



LIGNES DIRECTRICES POUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX DE L'OOAQ

Les présentes lignes directrices visent à établir des normes d'utilisation des médias sociaux de l'Ordre pour une utilisation efficace, appropriée et crédible, tout en assurant une présence cohérente et alignée avec la mission, les valeurs et les objectifs stratégiques et organisationnels de l'OOAQ.

TON ET STYLE RÉDACTIONNEL

Le ton général privilégié dans les publications de l'Ordre est professionnel et informatif, reflétant ainsi l'expertise de l'OOAQ et de ses membres. Dans certains cas, les publications de l'Ordre visent à sensibiliser son auditoire en partageant des ressources, des articles et des témoignages illustrant les défis qui découlent des problèmes liés à la communication ou à l'audition. Dans ce contexte, le ton employé demeure bienveillant.

Un style rédactionnel favorisant la clarté, la justesse et la concision est de mise. Le recours au vouvoiement ainsi qu'à un langage soutenu est généralement de rigueur, sauf pour des publications visant à interpeller le lectorat. Sur les publications Facebook, que ce soit sur la page grand public ou dans les groupes privés, l'intégration de plusieurs émoticônes est employée pour dynamiser les messages. L'utilisation de caractères majuscules peut être employée pour attirer l'œil sur le titre ou le sujet de la publication, mais cette approche n'est pas utilisée dans le corps du texte, une pratique étant considérée comme contraire aux normes de politesse et de courtoisie.

Voici ci-dessous des mots-clés guidant le ton et le style rédactionnel pour chacun des médias sociaux de l'Ordre sur ses plateformes.

Page Facebook grand public	Humain, vulgarisé
Groupes privés Facebook	Efficace, authentique, conversationnel
LinkedIn	Professionnel, sérieux, engagé
YouTube	Dynamique

En résumé, l'Ordre emploie un ton et un style rédactionnel en équilibre entre la formalité et l'accessibilité afin de proposer un contenu intéressant à son audience variée.



CONTENUS PARTAGEABLES ET NON PARTAGEABLES

CONTENUS PARTAGEABLES

Pour garantir la qualité et la pertinence des contenus partagés, les éléments suivants doivent être pris en compte lors de la décision de partager un contenu sur les plateformes de médias sociaux. Il est important de noter que tous les contenus relatifs à l'orthophonie et à l'audiologie doivent respectivement être révisés par une ou un orthophoniste ou une ou un audiologiste.

1. **Pertinence professionnelle.**

Le contenu doit être directement lié aux domaines de l'orthophonie, de l'audiologie, à la réglementation professionnelle, aux activités de l'OOAQ ou aux enjeux de santé publique connexes.

2. **Fiabilité et authenticité.**

Le contenu doit être basé sur des sources fiables, des données probantes ou des informations vérifiées. Il doit provenir de sources crédibles telles que des organisations professionnelles, des institutions académiques, des organismes de santé publique, des expertes reconnues ou experts reconnus.

3. **Accessibilité.**

Le contenu doit être accessible à toutes et à tous dans la mesure du possible. Par exemple, cela inclut l'utilisation de sous-titres pour les vidéos, de descriptions audios, de textes alternatifs pour les images et plus encore. L'objectif est de s'assurer que le grand public puisse accéder et bénéficier pleinement des informations partagées.

4. **Intérêt et valeur ajoutée.**

Le contenu doit être pertinent, informatif, éducatif, inspirant ou divertissant pour les abonnés et abonnés, tout en apportant une valeur ajoutée à la communauté professionnelle ou au grand public.

5. **Respect des normes éthiques.**

Le contenu ne doit pas enfreindre les normes éthiques, les valeurs de l'OOAQ ou les droits de propriété intellectuelle. Il ne doit pas être discriminatoire, diffamatoire, obscène, offensant ou contraire aux principes déontologiques de l'Ordre.

6. **Originalité et créativité.**

Les contenus originaux et créatifs, tels que les infographies, les vidéos éducatives ou les témoignages inspirants, sont encouragés.

7. **Répondre aux besoins de la communauté.**



Le contenu doit répondre aux besoins, aux préoccupations et aux intérêts de la communauté professionnelle en orthophonie et en audiologie, ainsi qu'aux questions fréquemment posées par le grand public sur les sujets liés.

8. Photos et vidéos

Toute publication de photographie ou de vidéo nominative ne sera acceptée que si le consentement de chaque personne identifiable y figurant a été obtenu préalablement.

9. Conformité aux politiques et aux réglementations.

Le contenu doit être conforme aux politiques internes de l'OOAQ, aux lois et aux réglementations en vigueur, notamment en ce qui concerne la confidentialité des informations, la protection des données et la publicité.

En suivant ces critères, l'Ordre veille à ce que les contenus partagés sur les plateformes de médias sociaux contribuent à atteindre les objectifs de communication, d'éducation et d'engagement tout en renforçant la crédibilité et la réputation de l'OOAQ.

CONTENUS NON PARTAGEABLES

Certains contenus ne peuvent pas être partagés sur les plateformes de médias sociaux de l'Ordre. Voici ci-dessous des exemples de contenus non partageables.

1. Informations personnelles ou confidentielles.

Tout contenu contenant des informations personnelles identifiables des membres, des employées et employés ou de tiers. Il est notamment interdit de divulguer des renseignements personnels (adresse courriel, adresse civique, numéro de téléphone, etc.) ou le contenu de conversations privées (courriels ou discussions sur d'autres plateformes).

2. Données protégées par la confidentialité.

Les discussions, les documents ou tout autre matériel relevant de la confidentialité professionnelle ou légale.

3. Contenus sensibles ou inappropriés.

Aucun propos discriminatoire, diffamatoire, manifestement infondé ou portant atteinte à la dignité, à la réputation ou à l'image de toute utilisatrice, de tout utilisateur, de l'OOAQ, de ses membres ou de toute personne ou organisation visée ne sera toléré.

Les commentaires irrespectueux, dégradants ou manifestement infondés envers l'OOAQ ou les autres utilisatrices et utilisateurs ne seront pas tolérés. Malgré les avis divergents, les débats doivent être constructifs et faire preuve de courtoisie, de mesure et de pondération.



4. Informations confidentielles de l'OOAQ.

Tout contenu interne, y compris les stratégies, les politiques, les plans opérationnels ou toute autre information réservée à l'équipe interne de l'OOAQ.

5. Contenus obsolètes ou non basés sur des données probantes.

Les informations désuètes, les rumeurs, les informations non vérifiées, ainsi que tout contenu qui n'est pas appuyé par des données probantes ou des références fiables.

6. Contenus sans liens directs avec l'orthophonie, l'audiologie, l'Ordre ou le système professionnel.

Les contenus qui ne sont pas directement liés aux domaines de l'orthophonie, de l'audiologie, aux activités de l'OOAQ ou au système professionnel régissant ces pratiques.

7. Promotion, publicité et vente.

L'Ordre ne peut pas faire la promotion de produits ou d'événements payants d'organisations externes. Toute publication de contenu de type commercial (formations, offres d'emploi, matériels de tous types, etc.) qui n'a pas été préalablement approuvé par l'Ordre n'est pas acceptée et sera supprimée.

8. Entreprises individuelles ou cliniques privées.

L'Ordre ne partage pas les contenus produits par les entreprises individuelles ou les cliniques privées pour ne pas privilégier ces entreprises par rapport à d'autres.

Le non-respect des présentes lignes directrices peut être sanctionné par la modération des propos tenus, un avertissement, la suppression de contenus, ou le blocage ou le bannissement de l'utilisatrice ou l'utilisateur sur les médias sociaux de l'Ordre.

L'Ordre ne traitera pas les plaintes par l'intermédiaire des médias sociaux. Si une utilisatrice ou un utilisateur a des questions ou désire formuler une plainte, elle ou il doit communiquer avec les instances appropriées de l'Ordre, par courriel ou par téléphone.

Les demandes d'accès à l'information doivent être soumises au secrétariat général à l'adresse secretariatgeneral@ooaq.qc.ca.

Les opinions et points de vue exprimés sur les médias sociaux par le personnel de l'Ordre, les membres de son conseil d'administration ou les membres de l'OOAQ sur leurs comptes personnels ne représentent pas nécessairement la position officielle de l'OOAQ. En aucun temps l'OOAQ ne peut être réputé les avoir endossés ou appuyés de quelque façon.