



Politique sur la gestion et l'utilisation des médias sociaux

Numéro du document normatif	
Instance d'approbation	Conseil de gouvernance
Responsabilité administrative	Vice-rectorat aux partenariats, collectivité et relations internationales
Date d'approbation	29 juin 2021
Date d'entrée en vigueur	29 juin 2021
Date de révision	

1. Objectif

L'Université de l'Ontario français (ci-après « Université ») désire encadrer la gestion et l'utilisation des médias sociaux par les membres de sa communauté universitaire. Cette politique vise à sensibiliser et outiller ces personnes sur l'utilisation adéquate de ces moyens de communication en établissant les modalités, responsabilités et limitations qui s'y rattachent.

2. Champ d'application et portée

La présente politique s'applique à l'ensemble de la communauté universitaire.

3. Valeurs et principes d'application

L'utilisation des médias sociaux est un privilège et non un droit, et s'exerce dans le respect des règles d'éthique, de la protection des informations qui relèvent de la vie privée ainsi que de la protection de données confidentielles nécessaires à la saine gestion de l'Université.

4. Lois, règlements et politiques applicables

La présente politique doit être interprétée conformément aux lois et règlements fédéraux, provinciaux et municipaux applicables ainsi qu'en harmonie avec les politiques et directives de l'Université, dont notamment :

- Politique sur la liberté d'expression,
- Politique sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée,
- Directive sur l'écriture inclusive,
- Énoncé sur la liberté et l'intégrité académique.

5. Responsabilités et interprétation

La mise en œuvre et la veille du respect de la présente politique incombe au Vice-rectorat aux partenariats, collectivités et relations internationales.

6 Définitions

« Communauté universitaire » : comprend les étudiantes et étudiants de l'Université, les personnes en lien d'emploi avec l'Université, les personnes membres des instances statutaires de l'Université, les partenaires, concessionnaires ou autres collaborateurs et collaboratrices de l'Université.

« Médias sociaux » : désignent les outils et les sites permettant aux individus de diffuser de la nouvelle et de s'impliquer dans des échanges sur Internet et de participer à des interactions sociales. Les applications sociales de médias comprennent, notamment :

- les sites de réseaux sociaux tels que Facebook et LinkedIn ;
- les sites de partage de photos et de vidéos tels que Pinterest, Flickr, YouTube, Instagram;
- les sites de microblogue tel que Twitter;
- les blogues;
- les forums et les babillards de discussion tels que Google et Yahoo;
- les encyclopédies en ligne tels que Wikipedia, Sidewiki;
- toute autre plateforme permettant le réseautage.

7. Principes généraux

7.1. L'Université reconnaît que l'utilisation des médias sociaux est un outil qui lui permet de :

- faire rayonner et accroître sa visibilité et sa notoriété;
- recruter et fidéliser sa clientèle étudiante ainsi que les membres de son personnel;
- mener et promouvoir ses activités ;
- appuyer les événements de ses partenaires ;
- engager des conversations avec les collectivités , incluant la clientèle étudiante, le personnel, les partenaires et le public.

7.2. Les membres de la communauté universitaire qui utilisent les médias sociaux sont responsables de leurs messages et actions sur ces plateformes ainsi que des échanges ou conversations qu'elles et qu'ils y engendrent.

- 7.3. L'Université s'engage à assurer la sécurité et le bien-être de sa communauté tout en protégeant sa réputation et l'exercice de ses affaires. Ainsi, il est proscrit :
- d'utiliser les médias sociaux à des fins illégales et inappropriées, ou pour appuyer de telles activités et plus particulièrement;
 - de participer ou d'engendrer des conversations à caractère diffamatoire, offensant, obscène, harcelant, haineux, violent, menaçant, raciste, sexiste, ou homophobe;
 - de publier du contenu plagié ou contrevenant aux droits d'auteurs, aux marques de commerce, etc.;
 - d'utiliser les médias sociaux créés au nom de l'Université :
 - à des fins personnelles;
 - à des fins commerciales sans l'approbation appropriée;
 - en lobbying politique pour fin électorale.
- 7.4. L'Université se réserve le droit d'intervenir auprès des membres de sa communauté universitaire si elle juge :
- que sa réputation et son intégrité sont menacées;
 - que son nom est indûment utilisé
 - que la ou le membre de la communauté universitaire a agi de façon dérogatoire à la présente politique.
- 7.5. Une violation à la présente politique peut entraîner l'imposition :
- de mesures administratives ou disciplinaires auprès du personnel pouvant aller jusqu'au congédiement;
 - de mesures administratives ou disciplinaires auprès des étudiantes et étudiants pouvant aller jusqu'au renvoi;
 - de mesures diverses auprès des partenaires, concessionnaires ou autres collaboratrices et collaborateurs de l'Université pouvant aller jusqu'à l'arrêt d'une entente.

8. **Modification et révision**

La présente politique doit faire l'objet d'une révision un (1) an après son adoption par le Conseil de gouvernance, ensuite à tous les trois (3) ans.