



:. ontario library association

## Politiques et procédures de gouvernance

<b>Politique : Politique sur les médias sociaux</b>	
<b>Numéro de référence : G 5.2.4</b>	<b>Type de politique : Administrative</b>
<b>Date d'approbation : 23 septembre 2016</b>	<b>Date de revision : tous les trois ans</b>

### **INTRODUCTION :**

La politique sur les médias sociaux de l'Association des bibliothèques de l'Ontario (ABO) régit les communications sur les plateformes existantes ou émergentes de médias sociaux. Les bénévoles (c'est-à-dire le conseil d'administration, les conseils, les comités, les éditeurs de publications) et le personnel de l'ABO sont des porte-parole de l'association qui doivent respecter la réputation de l'ABO tout en respectant les *parties prenantes* de l'Association. Bien que les bénévoles et le personnel de l'Association soient encouragés à partager les événements, les programmes, les services et les nouvelles de l'ABO, ils doivent adhérer à cette politique lorsqu'ils communiquent sur les réseaux sociaux.

### **OBJECTIF :**

Cette politique est en harmonie avec la politique de confidentialité et le code de conduite de l'Association et complète les politiques existantes ou émergentes concernant l'utilisation de la technologie, de l'informatique, du courrier électronique et d'Internet. Les questions ou les préoccupations concernant les communications dans les médias sociaux peuvent être adressées au service des communications de l'ABO à [communications@accessola.com](mailto:communications@accessola.com).

### **Définitions :**

Aux fins de la présente politique, **médias sociaux** désigne des plateformes qui publient des commentaires en temps réel non filtrés, y compris des blogues, des forums, des wikis et des plateformes de réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter, Flickr, Instagram et YouTube, etc.).



:. ontario library association

Les **abonnés** sont des personnes qui sont des adeptes ou des suiveurs d'un compte de médias sociaux. Les abonnés reçoivent des mises à jour en temps réel sur les communications des médias sociaux sur leur fil de nouvelles.

Les **parties prenantes** sont des personnes et des organisations présentes sur les réseaux sociaux qui s'intéressent aux activités de l'Association des bibliothèques de l'Ontario. Il peut s'agir de membres, de fournisseurs, du milieu de l'édition, de représentants du gouvernement ou de partenaires.

Le **contenu des médias sociaux** comprend des publications d'origine ou du contenu partagé (photos, GIF, vidéos, hyperliens et texte).

## **PROCÉDURES :**

### **1. Création de comptes de médias sociaux**

L'objectif des comptes de médias sociaux de l'ABO consiste à promouvoir des événements et des activités, à fournir des nouvelles et des mises à jour, à participer à des conversations liées aux bibliothèques et à communiquer avec les parties prenantes. Les comptes primaires de l'ABO et de la Forêt de la lecture sont gérés par le personnel désigné de l'ABO. En raison du roulement naturel, les bénévoles de l'ABO n'ont peut-être pas les ressources nécessaires pour parvenir à maintenir systématiquement les comptes de médias sociaux. Après approbation du personnel, des comptes supplémentaires peuvent être gérés par des membres choisis de l'ABO.

Il est recommandé que les bénévoles de l'ABO utilisent les mots-clés populaires de l'ABO pour promouvoir le contenu. Ce sont #edinstitute, #OLASC, #olamentoring, #OLAPeople, etc.

Si un conseil ou un comité souhaite créer un compte de médias sociaux distinct, il doit s'adresser à [communications@accessola.com](mailto:communications@accessola.com) pour faire réaliser une évaluation des besoins et obtenir ainsi de l'assistance en matière de formation, d'image de marque et de soutien. Il faut faire le nécessaire pour intégrer la gestion des réseaux sociaux dans le mandat du comité ou du conseil, et une personne compétente devrait être nommée responsable du maintien du compte de manière périodique et diligente. Les mots de passe des comptes de médias sociaux doivent être fournis au service des communications.



:. ontario library association

## 2. Publication et réponse au nom de l'ABO

Les publications doivent respecter les critères suivants :

- **Maintenir la transparence** : Promouvoir l'honnêteté et l'intégrité dans les communications en publiant des informations véridiques, objectives et complètes.
- **Respecter les impératifs de qualité** : Le contenu affiché doit être dénué d'erreurs d'orthographe, dans un format grammaticalement correct et en utilisant le moins possible les abréviations.
- **Faire preuve de respect** pour divers modes de vie, opinions et valeurs. Les messages doivent être conformes à la Charte canadienne des droits et libertés. L'ABO ne tolérera pas de contenu public qui intimide, discrimine ou harcèle autrui. Ceci comprend les propos :
  - diffamatoires : haineux, diffamatoires ou autrement nuisibles sur les médias sociaux.
  - harcelants : des commentaires qui dévalorisent ou blessent constamment un autre individu
  - discriminatoires : du contenu qui démontre la haine envers une orientation sexuelle, un genre, une race, une religion, une origine ethnique ou une capacité en particulier.
- **Attribution et propriété** : Assurez-vous que le crédit est accordé à d'autres personnes pour leur travail, selon le type de média, le cas échéant. Demandez l'autorisation, le cas échéant, et respectez la loi sur le droit d'auteur.
- **Confidentialité et protection de la vie privée** : Les renseignements confidentiels ou sensibles sur les fournisseurs, les conférenciers, les partenaires, les membres ou d'autres personnes ne doivent pas être diffusés ou discutés sur les réseaux sociaux.

## 3. Utilisation de comptes personnels pour interagir avec les médias sociaux de l'ABO

Un compte personnel de médias sociaux peut avoir un public au-delà de ses abonnés et pourrait être partagé avec les parties prenantes de l'ABO. Il faut donc revoir les paramètres de confidentialité des comptes personnels des réseaux so-



:. ontario library association

ciaux. Le personnel et les bénévoles devraient inclure un avertissement dans leurs profils ou leurs publications (le cas échéant), qui indique que les opinions exprimées dans leur contenu sur les réseaux sociaux ne sont pas celles de l'Association. Le personnel de l'ABO doit consulter les politiques et les procédures du personnel pour obtenir des conseils plus poussés.

#### **4. Fermeture des comptes de médias sociaux**

Les comptes de médias sociaux peuvent être résiliés si le contenu ne produit pas suffisamment d'intérêt, ou s'il n'y a pas assez de contenu partagé. Le personnel des communications peut aider dans l'évaluation des besoins, qui documente les suiveurs, les partages et les clics sur les liens du compte, et prodiguer des conseils sur les exigences en matière d'archivage.

#### **Références**

- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE) [http://www.acfe.com/uploadedFiles/ACFE\\_Website/Content/documents/sample-documents/sample-social-media-policy.pdf](http://www.acfe.com/uploadedFiles/ACFE_Website/Content/documents/sample-documents/sample-social-media-policy.pdf)
- Hubspot <http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/29441/5-Noteworthy-Examples-of-Corporate-Social-Media-Policies.aspx>
- Université Brock [https://brocku.ca/marketing-communications/social-media/guidelines#Personal\\_Privacy](https://brocku.ca/marketing-communications/social-media/guidelines#Personal_Privacy)