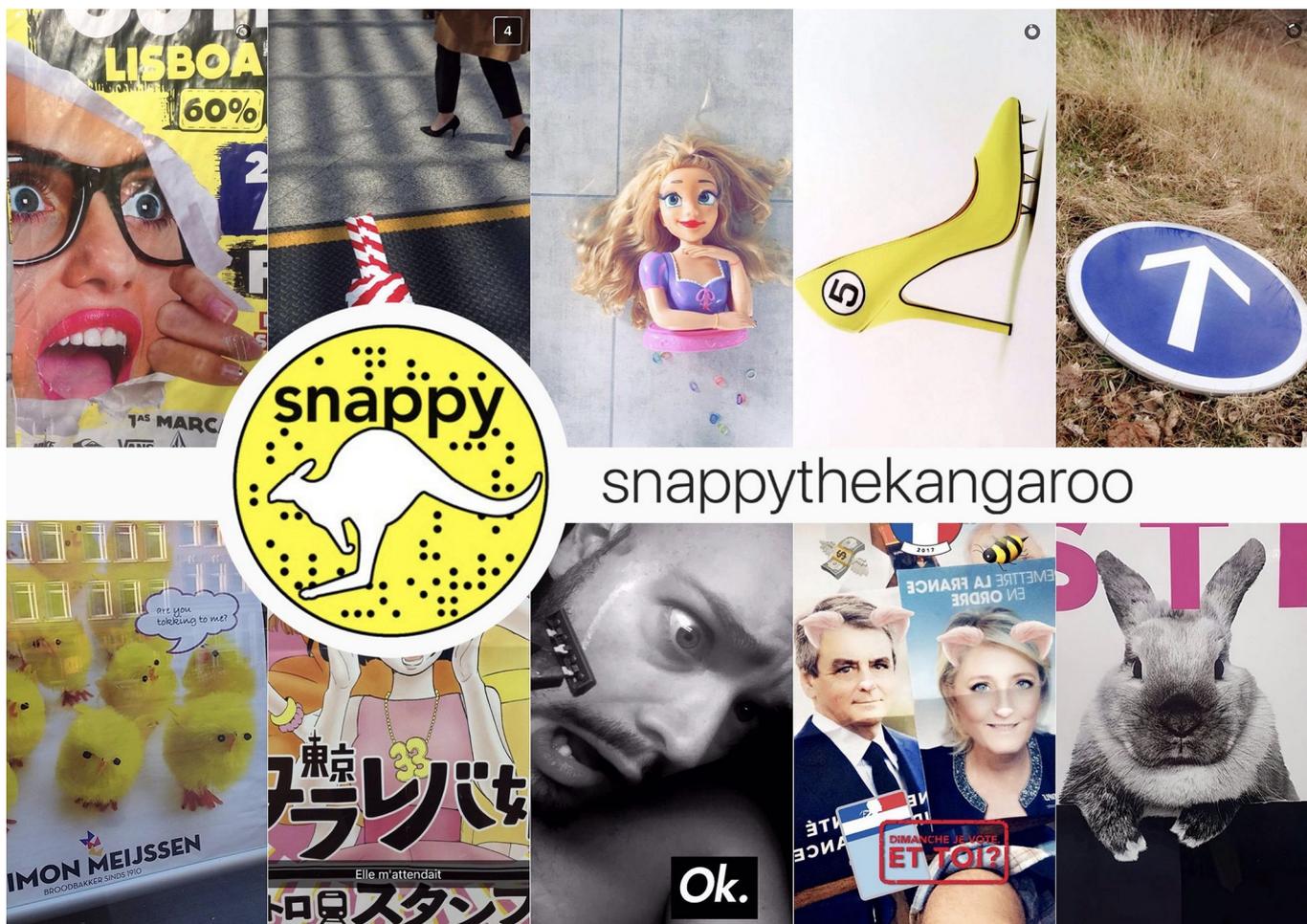


PROGRAMMATION 2022-2023

# Exposition SNAPPY THE KANGAROO

Art et réseaux

> Du 24 février au 15 avril 2023



Instagram  
@snappythekangaroo



# SOMMAIRE

Note d'intention	p.3
Les thématiques	p.4
Les invités	p.5
Les ateliers de pratique artistique	p.6
Les pistes pédagogiques	p.8
Glossaire des médias sociaux	p.9



## **NOTE D'INTENTION**

### **"Snapchat & Instagram : L'art des réseaux"**

L'exposition présente un ensemble de photographies toutes réalisées à l'aide d'un smartphone. Celles-ci explorent les liens entre l'art et les réseaux sociaux et certaines d'entre elles utilisent les fonctionnalités uniques de Snapchat et Instagram pour créer des œuvres qui répondent aux tendances culturelles et aux enjeux sociaux actuels.

Les œuvres présentées explorent différents thèmes ou genres tels que la représentation de soi, la culture visuelle, la vie privée, le paysage ou la photo de rue. Ce faisant, elles questionnent les stéréotypes liés à l'utilisation prolifique de ces réseaux sociaux et révèlent les réalités de notre société numérique. Cette exposition est aussi une occasion de redécouvrir certaines tendances de l'art contemporain et de réfléchir sur les implications de notre vie connectée.

### **"Snappy the Kangaroo : L'art virtuel des réseaux"**

L'exposition présente un ensemble d'œuvres qui explorent les liens entre l'art et la technologie, en utilisant la plateforme de galerie virtuelle "Snappy the Kangaroo". Cette plateforme offre aux participants du projet la possibilité de créer des œuvres en utilisant les fonctionnalités de Snapchat et Instagram. La galerie virtuelle devient de fait une œuvre d'art collective.

### **Une exposition d'art contemporain "instagramable"**

L'exposition "Snappy the Kangaroo" met en avant des œuvres dans une scénographie adaptée pour être photographiées et partagées sur les réseaux sociaux, en particulier Instagram. Elle tente de créer une expérience visuelle immersive, colorée, ou interactive, attractive pour les visiteurs, propre à les inciter à prendre des photos et à les partager sur les réseaux sociaux. Elle inclut des éléments tels que des hashtags pour les visiteurs, à utiliser lors de la prise de photos, ainsi qu'une zone de selfie dédiée, pour les inciter à les partager sur les réseaux sociaux.

L'exposition pourra également inclure des ateliers, des conférences, des discussions sur les tendances de l'art contemporain, pour échanger avec les visiteurs sur les œuvres qu'ils voient et les inciter à continuer à explorer les tendances de l'art contemporain.

### **Une exposition à visée sociologique**

Une partie de l'exposition est consacrée aux témoignages et à l'aspect sociologique de notre époque [les photos exposées ont été prises entre 2016 et 2018]. Elle met en avant des photographies prises dans les rues qui captent les visuels, les modes et les tendances de cette période précise (vêtements, coiffures, voitures, affiches publicitaires et autres éléments caractéristiques).

Elle inclut également des photographies qui retracent les événements sociaux, politiques et culturels importants qui ont eu lieu pendant cette période.

# LES THÉMATIQUES

en lien avec la galerie **SNAPPY THE KANGAROO**

## A L'ENVERS

Les photos renversées de cette série créent une expérience visuelle qui bouleverse les conventions de la photographie de paysage traditionnelle. Elles jouent avec la notion de paysage, s'en servant de prétexte pour inciter le spectateur à prendre du recul et à se concentrer davantage sur les détails de l'image.

"Renversantes", ces photos offrent également de nouvelles perspectives sur les sujets qu'elles représentent. Des paysages auparavant familiers deviennent étranges et surprenants, et en les regardant avec une curiosité renouvelée, simplement sous un angle différent, nous pouvons être capable de découvrir de nouvelles choses.

Changer de point de vue, jouer avec l'horizon, ou la perspective, et transformer d'un geste simple ce qui nous est si familier, permet tout à coup de se sentir soi-même transporté, différent. Comme pris d'un léger flottement, un bref instant, avant de revenir sur terre, avant de revenir à notre morne réalité.

## PORTRAIT AUTOportrait SELFIE

Le portrait a longtemps été utilisé comme un moyen de capturer et de conserver l'image d'un être cher ou d'une personnalité importante. Les portraits peints ou photographiques étaient souvent utilisés comme un rappel visuel d'une personne, en particulier après sa mort. Dans cette fonction de souvenir, le portrait est utilisé pour perpétuer la mémoire de quelqu'un et pour le maintenir présent dans notre vie.

Avec l'avènement des appareils photo numériques mais surtout des téléphones portables et des réseaux sociaux, la fonction du portrait a évolué. Ces photos dont la version populaire est le "selfie", prises et diffusées à travers des applications comme Snapchat et Instagram ont fait exploser et revisiter la notion de représentation de soi, du portrait à l'autoportrait. Ainsi, la cinquantaine de portraits ou assimilés sélectionnés par Snappy, mis en scène ou fortuits, humoristiques, décalés, contextualisés, sont autant d'instantanés qui jouent leur rôle de repère temporel et sociologique.

Star sans conteste de cette série, **Milou270** s'est engagé dans une démarche continue et originale d'auto-fictions, exploitant toutes les fonctionnalités de Snapchat pour présenter avec humour chaque instant de son quotidien.

## ELLE M'ATTENDAIT

"Elle m'attendait" est une série de photographies qui capturent l'essence de l'attente, cette tension qui nous pousse à espérer et à désirer.

Chaque image saisit un moment suspendu dans le temps, raconte une histoire où l'on ressent l'espoir, avec en creux comme une promesse ou un fantôme ; celui de la rencontre, des retrouvailles, ou de l'éternel retour, tel celui d'Ulysse dans l'Odyssée.

Dans cette série, les images racontent autant d'histoires d'attentes, de part et d'autre, parfois déçues, plus ou moins longues, de l'insupportable au plus heureux, du plus drôle au plus inattendu.

Chacune évoque la rencontre à venir avec toutes les incertitudes et les sauts dans l'inconnu que cela implique. Les visages, les lieux et les situations varient, mais une chose reste constante : cette sensation intense et universelle qui nous pousse à attendre, même si cette série de photographies est avant tout marquée par l'humour et l'ironie.

Quoique récurrent dans l'histoire de l'art ou de la littérature - par exemple chez Beckett dans "En attendant Godot", dans "La Métamorphose" de Kafka, ou "Nighthawks" d'Edward Hopper - le thème de cette série peut également être perçu comme une critique subtile de notre société moderne, où l'on est constamment pressé et où l'attente semble être de plus en plus difficile à tolérer.

## COMPOSITIONS

[des photos graphiques, de détails, de beaux cadrages, ou angle de prise de vue intéressant]

## LES INVITÉS

### POUYASNAP

Artiste (Toronto)

<https://www.instagram.com/pouyasnap/>

Pouyasnap crée des compositions surprenantes à partir de dessins et collages ajoutés sur des photographies de paysages, de scènes de vie, de lieux emblématiques pour y apporter une touche humoristique, poétique ou une critique.



### TAKASHIDONGJING

Artiste (Tokyo)

<https://www.instagram.com/takashidongjing/>

[fleurs dans la ville, nature et béton]



### ALKSKO

Artiste (Kiev)

<https://www.instagram.com/alksko/>

L'artiste Alexey Kondakov utilise la photographie documentaire surréaliste pour superposer des figures d'œuvres d'art classiques dans des scènes quotidiennes de la vie moderne. L'artiste fusionne le passé et le présent, montrant avec un œil habile comment les figures classiques s'intègrent parfaitement dans des situations contemporaines qui, en elles-mêmes, sont intemporelles.



## SHUSAKU1977

Artiste (Japon)

<https://www.instagram.com/shusaku1977/>

Shusaku Takaoka est un artiste qui s'inspire de notre société moderne pour juxtaposer des visuels qui forment un décor amusant et dénoncent parfois les aspects d'un monde ultra-consommateur et sur-connecté. Ce designer adepte du photomontage a choisi de faire voyager à notre époque des personnages tirés de tableaux classiques.

Avec la Joconde en version bloggeuse ou la jeune fille à la perle façon magazine de mode, l'artiste envoie une dose de modernité dans certaines des œuvres les plus célèbres de l'histoire de l'art. Une série d'anachronismes amusants qui rapproche des classiques de l'art avec les icônes de la pop culture.



## 3CM\_LIN

Artiste (Taiwan)

[https://www.instagram.com/3cm\\_lin](https://www.instagram.com/3cm_lin)

Lin Yung Cheng réalise des photographies qui font appel au corps humain, à la peau en général. Elle la tire, la contorsionne et la déforme. Elle explore le féminin sous la peau, sous le poil, sous le sexe parfois, à l'aide de pinces à linge, de fils, de dentelles, de fines coulées de lait ou de sang. Pour créer des illusions d'optique extraordinaires, elle utilise des objets du quotidien, des couleurs neutres et la magie de lumière.

Ses photos interpellent, dérangent sans doute parfois, mais nous questionnent sur des thèmes universels.



# ATELIERS DE PRATIQUE ARTISTIQUE

## Les supports

### > Primaire

Constituer un musée pour la classe ou un musée personnel de l'élève : un cahier de croquis, un « cahier-musée » contenant un collection d'images, de dessins, de photos...

### > Collèges et lycées

Créer une galerie virtuelle de la classe sur Instagram :

- avec les productions des élèves
- avec une sélection d'œuvres déjà présentes sur les réseaux sociaux

## Le contenu

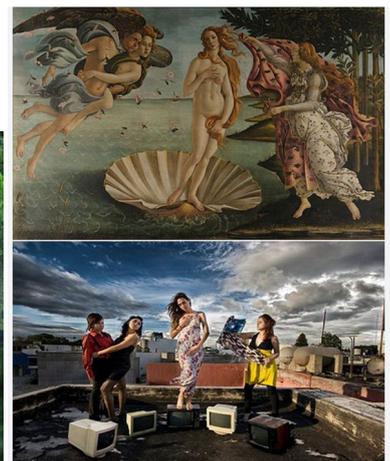
### > Exemple - Revisiter les œuvres les plus célèbres de l'histoire de l'art

Faire apparaître des anachronismes amusants qui fusionnent les œuvres classiques de l'art avec notre société actuelle.

1/ faire des photomontages sur des images de tableaux anciens en collectant des objets du quotidien dans des magazines ou en les dessinant

2/ faire des collages sur des photographies de paysages actuels en mettant en scène des personnages de tableaux anciens

3/ rejouer les scènes de tableaux classiques dans la ville à l'aide d'objets de notre quotidien.



### > Exemple - Créer des portraits métamorphosés

Les élèves travaillent par binômes pour réaliser des portraits de leurs camarades de classe sous différents angle et zoom.

Ils explorent ensuite la notion d'anomalie photographique à partir de tirages papier. Puis en pliant leurs propres portraits et en l'assemblant de manière différente du réel, le visage se transforme.



### > Exemple - Petites perturbations du réel

Les élèves sont invités à détourner le réel à travers la prise de vue ainsi qu'en jouant avec différents dispositifs et procédés. Cela commence par la réalisation de photographies d'objet du quotidien, de paysage qui seront ensuite transformés : à l'aide de kaléidoscopes fabriqués par les élèves, les éléments se multiplient et se déforment, ou à l'aide de loupes et miroirs.

Les élèves provoquent des illusions optiques lors de la prise de vue, créant ainsi des images décalées du monde et de leur environnement.



# LES PISTES PÉDAGOGIQUES

- > Les réseaux sociaux : Snapchat et Instagram
- > La sociologie des réseaux : selfies, esthétisation de la vie quotidienne, standardisation des clichés
- > Impact des réseaux sociaux sur l'art, les artistes, les musées et le marché de l'art
- > L'art est-il « instagrammable » ?

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

### Vidéos à regarder

> **ZED - Zone d'éducation documentaire - #Happy, la dictature du bonheur sur les réseaux sociaux**  
<https://www.dailymotion.com/video/x87u2ym>

> **Découvrir Snapchat : du divertissement à l'information**

<https://www.clemi.fr/index.php?id=652%20https://search.lilo.org/?q=https%3A%2F%2Fwww.clemi.fr%2Findex.php%3Fid%3D652+>

> **Snapchat : comprendre un réseau social pas comme les autres**

<https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/soft-power/snapchat-comprendre-un-reseau-social-pas-comme-les-autres-9047487>

### Article à lire

<https://www.cairn.info/revue-adolescence-2016-3-page-623.htm>

## ART ET RÉSEAUX

### Articles à lire

> **Comment l'art évolue-t-il à l'heure des réseaux sociaux ?**

<https://www.moka-mag.com/articles/art-reseaux-sociaux-artiste-createur-contenu-plateforme-artistique>

> **L'art est-il Instagrammable ? Bonbons, licornes et bouquets de fleurs s'invitent dans les galeries !**

<https://lesuperdaily.com/episode/lart-est-il-instagrammable-bonbons-licornes-et-bouquets-de-fleurs-sinvitent-dans-les-galeries>

> **Expositions de selfies, performances sur Instagram... L'art digital entre au musée**

<https://madame.lefigaro.fr/celebrities/exposition-selfies-art-digital-le-smartphone-entre-au-musee-020318-147564>

> **Les musées vendent-ils leur âme à Instagram ?**

<https://www.slate.fr/story/238400/instagram-musee-expositions-culture-popup-selfie-tiktok-reseaux-sociaux>

> **Les artistes quittent Instagram**

<https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/veille-sanitaire/veille-sanitaire-du-vendredi-07-octobre-2022-5867963>

> **Les NFT, futur du monde de l'art**

<https://www.moka-mag.com/articles/les-nft-le-futur-du-monde-de-lart>

> **Pourquoi les NFT envahissent le monde de l'art**

<https://www.beauxarts.com/grand-format/pourquoi-les-nft-envahissent-le-monde-de-lart/>

## — A —

### **Abonnés**

Les abonnés sont des personnes qui ont aimé vos comptes sur les médias sociaux ou s'y sont abonnées.

### **Algorithme**

En résumé, un algorithme est un ensemble d'étapes qu'un ordinateur effectue pour accomplir une tâche. Dans le contexte des médias sociaux, un algorithme permet à une plateforme de déterminer quel contenu afficher à un moment donné à un(e) utilisateur(ice) spécifique. Les réseaux sociaux sont connus pour garder leurs algorithmes secrets, mais en règle générale, ils utilisent des indices basés sur les relations et interactions sociales des utilisateurs pour déterminer quel contenu attirera le plus leur attention.

### **AMA (Ask Me Anything / « Demandez-moi ce que vous voulez »)**

Ces sessions de questions-réponses sont des publications interactives dans le cadre desquelles quelqu'un répond à des questions, généralement en direct. Ce concept a vu le jour sur Reddit, mais il apparaît de plus en plus ailleurs, par exemple dans des webinaires, des vidéos en direct sur Facebook ou des stories Instagram. À l'origine, les AMA se faisaient à l'écrit, mais répondre à des questions à l'aide de vidéos en direct sur les médias sociaux ou d'autocollants interactifs est également efficace.

### **Ambassadeur(ice) de marque**

Un(e) ambassadeur(ice) de marque est un(e) client(e) qui aime votre marque au point de promouvoir vos produits ou services sans que vous le lui ayez demandé. Toutefois, ces personnes peuvent vous être encore plus utiles si vous les contactez directement pour les impliquer et les valoriser.

### **Ami(e)**

Un(e) ami(e) est une personne avec laquelle vous vous êtes connecté(e) sur Facebook. À la différence des abonnés, c'est une connexion à double sens car vous et votre ami(e) devez accepter la relation. Les pages Facebook professionnelles ne peuvent pas avoir d'amis, seulement des fans et des abonnés.

### **Archives**

Dans le contexte des médias sociaux, les archives contiennent les publications, les messages et les métadonnées associées de votre organisation. En résumé, elles permettent de garder une trace d'absolument toute votre activité. Bien souvent, elles sont obligatoires pour respecter les réglementations de certains secteurs, tels que la santé et la finance.

Les archives des médias sociaux d'une organisation renferment ce qui a été dit, quand et dans quel contexte. Elles indiquent également la rapidité avec laquelle les messages des clients sont traités. Ces données peuvent être utilisées dans le cadre d'opérations judiciaires, si nécessaire, ou sollicitées par des instances de régulation.

### **Avatar**

Un avatar est une représentation visuelle d'une personne destinée à être utilisée dans des contextes numériques. Il s'agit généralement d'une image générée par ordinateur, comme un Bitmoji. Sur les médias sociaux, le terme « avatar » désigne également votre photo de profil (l'image qui vous représente sur la plateforme). La plupart des utilisateurs particuliers choisissent une photo en guise d'avatar, parfois agrémentée d'un cadre ou d'un filtre numérique. Pour les marques, le logo de l'entreprise est bien souvent le choix d'avatar le plus judicieux.

## — B —

### **Balise de géolocalisation**

Une balise de géolocalisation permet d'ajouter un lieu à votre photo, vidéo ou toute autre publication sur les médias sociaux. Ces balises peuvent exposer vos publications à un public plus large, car il est souvent possible de trouver du contenu en cherchant un lieu.

### **Biographie**

La biographie est la section d'un profil numérique où vous expliquez aux nouveaux ou potentiels futurs abonnés qui vous êtes. Tous les médias sociaux incluent un espace pour écrire une biographie. C'est la

première chose que voient les utilisateurs lorsqu'ils découvrent votre profil, et une biographie bien rédigée vous aidera grandement à apparaître plus souvent dans les recherches par mot-clé.

### **Bloquer**

Lorsque vous bloquez quelqu'un sur un réseau social, vous l'empêchez de voir vos publications sur cette plateforme. En plus de cela, les utilisateurs que vous avez bloqués ne peuvent ni vous suivre, ni vous envoyer de message, ni vous identifier dans des photos. Les utilisateurs bloqués sur Twitter ne peuvent pas vous ajouter à des listes. Ils peuvent toujours vous mentionner avec @ dans une publication, mais cela ne sera pas comptabilisé dans vos indicateurs d'engagement. Sachez toutefois qu'il est relativement facile pour des utilisateurs bloqués de voir le contenu que vous partagez publiquement. Modifiez les paramètres de confidentialité de vos réseaux sociaux pour mieux contrôler qui peut voir vos publications.

### **Blog**

Un blog, de la contraction de « web » et de « log » (journal web), est un support de publication numérique sur lequel une ou plusieurs personnes publient régulièrement du contenu, généralement sur un thème défini. De nombreuses marques utilisent un blog pour partager du contenu attrayant avec leur public et asseoir leur expertise dans leur secteur. Ce terme se décline également en verbe : lorsque vous tenez un blog, vous bloguez.

### **Booster, publication boostée**

Une publication boostée est une publicité sur les médias sociaux. Une marque peut passer par cette forme de promotion payante pour montrer une publication aux utilisateurs qui ne sont pas encore abonnés à ses comptes de réseaux sociaux.

### **Buzz**

Lorsqu'un événement, une image ou une vidéo est relayée en bouche à oreille et que l'on en parle sur une certaine durée. Le buzz peut être positif ou négatif, il peut être aussi provoqué par l'entreprise ou être insufflé par les internautes.

— C —

### **Chat**

Un chat (prononcer « tchat ») est une conversation sur Internet qui réunit deux personnes ou davantage. Qu'ils impliquent deux personnes ou un groupe, les chats sont généralement privés et textuels, bien qu'ils puissent inclure des GIF, des photos et même des enregistrements audio. WhatsApp et Facebook Messenger sont deux des plateformes de chat les plus utilisées.

### **Ciblage**

Le ciblage consiste à diffuser une annonce auprès d'un public donné sur les médias sociaux afin d'augmenter les conversions. Les réseaux sociaux proposent tout un éventail d'options de ciblage, basées sur des facteurs comme l'âge, l'emplacement et les centres d'intérêt.

### **Commentaire**

Un commentaire est un type d'engagement qui consiste pour un(e) de vos utilisateurs à répondre à une publication sur vos réseaux sociaux. Les commentaires peuvent être élogieux, véhiculer des questions ou exprimer un désaccord, et contribuent de façon générale aux conversations qui se tiennent sur les médias sociaux au sujet de votre contenu. Ils peuvent inclure du texte, des hashtags, des mentions @ et des émojis. Un grand nombre de commentaires indique que votre publication attire vos abonnés et boostera probablement sa position dans le fil d'actualité, en fonction de l'algorithme du réseau social.

### **Community manager**

Les community managers sont des professionnels des médias sociaux qui cimentent les relations au sein d'un groupe d'utilisateurs afin que la communauté agisse au nom de l'intérêt commun. Ils contribuent à développer des relations professionnelles et axées sur la marque en surveillant l'activité des fans et des abonnés et en interagissant avec eux sur les médias sociaux.

### **Compte vérifié**

Sur les médias sociaux, un compte vérifié est un compte pour lequel vous avez validé votre identité auprès de la plateforme. Cette vérification est généralement réservée aux marques, aux journalistes et aux personnalités publiques. L'objectif est de lutter contre la fraude et de protéger l'intégrité de la personne ou de l'entreprise derrière le compte.

## **Contenu(s) éphémère(s)**

Les contenus éphémères sont des publications sur les médias sociaux qui disparaissent après un laps de temps défini, généralement 24 heures. Les stories Facebook et Instagram et les Snaps sont des exemples de contenus éphémères.

— D —

## **Dark social**

Le dark social désigne un partage sur les médias sociaux dont la source ne peut pas être retrouvée. Cela signifie que le contenu a été partagé par le biais de canaux privés, comme des e-mails ou des applications de messagerie, et non de canaux publics tels que les fils d'actualité. Dans les programmes d'analyse, le dark social apparaît en tant que « trafic direct ».

## **Désabonnement**

Se désabonner de quelqu'un revient à se désinscrire de son compte sur les médias sociaux. Si vous préférez maintenir un lien avec un utilisateur sur les réseaux sociaux, mais que vous ne voulez plus voir ses publications, vous pouvez le mettre en sourdine.

## **Désactiver**

Sur les médias sociaux, la fonctionnalité de « mise en sourdine » vous permet de désactiver l'apparition des publications de certains utilisateurs, sans pour autant vous désabonner ou les supprimer de votre liste d'amis. Ils voient toujours quand vous êtes en ligne et vous pouvez interagir, mais leur activité n'apparaîtra plus dans votre fil d'actualité.

— E —

## **Émoji**

Les émojis sont de toutes petites images utilisées sur les canaux numériques, depuis les SMS jusqu'aux médias sociaux. Leurs prédécesseurs sont les émoticônes (comme le smiley), formés à partir de caractères d'un clavier classique. La première apparition des émojis date de la fin des années 1990. En 2010, le Consortium Unicode a approuvé la proposition de Google d'uniformiser les caractères émojis. Les systèmes iOS et Android intègrent tous deux des claviers dédiés aux émojis.

## **Engagement**

L'engagement désigne toute forme d'interaction avec votre marque sur les médias sociaux. Les mentions J'aime, les commentaires et les partages sont des formes d'engagement.

## **Espionner**

Dans le contexte des médias sociaux, « espionner » une personne ou une marque revient à suivre de très près ses comptes, sans interagir avec ses publications. Malgré la connotation négative du mot, ce n'est pas nécessairement quelque chose de négatif. C'est une forme répandue de recherche sur Internet, par exemple lorsque les entreprises se renseignent sur de nouveaux employés potentiels.

— F —

## **Fan**

Un « fan », est une personne qui aime votre page Facebook. Le terme « fan » est également employé par d'autres réseaux sociaux pour désigner une personne qui suit votre page.

## **Favoris**

À l'origine, Twitter utilisait le terme pour désigner les mentions J'aime. Les favoris étaient signalés par une icône en forme d'étoile. Cependant, Twitter utilise désormais une icône en forme de cœur ainsi que les mentions J'aime, à l'image des autres réseaux sociaux.

## **Fil d'actualité**

Il s'agit du terme utilisé par Facebook et LinkedIn pour désigner l'écran où s'affichent les dernières actualités publiées par les personnes auxquelles vous êtes abonné(e). Sur d'autres réseaux sociaux, ce flux est simplement qualifié de fil.

## **Fil de discussion**

Un fil de discussion est une série de messages qui constituent une conversation. Après un premier message, les fils de discussion continuent avec une suite de réponses ou de commentaires. Les fils de discussions sont essentiels, puisqu'ils permettent de suivre facilement les conversations dans la plupart des communications en ligne, dont les médias sociaux et les e-mails.

## **Filtre**

Un filtre est un effet photo qui peut être appliqué sur des images avant leur publication. Il peut ajouter un simple effet noir et blanc ou sépia, mais aussi des effets plus élaborés, comme des couronnes de fleurs ou des oreilles de chien. Instagram, Snapchat, Facebook Messenger et beaucoup d'autres applications proposent des filtres grâce à l'intégration de l'appareil photo.

## **Follow – Unfollow**

Pure création des réseaux sociaux, ces termes indiquent respectivement le fait de suivre un profil sur un réseau et l'action de se désabonner d'un compte ou d'un contact.

Aussi vrai que l'expression « Week-end » a remplacé la « fin de semaine », soutenus par la culture populaire, ces termes remplacent déjà totalement leur équivalents français.

## — G —

## **GIF**

GIF est l'acronyme de Graphics Interchange Format, un format de fichier qui prend en charge les images statiques et animées. Les GIF sont devenus un moyen populaire de réagir sur les médias sociaux sans écrire. Facebook et Twitter prennent en charge les GIF animés.

## **Ghoster**

Un groupe est une communauté en ligne sur un réseau social. Les groupes peuvent être soit publics, soit privés. Les membres qui partagent un centre d'intérêt peuvent échanger des informations et discuter de sujets relatifs au thème du groupe. Facebook et LinkedIn proposent tous deux cette fonctionnalité sur leur plateforme.

## **Groupe**

Un groupe est une communauté en ligne sur un réseau social. Les groupes peuvent être soit publics, soit privés. Les membres qui partagent un centre d'intérêt peuvent échanger des informations et discuter de sujets relatifs au thème du groupe. Facebook et LinkedIn proposent tous deux cette fonctionnalité sur leur plateforme.

## — H —

## **Hangout**

Un Hangout est un appel vidéo ou vocal entre deux ou plusieurs personnes réalisé avec le service Google Hangouts. En 2019, Google Hangouts a été divisé en deux produits : Google Hangouts Chat et Google Hangouts Meet. Conçu pour les visioconférences, Google Hangouts Meet inclut plusieurs fonctionnalités telles que le partage d'écran, et permet de proposer des présentations vidéo à des groupes de 30 personnes maximum.

## **Hater**

Personne qui déteste quelque chose ou quelqu'un et qui le fait savoir le plus possible autour de lui dans la communauté des réseaux sociaux

## **Hashtag**

Les hashtags sont des mots ou de courtes expressions, précédés du symbole #. Ils sont utilisés sur les médias sociaux pour replacer des publications dans une conversation (comme #HootChat) ou un sujet (comme #Superbowl) à la portée plus étendue. Quand vous cliquez sur un hashtag, vous pouvez consulter les dernières publications qui le mentionnent. Il est également possible de chercher des hashtags, ce qui rapproche leur rôle de celui des mots-clés.

## — I —

## **Influenceur(se)**

Un(e) influenceur(se) est un(e) utilisateur(rice) des médias sociaux qui dispose d'un public important et peut ainsi faire parler d'une tendance, d'un sujet, d'une entreprise ou d'un produit. Du point de vue des marketeurs, les influenceurs idéaux sont également des ambassadeurs passionnés des marques.

## **Intelligence artificielle (IA)**

L'intelligence artificielle est la capacité des ordinateurs, logiciels ou machines d'apprendre et de s'adapter d'une manière semblable aux êtres humains. Par exemple, les chatbots utilisent l'intelligence artificielle pour communiquer et répondre à des questions, tandis que les assistants domotiques comme

Alexa utilisent l'IA pour apprendre petit à petit à mieux répondre à vos demandes. Plus vous interagissez avec un logiciel d'IA, plus il deviendra « intelligent », car il aura plus de données à exploiter.

## — J —

### **J'aime**

Une mention J'aime est une forme d'engagement sur les médias sociaux. En un simple clic, vous pouvez rapidement montrer que vous aimez le contenu publié. Sur Facebook, le bouton J'aime est un pouce levé, tandis que sur Instagram et Twitter, cette mention est signalée par un cœur. « Aimer » du contenu fonctionne comme un système de marque-page, puisque vous pouvez à tout moment accéder aux contenus que vous avez « aimés ».

## — L —

### **Légende**

Une légende est une description qui accompagne une photo publiée sur les médias sociaux. Elle peut inclure du texte, des hashtags, des mentions @ et des émojis. Ces légendes jouent un rôle important dans l'explication de l'histoire derrière votre photo et dans la stimulation de l'engagement.

### **Livestream/Streaming**

Un streaming en direct (ou « livestream ») est une vidéo filmée et partagée en temps réel sur Internet. Aujourd'hui, la plupart des réseaux sociaux incluent une fonctionnalité de streaming en direct permettant d'interagir avec les spectateurs, qui peuvent envoyer des questions et des commentaires par écrit tout au long de la diffusion.

### **Lurker**

Ce terme sert à désigner une personne qui regarde un fil d'actualité ou appartient à un groupe sur les médias sociaux mais qui n'interagit jamais avec le contenu, en cliquant sur J'aime ou en commentant, par exemple.

## — M —

### **Marketing digital**

Le marketing digital consiste à utiliser les médias sociaux pour renforcer la notoriété d'une marque, identifier les publics clés, générer des leads et nouer des relations significatives avec les clients. Le marketing digital doit s'intégrer à une stratégie globale, qui inclut le service client sur les médias sociaux, la gestion des communautés et le social selling.

### **Mème**

Les mèmes sont des blagues ou des commentaires créés dans le but d'être partagés sur les réseaux sociaux. Ils prennent généralement la forme d'images ou de GIF accompagnés de texte, qui est superposé à l'image ou ajouté au-dessus.

### **Mention**

Une mention est l'action d'identifier un(e) utilisateur(rice) dans un message sur les médias sociaux. Aussi appelées mentions @, elles déclenchent généralement l'envoi d'une notification pour l'utilisateur(rice) concerné(e) et permet à votre public d'accéder à sa biographie ou à son profil.

### **Message instantané**

Un message instantané (MI) est un message envoyé en temps réel à l'aide d'une plateforme en ligne.

### **Messenger**

Messenger est l'application de messagerie instantanée de Facebook. Cette application, qui s'appelait à l'origine Facebook Messenger, permet aux utilisateurs de Facebook de s'envoyer des messages directs à l'aide d'un appareil mobile ou en passant par les navigateurs des ordinateurs de bureau.

## — N —

### **Newsjacking**

Aussi connu sous le nom de trendjacking, le newsjacking consiste à faire référence à une actualité ou à un sujet tendance dans le but d'atteindre le public qui suit cette actualité. Les hashtags sont un bon moyen d'associer du contenu à des actualités. Le newsjacking ne fonctionne que si le contenu a un rapport étroit avec l'actualité en question.

## **Notification**

Une notification est un message ou une alerte indiquant une nouvelle activité sur les médias sociaux. À titre d'exemple, si quelqu'un « aime » l'une de vos photos sur Instagram, vous pouvez recevoir une notification sur votre téléphone pour vous en informer.

## **NFT**

Un NFT, ou token non fongible, est un token unique certifiant à son détenteur la propriété d'un bien numérique (objet de collection, item d'un jeu vidéo, oeuvre d'art numérique, etc.) ou physique (oeuvre d'art, immobilier et bien d'autres).

Le premier domaine qui vient à l'esprit lorsque l'on parle de NFT est l'art. En effet, cette technologie permet de stocker n'importe quel objet numérique sur la blockchain : image, vidéo, GIF, etc. Toutefois, le NFT ajoute une dimension de certificat numérique de possession de ce bien, inscrit à jamais dans la blockchain (technologie qui permet de garder la trace d'un ensemble de transactions, de manière décentralisée, sécurisée et transparente, sous forme d'une chaîne de blocs).

— O —

## **Opinion**

L'opinion (ou « sentiment ») représente la perception que les internautes ont de votre marque sur les médias sociaux. Plutôt que de mesurer le nombre de publications ou d'engagements liés à votre marque, cet indicateur collecte les opinions et cerne l'attitude des utilisateurs dans les publications.

— P —

## **Portée**

Sur les médias sociaux, la portée désigne le nombre total de personnes qui ont été exposées à une publication ou à une annonce. Elle n'indique pas nécessairement le nombre de personnes qui ont réellement vu votre contenu, car elles ont pu le faire défiler sans le regarder. La portée indique simplement que le contenu est apparu dans leur fil d'actualité au moins une fois. Les outils d'analyse des médias sociaux distinguent généralement la portée naturelle et la portée payée.

## **Privée**

Sur les médias sociaux, un compte ou un groupe privé est invisible aux yeux du public. Les informations de base du compte ou du groupe, comme la photo de profil et le nom, sont visibles pour tout le monde, mais le contenu qui y est partagé est accessible uniquement aux abonnés ayant été approuvés. Sur Twitter, on dit d'un compte privé qu'il est « protégé ».

## **Programmation**

La programmation fait référence à la planification d'actualités et de contenus sur les médias sociaux à l'avance via une plateforme de gestion des médias sociaux ou un autre outil de publication. La programmation permet aux utilisateurs de gagner du temps en préparant plusieurs messages à la fois. Souvent utilisée dans le cadre de processus d'approbation des publications ou de campagnes marketing de grande envergure, cette méthode permet également de planifier la publication d'articles en fonction des fuseaux horaires de divers publics.

## **Pseudo**

Votre pseudo est votre nom d'utilisateur sur un réseau social, qu'on trouve généralement représenté ainsi : @nom d'utilisateur. Il peut être utilisé dans l'URL personnalisée de vos réseaux sociaux. Il est conseillé d'utiliser le même pseudo sur tous les réseaux sociaux pour que de potentiels futurs abonnés trouvent vos comptes plus facilement.

## **Publications épinglées**

Une publication épinglée est une publication qui a été enregistrée en haut de votre page ou de votre profil sur Facebook ou Twitter. Épingler une publication est un excellent moyen d'afficher une annonce importante ou de mettre en avant vos meilleurs contenus.

## **Publications sponsorisées**

Les publications sponsorisées sont des publications sur les médias sociaux dans lesquelles un influenceur ou une célébrité présente une marque ou un produit qu'il a été payé pour promouvoir. Ces publications doivent être identifiées en tant que publicités par des hashtags tels que #publicité ou #sponsorisé.

### **Réalité virtuelle**

La réalité virtuelle plonge l'utilisateur dans une expérience immersive et interactive qui simule numériquement un environnement. Les casques « VR » sont les interfaces de réalité virtuelle les plus courantes.

### **Réalité augmentée (RA)**

La réalité augmentée (RA) utilise des effets générés par ordinateur pour agrémenter la réalité que nous percevons avec nos yeux et nos oreilles. Les filtres de visage des applications de médias sociaux comme Snapchat ou Instagram sont les exemples les plus courants. Votre visage est « augmenté » à l'aide d'effets visuels (et parfois sonores) créés par le réseau social. Utilisée avec créativité, la réalité augmentée permet de nouvelles interactions entre des clients potentiels et votre marque : ils pourraient par exemple voir si vos produits s'intégreraient bien à leur décoration d'intérieur ou quelles lunettes leur iraient le mieux.

### **Réaction**

Les réactions sont une forme d'engagement sur Facebook. En plus des mentions J'aime, les réactions incluent J'adore, Solidaire, Haha, Wouah, Triste et Grrr, chacune accompagnée d'un émoji. Les utilisateurs de Facebook peuvent accéder à l'option de réaction en survolant le bouton J'aime ou en appuyant longuement dessus.

### **Recommandation**

Une recommandation est un témoignage apporté sur LinkedIn. Vous pouvez fournir des recommandations à vos connexions ou leur demander de vous en fournir une. Les recommandations apparaissent sur votre profil public.

### **Répondre**

Il s'agit d'une fonctionnalité des médias sociaux qui vous permet de répondre publiquement au commentaire d'un(e) autre utilisateur(rice), ce qui a pour effet de créer un fil de commentaires. Sur Twitter, vous pouvez répondre en cliquant sur l'icône dédiée aux commentaires visible sous les tweets. Sur les autres réseaux sociaux, vous trouverez un bouton ou un lien permettant de répondre.

### **Republier**

Republier permet de mettre en avant le contenu d'un(e) autre utilisateur(rice) sur les médias sociaux. On parle notamment de regram sur Instagram, de réépingler sur Pinterest et de retweeter sur Twitter. Cela englobe également le partage de la publication Instagram d'un(e) autre utilisateur(rice) dans votre story Instagram.

### **Screeener**

« Faire une capture d'écran » : c'est ainsi que l'on définirait l'action de prendre en photo l'écran de son smartphone si l'expression « screener » n'avait pas intégré le langage courant. Qu'il s'agisse de souvenirs ou de preuves, les « screens » occupent depuis quelques années une place importante dans la vie des mobinautes !

### **Scroller**

De l'anglais « to scroll » (faire défiler), ce terme est de nos jours utilisé pour qualifier l'action de « dérouler » les pages Internet en les faisant défiler avec les doigts ou la souris !

### **Selfie**

Un selfie est une photographie en autoportrait, généralement prise via la caméra frontale d'un smartphone et partagée sur les médias sociaux.

### **Spam**

Les spams sont des contenus inutiles, non sollicités ou répétitifs qui engorgent les boîtes de réception et encombrant les fils d'actualité sur les médias sociaux. Le terme « spam » est utilisé pour décrire les courriers indésirables depuis le tout début d'Internet.

### **Sponsoriser**

Ce terme est employé dans différents contextes par plusieurs réseaux sociaux, mais il indique toujours qu'un type de paiement a été effectué pour accéder à un public plus important que celui accessible uniquement via du contenu naturel.

Facebook utilise le terme « booster » pour désigner la sponsorship d'une publication spécifique et le terme « promouvoir » pour la publicité relative à une page. Twitter propose des tweets, des tendances et des comptes sponsorisés, mais aussi le Mode sponsorship, un programme de publicité automatisé.

### **Snap**

Snap est l'entreprise qui possède Snapchat, une application de photo et vidéo lancée en 2011. Les publications sur Snapchat sont aussi appelées « Snaps ». Les utilisateurs peuvent ajouter des filtres, du texte, des dessins ou des émojis à leur contenu avant de l'envoyer. Les messages directs s'affichent 10 secondes puis disparaissent définitivement et sont effacés des serveurs de l'entreprise. Les Stories Snap permettent aux utilisateurs de partager des Snaps qui peuvent être lus pendant 24 h maximum.

### **Stories**

Les stories sont un type de contenu éphémère sur Facebook, Instagram et Snapchat. Elles disparaissent au bout de 24 heures.

### **Swiper**

Depuis quelques années, « le swipe » désigne le fait de déplacer son doigt sur un écran tactile pour provoquer une action. Petit par le geste mais grand par l'effet, ce dernier a permis aux marques d'offrir une nouvelle façon de naviguer. À la recherche de l'amour ou d'un week-end entre amis, le swipe donne accès à de multiples possibilités en un simple glissement de doigt.

—T—

### **Tag**

Un tag est un mot-clé ajouté à une publication sur les médias sociaux pour en classer le contenu. Cette fonctionnalité peut aussi être utilisée pour identifier quelqu'un dans une publication ou dans une photo. Une fois la personne « taguée », son profil est associé au contenu via un lien. Les utilisateurs peuvent supprimer les tags indésirables depuis leur profil.

### **Tendance**

Un sujet ou hashtag est tendance (« trending ») quand il est populaire à un moment donné sur les médias sociaux. Sur les réseaux sociaux comme Twitter et Facebook, les tendances sont mises en avant pour encourager les conversations et l'engagement des utilisateurs. Le concept de « tendances » a d'abord été popularisé par Twitter. Depuis, d'autres réseaux lui ont emboîté le pas. Les tendances affichées sur Twitter et Facebook sont basées sur votre emplacement, sur les utilisateurs auxquels vous êtes abonné(e) et sur le contenu que vous aimez.

### **Troll**

Un troll est un utilisateur qui publie des messages délibérément choquants ou énervants sur les médias sociaux dans le seul but de provoquer les autres utilisateurs.

### **Tweet**

Un Tweet est une publication sur Twitter. Les Tweets sont limités à 280 caractères. Ils peuvent inclure des photos, des vidéos et des liens. Ils sont publics par défaut.

—V—

### **Viral**

Quand une publication devient virale sur les médias sociaux, c'est qu'elle génère un nombre inhabituellement élevé d'engagements. Un nombre très élevé de partages est le signe le plus évident de la viralité d'une vidéo, puisqu'il signifie que la publication se propage sur Internet comme un virus.

### **Vlog**

« Vlog » est un mot-valise constitué des mots « vidéo » et « blog ». Un vlog est donc un blog vidéo. Un utilisateur qui publie des vlogs est appelé « vlogueur ».

—W—

### **Webinaire**

« Webinaire » est un mot-valise constitué des mots « Web » et « séminaire ». Un webinaire est un exposé pédagogique ou informatif, diffusé en ligne. Les spectateurs peuvent regarder des webinaires sur leur ordinateur ou sur un autre appareil. Souvent, ils peuvent discuter avec le conférencier ou avec les autres participants via chat ou vidéo.