle de ton travail bénévole, des sports ou des autres activités que tu fais. Ne te soucie pas du fait que tout ce que tu fais doit te faire bien paraître : si ce que tu fais ne te fait pas *mal* paraître, il faut surtout établir ta présence en ligne et éliminer le contenu négatif qui se trouve peut-être en ligne.

S'il existe une autre personne en ligne que les gens confondent avec toi, pense à utiliser une variation de ton nom. Par exemple, s'il existe un autre Stéphane Lefebvre qui a été accusé de vendre de faux billets pour la coupe Stanley, tu peux décider t'utiliser le nom Steph Lefebvre ou Stéphane M. Lefebvre. plutôt que de tenter de dire aux gens que ce n'est pas toi.

Tu peux également créer des comptes personnalisés sur tes réseaux sociaux seulement pour les employeurs et les agents d'admissions à l'université ou au collège, mais assure-toi de le faire au moins un an avant que tu en aies besoin afin que la page ait l'air active.

Établir une base

Une étape importante dans l'établissement de ta marque est d'avoir une *base principale* en ligne. Il peut s'agir d'un site Web ou d'un blogue : il te faut un endroit où *tu* contrôles le message et où tout ce que tu fais en ligne t'y relie. Pourquoi est-ce important? Parce qu'un grand nombre de moteurs de recherche comptent les liens lorsqu'ils font une recherche. Ainsi, plus tu relies de contenu à ta base principale, plus ton classement sera élevé dans les résultats de recherche.

Tape ton nom dans la barre de recherche pour voir quels autres termes de recherche sont suggérés. (Dans la mesure du possible, fais-le sur un ordinateur que tu n'utilises pas normalement).

Aussi, tu peux essayer de mettre « tonnom » .com (ou .ca) dans la barre d'adresse pour voir si quelqu'un d'autre a enregistré ce site (en d'autres termes, si ton est « Stéphane Lefebvre », qui possède le site www.stephanelefebvre.com?). Si quelqu'un le possède déjà, qu'y retrouve-t-on? Si personne ne le possède, combien cela coûterait-il de l'enregistrer?

Tu peux aussi avoir une photo pour ta base principale : il s'agit d'une photo de toi que tu aimes (si tu ne veux pas utiliser une vraie photo, plusieurs sites virtuels t'offrent de créer un dessin animé de toi) que tu utilises chaque fois qu'on te demande une photo en ligne (réseaux sociaux, systèmes de commentaires, etc.). En utilisant une seule photo partout, tu aides à bâtir ton identité en ligne. Assure-toi que le nom du fichier de la photo comprend ton nom : elle sera ainsi plus facile à trouver par les moteurs de recherche.



Exercice sur l'établissement de ta marque

1. Choisis un réseau social que tu pourrais utiliser comme base principale. (Pour cet exercice, nous utilisons le terme « réseau social » pour désigner tout endroit en ligne où tu publies du contenu. Bien que cela puisse désigner des sites comme Facebook ou Twitter, il peut aussi s'agir d'un blogue, d'un compte sur un site de partage d'images, etc.)
2. Pense à *trois* différents outils ou méthodes pour établir une impression positive de toi sur ce réseau social.



Devoir : Plan de communication sur les médias sociaux

Pour ce devoir, tu créeras un *plan de communication* pour prendre le contrôle de ton curriculum vitæ virtuel. Pour ce faire, tu identifieras *trois différents publics* qui pourraient te voir en ligne, tu penseras à la façon dont tu veux que chacun te voie, et tu établiras un plan pour communiquer cette image.

1. Que veux-tu que ta marque soit? Énumère les trois mots qui décrivent la façon dont tu aimerais que les gens te voient.
 - a)

 - b)

 - c)

2. Identifie *trois publics* qui pourraient voir ton contenu en ligne.
 - a)

 - b)

 - c)

3. Pour chacun de ces publics, réponds aux questions suivantes sur une feuille distincte.
 - a) **Plateforme.** Comment rejoins-tu ce public en ligne?
 - b) **Message.** Comment veux-tu que ce public te voie? Quels aspects de ta marque sont les plus importants à communiquer à ton public?
 - c) **Outils.** Quels outils peux-tu utiliser pour communiquer ton contenu? (Nommes-en au moins trois. Utilise la liste des outils pour les différents médias sociaux établie en classe).
 - d) **Gestion de crise.** Que dois-tu *éviter de faire* pour *protéger* ton contenu? Que peux-tu faire si tu fais mauvaise impression sur ce public?
 - e) **Paramètres.** Comment sauras-tu si tu as réussi?



Exemple

Public : Lecteurs de ma fanfiction (un récit écrit par un amateur d'une émission, un roman, un dessin animé, etc.)

- a. Archive of Our Own, Wattpad, TikTok
- b. Créatif, aimable, divertissant.
- c. Publier mes histoires sur les sites de fanfiction et mon blogue. Commenter positivement les histoires des autres. Utiliser TikTok pour faire connaître les nouvelles histoires et interagir positivement avec d'autres auteurs dans le même domaine.
- d. M'assurer que je connais les règles de ma communauté de fanfiction et les respecter. Ne pas se quereller publiquement avec d'autres auteurs. Si cela arrive, je me calme pendant quelques jours avant de m'excuser.
- e. Je le saurai selon le nombre de personnes qui lisent, commentent et partagent mes histoires.

