

POLITIQUE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Février 2023

À moins que le sujet ou le contexte n'exige une autre interprétation, tous les termes utilisés mais non définis dans la présente politique auront le sens qui leur est attribué dans la section « Introduction et définitions ».

1. PRÉAMBULE

- 1.1 DPC est conscient de l'interaction et des communications fréquentes des participants de l'organisation dans les médias sociaux. DPC prévient les participants que le non-respect des règles de conduite énoncées dans la présente *Politique sur les médias sociaux* et dans le *Code de conduite et d'éthique* entraînera des sanctions disciplinaires en vertu de la *Politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires*.

2. APPLICATION DE CETTE POLITIQUE

- 2.1 Cette politique s'applique à tous les participants de l'organisation.

3. CONDUITE ET COMPORTEMENT

- 3.1 Conformément au *Code de conduite et d'éthique*, les comportements dans les médias sociaux suivants peuvent être considérés comme une infraction mineure ou majeure :
 - 3.1.1 Publier un commentaire dans un média social qui est irrespectueux, haineux, nuisible, désobligeant, insultant ou autrement négatif et qui s'adresse à un participant de l'organisation, à DPC, à un membre ou à d'autres personnes liées à DPC.
 - 3.1.2 Publier une image, une image modifiée ou une vidéo dans un média social qui est nuisible, irrespectueuse, insultante, embarrassante, suggestive, provocatrice ou autrement offensante et qui s'adresse à un participant de l'organisation, à DPC, à un membre ou à d'autres personnes liées à DPC.
 - 3.1.3 Créer ou contribuer à un groupe Facebook, une page web, un compte Instagram, un fil Twitter, un blogue ou un forum en ligne consacré uniquement ou en partie à la promotion de remarques ou de commentaires négatifs ou désobligeants sur DPC ou un membre, ou sur des parties intéressées ou portant atteinte à leur réputation.
 - 3.1.4 Tout cas de cyberintimidation ou de cyberharcèlement entre un participant de l'organisation et un autre participant de l'organisation (y compris un coéquipier, un entraîneur, un adversaire, un bénévole ou un officiel), ce qui peut inclure,

sans toutefois s'y limiter, les comportements suivants sur tout média social, par message texte ou par courriel : insultes régulières, commentaires négatifs, comportements vexatoires, blagues, menaces, se faire passer pour une autre personne, répandre des rumeurs ou des mensonges ou tout autre comportement nuisible.

- 3.2 Toute conduite et tout comportement dans les médias sociaux peuvent être assujettis à la *Politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires*.

4. RESPONSABILITÉS DES PARTICIPANTS DE L'ORGANISATION

- 4.1 Les participants de l'organisation doivent être conscients que leur activité dans les médias sociaux peut être vue par n'importe qui, y compris DPC.
- 4.2 Si DPC interagit officiellement avec un participant de l'organisation dans les médias sociaux (par exemple, en partageant un gazouillis ou une photo sur Facebook), le participant peut, en tout temps, demander à DPC de cesser cet engagement.
- 4.3 Le participant de l'organisation qui utilise les médias sociaux doit adopter un comportement approprié qui est conforme à son rôle et à son statut auprès de DPC.
- 4.4 La suppression de contenus dans les médias sociaux après leur publication (publique ou privée) ne dispense pas le participant d'être assujetti à la *Politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires*.
- 4.5 Une personne qui croit que l'activité d'un participant de l'organisation dans les médias sociaux est inappropriée ou pourrait enfreindre des politiques et des procédures devrait signaler le cas à DPC, de la manière décrite dans la *Politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires*.

5. RESPONSABILITÉS DE DPC

- 5.1 DPC est responsable de comprendre si et comment les personnes en position d'autorité et les athlètes utilisent les médias sociaux pour communiquer entre eux. Il peut être nécessaire de rappeler aux personnes en position d'autorité et aux athlètes que leur comportement dans les médias sociaux est assujetti à la *Politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires* et la *Politique sur les médias sociaux*.
- 5.2 Les plaintes et les préoccupations visant le comportement d'une personne en position d'autorité ou d'un athlète dans les médias sociaux peuvent être traitées dans le cadre de la *Politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires*.
- 5.3 Toute violation de cette politique pouvant être considérée comme un « comportement prohibé » ou de la « maltraitance » (tel que défini dans le CCUMS) lorsque l'intimé(e) est un participant de l'organisation qui a été désigné par DPC comme participant assujetti au

CCUMS (tel que défini dans la section *Introduction et définitions* de DPC) sera traitée en vertu des politiques et procédures du Bureau du commissaire de l'intégrité dans le sport (« BCIS »), assujetti aux droits de DPC tels qu'énoncés dans la *politique en matière de plaintes et procédures disciplinaires* et toutes politiques en milieu de travail applicables.

6. LIGNES DIRECTRICES

- 6.1 Les lignes directrices de la présente section fournissent aux personnes en position d'autorité et aux athlètes des conseils et des suggestions relativement à l'utilisation des médias sociaux. Les personnes en position d'autorité et les athlètes sont fortement encouragés à élaborer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux (définie sur papier ou non) et à s'assurer que leur stratégie d'utilisation des médias sociaux est acceptable dans le cadre du *Code de conduite et d'éthique*.
- 6.2 Compte tenu de la nature des médias sociaux en tant que moyen de communication en perpétuelle évolution, DPC fait confiance à ses personnes en position d'autorité et à ses athlètes d'agir au mieux de leur jugement lorsqu'ils interagissent avec les médias sociaux. Ces lignes directrices ne sont pas des règles strictes ni des lois fondées sur le comportement, mais plutôt des recommandations visant à ce que les personnes puissent agir au meilleur de leur jugement.

7. LIGNES DIRECTRICES SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX À L'INTENTION DES PERSONNES EN POSITION D'AUTORITÉ

- 7.1 Les personnes en position d'autorité devraient se servir des lignes directrices suivantes pour orienter leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :
- 7.1.1 Avec les athlètes d'âge mineur, assurez-vous que les parents/tuteurs sont tenus au fait de la présence d'interactions dans les médias sociaux et du contexte de ces interactions, et qu'ils ont l'option d'interdire ou de limiter ce genre de communication.
- 7.1.2 Tentez de rendre la communication avec les athlètes aussi unilatérale que possible dans les médias sociaux. Soyez disponible pour les athlètes s'ils initient le contact (les athlètes peuvent souhaiter avoir cet accès facile et rapide avec vous), mais évitez de vous imposer dans l'espace personnel des médias sociaux d'un athlète.
- 7.1.3 Assurez-vous que toutes les communications dans les médias sociaux sont professionnelles, non ambiguës et pertinentes. Évitez les émojis et les termes vagues qui peuvent être interprétés de plusieurs façons.
- 7.1.4 Faire le choix de ne pas s'engager dans les médias sociaux est une stratégie acceptable. Préparez-vous à informer les athlètes (et/ou les parents/tuteurs) des

raisons qui ont motivé votre choix et expliquez les moyens que vous utiliserez pour communiquer avec eux.

- 7.1.5 Les athlètes chercheront vos comptes de médias sociaux. Préparez-vous à la façon dont vous répondrez à un athlète lorsqu'il essaiera d'interagir avec vous dans les médias sociaux.
- 7.1.6 À toutes les années, examinez et mettez vos paramètres de confidentialité à jour sur tous vos comptes de médias sociaux.
- 7.1.7 Envisagez de surveiller ou d'avoir une bonne idée du comportement public des athlètes dans les médias sociaux afin de vous assurer qu'ils respectent le *Code de conduite et d'éthique* et la présente politique.
- 7.1.8 Ne demandez jamais l'accès aux publications privées d'un athlète sur Twitter, Instagram ou Facebook.
- 7.1.9 N'envoyez jamais une demande d'amitié aux athlètes. N'encouragez jamais un athlète à vous envoyer une demande d'amitié ou à vous suivre sur vos comptes de médias sociaux.
- 7.1.10 Si vous acceptez une demande d'amitié d'un athlète, vous devez accepter celle de tous les athlètes. Évitez de faire du favoritisme dans les médias sociaux.
- 7.1.11 Songez à paramétrer vos médias sociaux de façon à ce que les athlètes ne puissent pas vous suivre sur Twitter ou vous envoyer une demande d'amitié sur Facebook.
- 7.1.12 N'identifiez pas les athlètes d'âge mineur sur les médias sociaux accessibles au public.
- 7.1.13 Obtenez la permission des athlètes majeurs avant de les identifier sur les médias sociaux accessibles au public.
- 7.1.14 Évitez d'ajouter des athlètes à votre liste d'amis sur Snapchat et ne communiquez pas par « Snap » avec athlètes.
- 7.1.15 Ne publiez pas de photos ou de vidéos d'athlètes mineurs sur vos comptes privés de médias sociaux.
- 7.1.16 N'utilisez pas les médias sociaux pour « piéger » un athlète si ce qu'il vous raconte en personne diffère de ce que révèle son activité dans les médias sociaux.

- 7.1.17 Soyez conscient que vous pourrez prendre connaissance de renseignements sur un athlète qui entraînent un devoir de divulguer (par exemple, voir des photos d'athlètes mineurs en train de consommer de l'alcool lors d'un voyage).
- 7.1.18 Si des décisions de sélection ou toute autre information officielle de l'équipe sont annoncées dans les médias sociaux, assurez-vous qu'elles sont aussi affichées sur un médium moins relié aux médias sociaux, comme un site web ou diffusées par courrier électronique.
- 7.1.19 Ne demandez jamais à un athlète de s'inscrire à Facebook, de rejoindre un groupe Facebook, de s'abonner à un fil Twitter ou de rejoindre une page Facebook reliés à votre équipe ou à l'organisation.
- 7.1.20 Si vous créez une page sur Facebook ou Instagram au nom de votre équipe ou d'un athlète, n'utilisez pas exclusivement cette plateforme pour publier des informations importantes. Publiez aussi les informations importantes sur des supports qui ne sont pas des médias sociaux (comme un site Web ou la messagerie électronique).
- 7.1.21 Faites preuve de jugement quand vous utilisez les médias sociaux pour vos communications personnelles (avec des amis, des collègues et d'autres personnes en position d'autorité) tout en sachant que votre conduite peut servir de modèle pour les athlètes.
- 7.1.22 Évitez d'être associé à des groupes Facebook, des comptes Instagram ou des fils Twitter ayant un contenu sexuellement explicite ou des points de vue qui risquent d'offenser ou de compromettre votre relation avec un athlète.
- 7.1.23 Ne vous faites jamais passer pour une autre personne en utilisant un faux nom ou un faux profil.

8. LIGNES DIRECTRICES SUR L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX À L'INTENTION DES ATHLÈTES

- 8.1 Les athlètes devraient se servir des lignes directrices suivantes pour orienter leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux.
 - 8.1.1 Définissez vos paramètres de confidentialité de façon à limiter les personnes qui peuvent vous rechercher et les renseignements confidentiels auxquels les autres peuvent avoir accès.
 - 8.1.2 Vos entraîneurs, coéquipiers, officiels ou adversaires peuvent tous s'abonner à votre profil Facebook ou vous suivre sur Instagram ou Twitter. Vous n'êtes pas obligé de suivre quiconque ni d'être ami avec quiconque sur Facebook.

- 8.1.3 Évitez d'ajouter des personnes en position d'autorité à votre liste d'amis sur Snapchat et n'envoyez pas de contenu Snapchat à des personnes en position d'autorité.
- 8.1.4 Si vous vous sentez harcelé par quelqu'un sur un média social, signalez-le à votre entraîneur ou à une autre personne en position d'autorité au sein de votre organisation.
- 8.1.5 Vous n'êtes jamais tenu de rejoindre une page d'adeptes sur Facebook ou à suivre un fil Twitter ou un compte Instagram.
- 8.1.6 Le contenu publié sur un média social, selon vos paramètres de confidentialité, est considéré comme public. Le plus souvent, il n'existe pas d'attente raisonnable de respect de la vie privée relativement au contenu que vous publiez.
- 8.1.7 Le contenu publié sur un média social est presque toujours permanent; pensez au fait que les gens peuvent prendre des captures d'écran de votre contenu (y compris du contenu Snapchat) avant que vous ne puissiez les supprimer.
- 8.1.8 Évitez de publier des photos illustrant une participation à des activités illégales, ou qui y font allusion, telles que l'excès de vitesse, l'agression physique, le harcèlement, la consommation d'alcool et de marijuana (pour les personnes d'âge mineur).
- 8.1.9 Soyez conscient de votre comportement dans les médias sociaux en fonction de votre statut a) d'athlète et b) de membre de votre organisation et de ses organes directeurs. En tant que représentant de votre organisation, vous avez consenti au *Code de conduite et d'éthique* et vous devez suivre ce Code quand vous publiez du contenu et interagissez avec d'autres personnes dans les médias sociaux.
- 8.1.10 Sachez que le contenu public de votre page Facebook, de votre compte Instagram ou de votre fil Twitter peut être surveillé par votre organisation, votre entraîneur ou par une autre organisation, et que le contenu ou le comportement affiché dans les médias sociaux peut faire l'objet d'une sanction dans le cadre de la *Politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires*.