

# **Lignes directrices pour une utilisation éthique et responsable des médias sociaux à l'Université de Montréal**

*Rhoda Weiss-Lambrou et les membres du*

## ***Groupe de travail sur les lignes directrices institutionnelles sur les médias sociaux***

Jean-Pierre Blondin, vice-recteur adjoint aux affaires professorales

Alexandre Chabot, secrétaire général

Robert David, professeur agrégé à la Faculté des sciences de l'éducation

Sorel Friedman, chargée de cours et responsable des cours de langue anglaise à la Faculté des arts et des sciences

Nathalie Gaucher, professeure adjointe de clinique à la Faculté de médecine

Fatine Kabbaj, représentante de l'Association générale des étudiants et étudiantes de la Faculté de l'éducation permanente

Sophie Langlois, directrice générale du Bureau des communications et des relations publiques

Marc-André Maheu-Cadotte, étudiant au doctorat à la Faculté des sciences infirmières

Sylvie Normandeau, vice-rectrice adjointe aux études de 1<sup>er</sup> cycle et à la formation continue (Vice-rectorat aux affaires étudiantes et aux études)

Diane Raymond, conseillère au Vice-rectorat aux affaires étudiantes et aux études

Annie-Claude Vanier, coordonnatrice aux affaires universitaires à la Fédération des associations étudiantes du campus de l'Université de Montréal

Sous la direction de

Louise Béliveau, vice-rectrice aux affaires étudiantes et aux études

*Le 15 février 2017*

## TABLE DES MATIÈRES

1. PRÉAMBULE.....	3
2. GLOSSAIRE .....	3
3. OBJECTIFS.....	4
4. PORTÉE.....	4
5. CADRES LÉGAL ET NORMATIF .....	4
6. PRINCIPES DIRECTEURS ET BONNES PRATIQUES.....	5
7. DISPOSITIONS FINALES .....	8
ANNEXE 1 Règlements et politiques officiels de l'Université de Montréal .....	9
ANNEXE 2 Chartes et lois associées.....	9
ANNEXE 3 Règles et conditions d'utilisation des plateformes de médias sociaux.....	9

## 1. PRÉAMBULE

---

Les médias sociaux connaissent un essor important en enseignement et en recherche; ils constituent des outils de plus en plus utilisés pour faciliter et promouvoir la communication, le partage d'informations, la collaboration et le réseautage social. De plus, un nombre croissant d'unités de l'Université de Montréal (l'Université) et de membres de la communauté universitaire sont présents sur les réseaux sociaux.

L'Université reconnaît l'importance et les avantages de l'utilisation des médias sociaux dans un environnement voué à l'enseignement et à la recherche. Néanmoins, le recours aux médias sociaux soulève des enjeux, notamment sur le plan éthique et sur celui de la responsabilité. Dans ce contexte, il devient essentiel pour l'Université de se doter de lignes directrices institutionnelles afin de favoriser les meilleures pratiques en la matière et d'encourager la communauté de l'UdeM à en faire un usage judicieux, informé, respectueux et responsable.

## 2. GLOSSAIRE

---

**Communauté universitaire** : ensemble des employés et des étudiants de l'Université.

**Confidentialité** : propriété d'une information qui n'est accessible qu'aux personnes ou unités désignées et autorisées et qui n'est divulguée qu'à celles-ci.

**Média social** : toute forme d'applications, de plateformes et d'outils en ligne visant à faciliter l'interaction et la collaboration ainsi que la création, la diffusion et le partage de contenus. Ces médias comprennent notamment les sites de réseautage (Facebook, LinkedIn, etc.), les blogues personnels ou d'entreprise (Blogger, Medium, WordPress, etc.), les encyclopédies en ligne (comme Wikipédia), les sites de microblogage (Twitter, Tumblr, etc.), les sites de partage de contenus (YouTube, Vimeo, iTunes, Instagram, etc.), les outils de messagerie et de discussion (Messenger, WhatsApp, Google Groups, etc.), les outils de diffusion synchrone et asynchrone (Snapchat, Facebook Live Video, Periscope, etc.) et les plateformes, applications ou outils technologiques permettant le réseautage et la communication en ligne.

**Probité intellectuelle** : qualité essentielle de toute activité scientifique et condition préalable à la crédibilité et à l'acceptation de la science. La probité repose sur les éléments suivants : respect de la méthode scientifique; honnêteté; objectivité et intégrité dans la collecte et l'analyse des résultats et des données; souci de rapporter d'une manière exacte les sources et les concepts utilisés, et de mentionner précisément l'origine des résultats; respect envers ses pairs par une juste reconnaissance du crédit scientifique dans un contexte de collaboration.

**Unité** : l'un ou l'autre des facultés, écoles, départements, services administratifs, ainsi que l'une ou l'autre des unités de recherche constituées par le Comité exécutif de l'Université.

### **3. OBJECTIFS**

---

Les présentes lignes directrices ont pour objectif de proposer un cadre d'utilisation responsable et éthique des médias sociaux par les membres de la communauté universitaire. Elles énoncent des principes directeurs et des bonnes pratiques quant à l'utilisation des médias sociaux dans un environnement universitaire.

Plus spécifiquement, les présentes lignes directrices visent à :

- promouvoir une utilisation éthique et responsable des médias sociaux à l'Université;
- sensibiliser les utilisateurs et utilisatrices aux enjeux associés à l'emploi des médias sociaux;
- assurer la protection du caractère confidentiel et privé de certaines informations;
- faire connaître les règlements et les politiques officiels associés aux médias sociaux.

### **4. PORTÉE**

---

Les présentes lignes directrices s'adressent à tous les utilisateurs et utilisatrices de médias sociaux de la communauté universitaire, notamment :

- les professeurs, chercheurs, chargés de cours, chargés d'enseignement clinique, professeurs de clinique et enseignants responsables de la supervision et de l'encadrement des étudiants;
- les étudiants des trois cycles d'études, les résidents et les auxiliaires d'enseignement;
- les membres du personnel non enseignant.

Elles s'appliquent non seulement lorsque l'on communique au nom de l'Université, mais aussi lorsqu'on intervient à titre personnel sur des sujets ou des activités associés à l'établissement, et ce, peu importe l'outil de communication utilisé. Elles sont destinées à mettre en évidence les meilleures pratiques et à encourager l'utilisation responsable des médias sociaux.

### **5. CADRES LÉGAL ET NORMATIF**

---

Les présentes lignes directrices ne constituent pas une politique de l'Université, mais elles sont compatibles avec le cadre normatif interne de l'Université; elles ne se substituent pas aux règlements et politiques officiels de l'Université, dont les règlements disciplinaires (voir l'annexe 1). Ces balises s'inscrivent également dans un contexte régi par certaines lois, notamment en matière de protection des droits et libertés et des renseignements personnels (voir l'annexe 2). Finalement, l'utilisateur ou l'utilisatrice des médias sociaux doit se conformer aux règles, conditions et modalités d'utilisation propres à chaque plateforme de média social (voir l'annexe 3).

Les unités de l'Université peuvent adopter des directives complémentaires aux présentes lignes directrices pour encadrer de façon plus particulière l'utilisation des médias sociaux quant à :

- l'autorisation requise pour la création de comptes sur les médias sociaux engageant de façon directe ou indirecte l'Université;
- la nomination de personnes responsables des médias sociaux;
- l'assujettissement à un code de déontologie ou à un code de vie;

- la responsabilité des contenus publiés sur les médias sociaux.

Conformément à l'objectif des présentes lignes directrices de promouvoir une utilisation responsable et éthique des médias sociaux, tout membre de la communauté universitaire peut signaler à un autre membre de la communauté un usage par ce dernier qu'il ou elle considère comme inapproprié. Par ailleurs, tout membre de la communauté peut signaler à son supérieur ou à une personne en autorité un usage qui déroge au cadre normatif de l'Université.

## **6. PRINCIPES DIRECTEURS ET BONNES PRATIQUES**

---

Les présentes lignes directrices sont fondées sur six principes directeurs guidant une utilisation éthique et responsable des médias sociaux par les membres de la communauté universitaire :

1. utilisation responsable, sécuritaire, prudente et diligente des médias sociaux;
2. protection des renseignements personnels et des données confidentielles;
3. maintien de relations professionnelles;
4. sauvegarde de sa réputation et de son image numérique;
5. application rigoureuse des règles de probité intellectuelle au partage de contenus;
6. protection de l'identité de l'Université.

### **Principe directeur n° 1**

#### ***Utilisation responsable, sécuritaire, prudente et diligente des médias sociaux***

Les médias sociaux permettent aux membres de la communauté universitaire de diffuser et d'échanger des contenus ou des idées aux fins d'information, d'enseignement ou de recherche. Tout utilisateur ou toute utilisatrice des médias sociaux est personnellement responsable du contenu qu'il publie sur ces médias et de l'usage qu'il en fait. Tout en reconnaissant la liberté d'expression comme droit fondamental, celle-ci doit s'exercer dans le respect des autres droits protégés par les lois tels que le droit au respect de la vie privée et de la réputation d'autrui. Ainsi, l'utilisation des médias sociaux devrait être précédée d'une réflexion sur les objectifs poursuivis, les avantages escomptés et les enjeux qui y sont rattachés.

#### ***Bonnes pratiques***

- Évaluer et déterminer quels sont les médias sociaux les plus appropriés pour atteindre les objectifs fixés.
- S'assurer que les usages anticipés sont compatibles avec les règles, conditions et modalités d'utilisation propres à chaque média social, notamment en ce qui a trait à l'exploitation des données publiées.
- Maîtriser les paramètres de gestion de la protection des renseignements et les adapter selon le public qu'on souhaite cibler.
  - Toujours garder en tête qu'Internet est un réseau ouvert et public.
  - Tenir compte du caractère permanent de tout ce qui est affiché sur les médias sociaux avant de prendre la décision de publier. Les publications peuvent être enregistrées et partagées insidieusement.
- Utiliser des mots de passe complexes, difficiles à deviner et les modifier fréquemment.
- Surveiller régulièrement sa présence sur le Web.

- Fermer sa session immédiatement après l'usage si l'appareil utilisé est public.
- Se familiariser avec les documents officiels de l'Université portant sur les politiques, règlements et directives associés aux médias sociaux (voir l'annexe 1).
- Prendre connaissance des règles et conditions d'utilisation des plateformes de médias sociaux (voir l'annexe 3).

## **Principe directeur n° 2**

### ***Protection des renseignements personnels et des données confidentielles***

L'utilisateur ou l'utilisatrice ne doit pas divulguer des renseignements personnels appartenant à autrui ni des données confidentielles ou stratégiques sur les médias sociaux. La définition de « renseignements personnels » englobe de façon générale les renseignements qui permettent d'établir l'identité d'un individu. Ainsi, les renseignements personnels recueillis dans le cadre des études, de l'enseignement ou de la recherche sont confidentiels et doivent être utilisés uniquement aux fins prévues, en vertu de la Politique sur la protection des renseignements personnels (40.29). À titre d'exemple, les renseignements personnels obtenus en contexte de stage, d'internat, d'externat ou dans une relation avec un client sont confidentiels et doivent être utilisés uniquement aux fins prévues.

### ***Bonnes pratiques***

- Prendre conscience que tout renseignement publié sur les réseaux sociaux peut devenir public et permanent.
- Obtenir le consentement des personnes avant de publier des informations à leur sujet ou des enregistrements audios ou vidéos les concernant. Respecter leur refus le cas échéant.

## **Principe directeur n° 3**

### ***Maintien de relations professionnelles***

Les utilisateurs des médias sociaux ont le devoir de toujours assurer leur indépendance professionnelle et de veiller au maintien de relations à l'intérieur de limites appropriées et admises. Les médias sociaux peuvent influencer sur les relations entre deux parties (ex. : le professeur et l'étudiant, le stagiaire et un client ou un patient) en créant un sentiment de proximité exagérée. Conséquemment, ce sentiment pourrait avoir une incidence sur les relations entre les acteurs, sur leur objectivité et sur le lien d'autorité. L'utilisateur ou l'utilisatrice doit aussi être conscient qu'un simple partage d'information sur les médias sociaux peut être assimilé à un appui lorsqu'il est fait par un membre de la communauté universitaire.

### ***Bonnes pratiques***

- Régler les paramètres de gestion de la protection des renseignements afin de restreindre l'accès au contenu publié aux personnes désirées seulement (ex. : famille, amis).
- Réfléchir à l'implication d'envoyer ou d'accepter une demande d'amitié ou de connexion avec un autre membre de la communauté universitaire. Parmi les conséquences possibles, notons :
  - exposer des renseignements personnels (ex. : adresse, numéro de téléphone, etc.);
  - laisser croire qu'on souhaite passer d'une relation professionnelle à une relation amicale ou sentimentale;
  - biaiser la relation professionnelle par l'accès à des informations, photos ou vidéos modifiant l'image perçue de l'autre.

- Veiller au respect de ses obligations déontologiques et professionnelles si des sujets liés à son champ d'étude ou d'expertise sont discutés en ligne et bien indiquer à quel titre se fait l'intervention.
- Inviter les personnes demandant un avis professionnel sur les médias sociaux à communiquer avec une personne qualifiée dans un contexte adapté.
- S'assurer d'avoir pris connaissance de toutes les informations pertinentes lorsqu'on fait mention d'un produit, d'un service ou d'un traitement particulier.
- Examiner la possibilité d'un conflit d'intérêts avant d'accepter de s'afficher sur la page d'une compagnie ou d'une association.
- Déclarer d'emblée tout conflit d'intérêts.

#### **Principe directeur n° 4**

##### ***Sauvegarde de sa réputation et de son image numérique***

Les utilisateurs et utilisatrices des médias sociaux sont confrontés à des enjeux quant à leur réputation et à leur image. En plus de leur réputation personnelle, ces utilisateurs peuvent être tenus pour responsables des conséquences de leurs publications et usages des médias sociaux. Ainsi, tout langage vulgaire, haineux, discriminatoire, raciste, sexiste ou incitant à la violence n'a pas sa place sur les médias sociaux et constitue une infraction aux règlements disciplinaires de l'Université (Politique contre le harcèlement [10.16]; Règlement disciplinaire concernant les étudiants [20.18]; Règlement disciplinaire concernant les membres du personnel enseignant [50.30]) qui peut entraîner des sanctions.

##### ***Bonnes pratiques***

- Prendre conscience que tout renseignement publié dans les médias sociaux peut devenir public et permanent.
- Garder en tête que ce qu'on publie dans les médias sociaux peut être sauvegardé par des tiers pour être éventuellement communiqué à des membres de la communauté universitaire ou à un employeur actuel ou futur.
- Envisager d'avoir une page distincte pour ses activités professionnelles et une pour ses activités personnelles.
- Être conscient de l'influence de ses activités dans les médias sociaux sur sa réputation personnelle et professionnelle.
- Agir avec intégrité et s'assurer que les commentaires publiés dans les médias sociaux sont honnêtes et justes.
- Demeurer respectueux et porter attention au langage utilisé. Les médias sociaux rendent difficile la distinction entre les commentaires humoristiques et les commentaires haineux s'apparentant à de la cyberintimidation.

#### **Principe directeur n° 5**

##### ***Application rigoureuse des règles de probité intellectuelle au partage de contenus***

Il est attendu des membres de la communauté universitaire qu'ils et elles conservent la même rigueur dans le partage ou la publication d'informations ayant trait à leur champ d'expertise que celle attendue dans le cadre de leurs études, de leur enseignement, de leurs recherches et de leur travail. De plus, la diffusion d'idées devrait se faire dans le respect des règles de probité intellectuelle, des droits d'auteur et de propriété intellectuelle si ce partage implique l'utilisation d'œuvres protégées (Loi sur le droit d'auteur, Règlement disciplinaire sur le plagiat ou la fraude concernant les étudiants

du premier cycle [30.3] et Règlement disciplinaire sur le plagiat ou la fraude concernant les étudiants des cycles supérieurs [30.12]).

#### ***Bonnes pratiques***

- Partager de l'information factuelle et précise.
- S'assurer de citer correctement les sources des informations partagées; respecter la propriété intellectuelle.
- Privilégier la publication d'informations d'intérêt général portant sur de grands enjeux actuels.
- Être conscient de la possibilité que l'information partagée en ligne puisse être remise en question ou citée.

#### **Principe directeur n° 6**

##### ***Protection de l'identité de l'Université***

L'Université s'est dotée d'un règlement (Règlement sur l'identification de l'Université de Montréal [10.36]) régissant l'utilisation de son nom, de son blason, de son sceau et de son drapeau. Le nom de l'Université ainsi que son logo ne peuvent en aucun cas être utilisés à des fins promotionnelles ou commerciales. Seule la direction de l'Université peut autoriser l'emploi par une personne ou par un groupe d'un de ces modes d'identification.

Ainsi, dans leur utilisation des médias sociaux, les membres de la communauté universitaire ne peuvent pas prétendre s'exprimer au nom de l'Université ni créer une quelconque affiliation ou laisser entendre qu'ils bénéficient du cautionnement de l'établissement si tel n'est pas explicitement le cas. À moins que l'utilisateur ou l'utilisatrice ait été mandaté par l'établissement en ce sens, aucune prise de position en ligne ne peut être admise au nom de l'Université. Il doit être clair que les opinions exprimées n'impliquent que les personnes qui les expriment et qu'elles ne sont pas le reflet d'une position officielle de l'Université. L'Université se dégage de toute responsabilité quant aux publications qui ne reflètent en rien sa position.

#### ***Bonnes pratiques***

- Utiliser l'identité institutionnelle, le drapeau, le blason, le sceau et le logo de l'Université ou d'une de ses unités dans le respect des règlements et des politiques officiels.
- Demander la permission à la direction de l'unité si l'on souhaite utiliser un des modes d'identification de l'Université.
- Spécifier lors du partage d'opinions en ligne qu'on s'exprime en son nom personnel et non au nom de l'Université.
- S'exprimer au nom de l'Université ou d'une de ses unités seulement si l'on est mandaté pour le faire.

## **7. DISPOSITIONS FINALES**

---

Les présentes lignes directrices sont sous la responsabilité du secrétaire général de l'Université et elles seront mises à jour au besoin.



## **ANNEXE 1 Règlements et politiques officiels de l'Université de Montréal**

Les présentes directives s'inscrivent dans le cadre normatif interne de l'Université, mais elles ne se substituent pas aux règlements et politiques suivants :

- [Règlement disciplinaire concernant les étudiants \(20.18\)](#)
- [Règlement disciplinaire concernant les membres du personnel enseignant \(50.30\)](#)
- [Règlement disciplinaire sur le plagiat ou la fraude concernant les étudiants du premier cycle \(30.3\)](#)
- [Règlement disciplinaire sur le plagiat ou la fraude concernant les étudiants des cycles supérieurs \(30.12\)](#)
- [Politique de sécurité : éléments d'une politique générale de sécurité \(10.9\)](#)
- [Politique contre le harcèlement \(10.16\)](#)
- [Politique sur la protection des renseignements personnels \(40.29\)](#)
- [Règlement sur l'identification de l'Université de Montréal \(10.36\)](#)

## **ANNEXE 2 Chartes et lois associées**

Les présentes directives s'inscrivent également dans un contexte régi par certains textes juridiques :

- [Charte canadienne des droits et libertés \(loi de 1982 sur le Canada \(R-U\), 1982, c 11\)](#)
- [Charte des droits et libertés de la personne \(RLRQ, chapitre C-12\)](#)
- [Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels \(RLRQ, chapitre A-2.1\)](#)
- [Code criminel \(L.R.C. 1985, ch. C-46\)](#)
- [Loi sur le droit d'auteur \(L.R.C. 1985, ch. C-42\)](#)
- [Loi sur les normes du travail \(chapitre IV, section V.2 : Le harcèlement psychologique, articles 81.18 à 81.20\)](#)

## **ANNEXE 3 Règles et conditions d'utilisation des plateformes de médias sociaux**

L'utilisateur ou l'utilisatrice des médias sociaux doit se conformer aux règles, conditions et modalités d'utilisation propres à chaque plateforme de média social, notamment :

- [Facebook](#)
- [Twitter](#)
- [Instagram](#)
- [LinkedIn](#)
- [Google](#)
- [YouTube](#)
- [Pinterest](#)
- [Flickr](#)
- [Foursquare](#)