

Im Sturm sozialer Medien

Dans la tempête des médias sociaux

PROF. DR. OLIVER BENDEL, INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSINFORMATIK,
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT FHNW
PR OLIVER BENDEL, INSTITUT D'INFORMATIQUE ÉCONOMIQUE,
HAUTE ÉCOLE SPÉCIALISÉE D'ÉCONOMIE DU NORD-OUEST DE LA SUISSE



Social-Media-Richtlinien wenden sich an Mitarbeitende einer Organisation oder Mitglieder eines Verbands, beziehen sich auf Aspekte der Nutzung während der beziehungsweise für die Arbeit und sind je nach Art mehr oder weniger verbindlich. Sie sind ein Mix aus Regeln zum respektvollen und praktikablen Umgang und zum moralischen Handeln sowie aus rechtlichen Vorschriften. Man kennt sie von Vereinigungen der Physiotherapie in Australien, Kanada und den USA. In Europa ist Grossbritannien ein Leuchtturm.

Die Richtlinien schützen sowohl Einrichtungen und Verbände als auch Mitarbeitende und Mitglieder. Sie thematisieren die Nutzung von Social Networks, Blogs, Microblogs, Wikis und Foto- oder Videoportalen. Private und berufliche Nutzung, Eigenverantwortlichkeit, Herstellung von Transparenz, Kennzeichnung von Meinungsäusserungen und Verbreitung von Informationen werden genauso geregelt wie Höflichkeit und Respekt sowie Sorgfalt und Kontinuität. Ein *Shitstorm*¹ auf Twitter und Facebook kann vermieden werden: Kritik ernst nehmen, dem Benutzer gegenüber sachlich bleiben. Und mit ihm telefonieren oder mailen, also den Kanal wechseln. Die Belohnung dafür kann ein *Candystorm*² sein.

Privatsphäre und Datenschutz sind in der Physiotherapie wichtig, in patienten- wie berufsorientierter Anwendung. Man kann sich entscheiden, nur passiv in den sozialen Medien zu sein. Wenn man aktiv ist, muss man gut überlegen, ob man sich mit Patienten verbinden soll. Auch die Herstellung von Transparenz ist relevant. Leistungserbringer sollten sich als solche outen, damit man ihren Hintergrund kennt. In Verbänden ist, anders als bei Firmen, die Verbindlichkeit von Social-Media-Richtlinien nicht immer hoch. Sinnvoll sind diese allemal. Man kann sich informieren und orientieren. Eine Karte, ein Kompass im Meer des Web 2.0. Sich professionalisieren, unter Arbeitskollegen und gegenüber Interessierten und Kunden. Und sich sicherer fühlen. Ein Hafen, ein Anker, mit und ohne Sturm. ■

Les directives sur les médias sociaux concernent les collaborateurs d'une organisation ou les membres d'une association. Elles portent sur des aspects de l'utilisation durant les heures de travail ou dans le cadre du travail et sont plus ou moins contraignantes selon leur nature. Il s'agit d'un mélange de dispositions légales et de règles pour une utilisation respectueuse et concrète ainsi que pour garantir un comportement moral. Les associations de physiothérapie d'Australie, du Canada et des États-Unis en ont édicté. En Europe, la Grande-Bretagne fait figure de précurseur.

Ces directives protègent aussi bien les institutions et les associations que leurs collaborateurs et membres. Elles portent sur l'utilisation de réseaux sociaux, de blogs, de micro-blogs, de wikis et de portails photo ou vidéo. Elles en règlementent l'utilisation privée et professionnelle, la responsabilité individuelle, la transparence, la manière d'exprimer ses opinions et la diffusion d'informations au même titre que la politesse, que le respect ou que la minutie et la continuité. Un *shitstorm*¹ sur Twitter et Facebook peut être évité en prenant les critiques au sérieux, en restant calme vis à vis des utilisateurs et en les appelant ou en leur envoyant un mail, c'est-à-dire en changeant de canal. La récompense peut être un *candystorm*².

La sphère privée et la protection des données jouent un rôle important. On peut opter pour une présence uniquement passive dans les médias sociaux. Lorsqu'on est actif, il faut bien réfléchir pour savoir s'il faut se mettre en contact avec des patients. La question de la transparence est également importante. Les prestataires devraient se faire reconnaître comme tels afin que l'on puisse connaître leur parcours. Contrairement au cas des entreprises, les directives relatives aux médias sociaux n'ont pas un caractère toujours très contraignant dans la sphère associative. Elles n'en demeurent pas moins judicieuses. Elles permettent de s'informer et de s'orienter. Elles constituent une carte, une boussole dans l'océan du web 2.0. Elles sont l'occasion de se professionnaliser, entre collègues ainsi que face à des intéressés et à des clients. Et de se sentir plus sûr. Un port, une ancre, avec ou sans tempête. ■

¹ Ein Shitstorm ist ein Sturm der Entrüstung im virtuellen Raum.

² Candystorm: Welle des Zuspruchs im virtuellen Raum.

¹ Shitstorm: une tempête d'indignation dans l'espace virtuel.

² Candystorm: une vague de soutien dans l'espace virtuel.