

Titre : Politique en matière de médias sociaux

Date de révision :

Date d'approbation :

1. Buts

La présente politique en matière de médias sociaux (la « **politique** ») a pour buts de favoriser le réseautage professionnel, de favoriser la communication en temps opportun et d'élargir la base de connaissances en matière de soins infirmiers des membres de la Société canadienne des infirmières et infirmiers en gastroentérologie et travailleurs associés (**SCIIGTA**).

2. Champ d'application

La présente politique s'applique à tous les administrateurs, dirigeants de chapitre, membres et associés de la SCIIGTA.

3. Les médias sociaux : définition

Les médias sociaux sont une forme de média où les publications sont librement accessibles et où les activités ne sont pas privées. Les médias sociaux incluent, sans s'y limiter, les sites de réseautage social (Facebook, Myspace, Foursquare, LinkedIn), les sites de microblogage (Twitter), les blogues (d'associations et personnels, ainsi que les commentaires), les sites Web de partage vidéo et photo (YouTube et Flickr), les forums et les groupes de discussion (Google Groups, Yahoo) et les encyclopédies en ligne.

4. Objectifs

4.1 Établir une ligne directrice en vertu de laquelle les membres et les associés peuvent participer de manière responsable et constructive aux activités qui ont cours sur les médias sociaux, tant de manière officielle que non officielle.

4.2 Promouvoir un environnement commun sécuritaire pour échanger les expertises dans le domaine.

5. Principes directeurs

5.1 La SCIIGTA est confiante que ses membres fassent preuve de responsabilité personnelle et professionnelle lorsqu'ils utiliseront les médias sociaux et ne trahiront pas la confiance d'autrui ni n'utiliseront la présence de la SCIIGTA sur les médias

sociaux à leurs fins personnelles ou d'une manière qui représente faussement l'association.

5.2 La SCIIGTA croit en la transparence et en l'honnêteté. Lorsque vous représentez la SCIIGTA, utilisez votre vrai nom. Ne publiez pas de renseignements divulguant votre vie privée.

5.3 L'information publiée sur les médias sociaux doit être conforme à l'orientation stratégique, à la mission et au système de valeurs de la SCIIGTA.

5.4 Les membres et les associés qui publient des renseignements qu'il est illégal, obscène ou harcelant de publier ou encore des renseignements faux seront passibles de mesures disciplinaires (interdiction d'accéder au site, perte d'adhésion). Les usages inappropriés pourront être signalés au président ou au président élu du Conseil national.

5.5 L'utilisation à des fins personnelles de l'image de marque et des logos de la SCIIGTA, ainsi que de ses publications, est interdite à moins d'une autorisation du Conseil national ou de l'éditeur.

5.6 Lorsque vous publiez des contenus, respectez les autres membres, les membres associés et les relations que la SCIIGTA a avec les sociétés et entreprises de l'extérieur ainsi qu'avec les associations et communautés de pratique.

Références

s

American Nurses Association (n.d.). ANA and NCSBN unite to provide guidelines on social media and networking for nurses.

AMP3 Public Relations (2010). AMP3 social media guidelines 2010. Consulté à l'adresse <http://amp3pr.com/social-media-marketing-and-pr-20/social-media-guidelines/>

Association médicale canadienne (2014). Les médias sociaux et les médecins canadiens : Enjeux et règles d'engagement. Consulté à l'adresse <https://www.cma.ca/fr/pages/social-media-use.aspx>

Card, N., et Pinczuk, N. (2012). What happens on facebook... doesn't always stay there: creating a social media policy for your ministry. *Canadian Council of Christian Charities*, 2, 1-5.

Government of Alberta (n.d.). Government of Alberta social media policy- web 2.0 policy.

National Labor Relations Board (2012). Social media policy template. Consulté à l'adresse <http://ericschwartzman.com/pr/schwartzman/social-media-policy-template.aspx>