

Directives pour les publications sur Facebook

Unifr @ Facebook

La page Facebook de l'Université de Fribourg peut et doit être utilisée par tous les membres de la communauté universitaire afin d'y promouvoir des événements et d'y mettre en avant l'actualité en lien avec l'Université. Afin de garantir les mêmes chances d'accès à tous, des directives sont nécessaires. Celles-ci sont obligatoires et concernent tous les comptes Facebook, gérés par un organe officiel de l'Université de Fribourg.

Publications

Les publications (posts) sont principalement composés d'un texte accompagné d'une image ou d'une vidéo. Même ceux renvoyant à d'autres sites Internet ou d'autres éléments doivent contenir une image. Quand c'est possible, nous utilisons nos propres créations. Si aucune image adéquate n'est disponible, nous les téléchargeons sur une base de données (ex. : Thinkstock). Respectueux du travail des autres, nous nous faisons un devoir de toujours en mentionner la source de l'image utilisée et nous indiquons clairement le copyright — en interne également. Nous respectons également le bilinguisme de notre Université et gardons donc un équilibre des langues au travers de nos publications.

Images

- L'univers visuel de l'Université est actuel, compréhensible, montre notre institution sous son meilleur jour et respecte au mieux la vie privée des personnes figurant sur les photos.
- Nous respectons le travail des autres, c'est pourquoi, nous mentionnons toujours la provenance des images utilisées et nous indiquons clairement le copyright — en interne également.
- Les images utilisées répondent toujours aux hautes exigences de qualité de l'Université. Les points suivants doivent être pris en considération et appliqués selon les normes professionnelles :
 - Luminosité
 - Cadrage
 - Conception graphique
 - Lignes de fuite
 - Originalité
 - Composition des couleurs
 - Taille : min. 400x400px pour une résolution de 72 dpi
 - La taille des photos de couverture est d'exactly 851x315px pour une résolution minimum de 72 dpi
- S'il faut avoir recours à des programmes d'édition d'images, nous laissons le soin à des graphistes professionnels de s'en occuper.
- Nous sommes pleinement conscients que des images de qualité non professionnelle montrent l'Université sous un jour défavorable.

Textes

- Nos contributions écrites répondent à de hautes exigences rédactionnelles.
- Nous rédigeons toujours nos contributions en respectant les règles grammaticales et orthographiques, et cela dans toutes les langues utilisées.
- Nous rédigeons nos contributions au moins en français et en allemand. Nous utilisons soit les deux langues dans un même post ou, plus généralement, nous essayons de

respecter un juste équilibre entre les deux langues au travers de nos différentes publications.

- Si nous rédigeons des posts bilingues, nous écrivons d'abord le texte en français, puis en allemand.
- Nous traduisons uniquement vers notre langue maternelle. Quand, pour une traduction, nous avons recours à une langue étrangère, nous demandons à une personne de langue maternelle de s'en charger.
- Nous sommes pleinement conscients qu'une traduction non professionnelle nuit à l'image d'excellence de l'Université.
- Pour tous les canaux des médias sociaux, nous nous engageons à rédiger des textes courts et percutants.
- Nous vouvoyons notre public cible.
- Nous écrivons le jour de la semaine avant la date annoncée de l'événement.
- On peut également utiliser l'anglais pour des expressions connues et communes (ex : «Wanted» quand on cherche des volontaires, etc.)

Vidéos

- Nous produisons des vidéos de qualité professionnelle.
- Nous respectons les droits d'auteur des autres producteurs de vidéos.
- Nous n'utilisons pas de musique dont nous ne détenons pas les droits.
- Des photos alignées les unes derrière les autres ne sont pas considérées comme des vidéos et font partie de la catégorie «images».