



Canada DanceSport

DanseSport Canada

Politique relative aux médias sociaux

Définitions

1. Les termes de cette politique sont définis comme suit :
 - a) **Participants** : Désigne toutes les catégories de membres individuels ou dd'inscrits définis dans les règlements de Danse sport Canada qui sont assujettis aux politiques de Danse sport Canada ainsi que toutes les personnes employées par, sous contrat ou engagées dans des activités avec Danse sport Canada y compris, mais sans sd'y limiter, les employés, les entrepreneurs, les athlètes, les entraîneurs, les instructeurs, les officiels, les bénévoles, les juges, les gérants, les administrateurs, les membres de comités, les parents ou les tuteurs, les spectateurs et les directeurs et dirigeants.
 - b) **Médias sociaux** : Terme fourre-tout qui sd'applique largement aux nouveaux médias de communication assistés par ordinateur tels que les blogues, YouTube, Facebook, Instagram, Tumblr, TikTok, Snapchat et Twitter.

Préambule

2. Danse sport Canada sait que l'interaction et la communication entre les participants se produit fréquemment sur les médias sociaux. Danse sport Canada avertit les participants que toute conduite ne respectant pas la norme de comportement requise par la présente *Politique relative aux médias sociaux* et le *Code de conduite et dd'éthique* peut faire l'objet des sanctions disciplinaires identifiées dans la *Politique sur la discipline et les plaintes*.
3. Toute violation de la présente politique pouvant être considérée comme un « comportement interdit » ou de « mauvais traitements » tel que défini dans le Code de Conduite universel pour prévenir et contrer la maltraitance dans le sport (CCUMS) lorsque le répondant est un participant organisationnel qui a été désigné par Danse sport Canada comme un adhérent du CCUMS (tel que défini dans la *Politique sur la discipline et les plaintes*), seront traitées conformément aux politiques et procédures du Bureau du commissaire à l'intégrité du sport (« OSIC »), sous réserve des droits de Danse sport Canada tels qu'énoncés dans la politique sur la discipline et les plaintes et toutes les politiques applicables en milieu de travail.
4. Les affaires signalées en vertu des conditions de la présente politique peuvent être renvoyées directement aux organismes chargés de l'application de la loi.

Application de cette politique

5. Cette politique sd'applique à tous les participants.

Comportement et conduite

6. Toutes les conduites et tous les comportements survenant sur les réseaux sociaux doivent être conformes au *Code de conduite et dd'éthique*.
7. Les participants ne peuvent pas adopter le comportement suivant sur les réseaux sociaux :
 - a) Publier un commentaire irrespectueux, haineux, préjudiciable, dénigrant ou insultant sur un réseau social

- b) Publier une image, une image modifiée ou une vidéo sur un média social qui est nuisible, irrespectueuse, insultante, gênante, suggestive, provocante ou autrement choquante
- c) Créer ou contribuer à un groupe Facebook, une page Web, un compte Instagram, un flux Twitter, un blogue ou un forum en ligne consacrés uniquement ou en partie à la promotion de remarques ou de commentaires négatifs ou désobligeants sur Danse sport Canada ou ses parties prenantes ou sa réputation
- d) Tout cas de cyberintimidation ou de cyberharcèlement où les incidents de cyberintimidation et de cyberharcèlement peuvent inclure, mais sans s'y limiter, les comportements suivants sur tout média social, par SMS ou par courriel : insultes régulières, commentaires négatifs, propos vexatoires, comportement, farces ou blagues, menaces, se faire passer pour une autre personne, répandre des rumeurs ou des mensonges, ou tout autre comportement nuisible.

Responsabilités des participants

- 8. Les participants doivent être conscients que leur activité sur les réseaux sociaux peut être vue par n'importe qui; y compris Danse sport Canada
- 9. Si Danse sport Canada participe officiellement aux médias sociaux d'un participant (par exemple en partageant un gazouillis sur Tweeter ou en partageant une photo sur Facebook), le participant peut, à tout moment, demander à Danse sport Canada de mettre fin à cette participation
- 10. Lors de l'utilisation des médias sociaux, un participant doit adopter un comportement adéquat convenant au rôle et au statut du participant en rapport avec Danse sport Canada
- 11. La suppression de contenu des médias sociaux après sa publication (publique ou privée) ne dispense pas le participant d'être soumis à la *Politique sur la discipline et les plaintes*.
- 12. Une personne qui croit que l'activité d'un participant sur les médias sociaux est inadéquate ou peut enfreindre les politiques et procédures doit signaler le problème à Danse Sport Canada de la manière décrite dans la *Politique sur la discipline et les plaintes*.

Responsabilités de Danse sport Canada

- 13. Danse sport Canada Danse est responsable comprendre si les personnes en position d'autorité et les athlètes utilisent les médias sociaux pour communiquer entre eux, et dans le cas échéant comment ils le font. Il peut être nécessaire de rappeler aux personnes en position d'autorité et aux athlètes que leur comportement dans les médias sociaux est toujours soumis au *Code de conduite et d'éthique* et à la *Politique relative aux médias sociaux*.
- 14. Les plaintes et les préoccupations relatives au comportement d'une personne en position d'autorité ou d'un athlète dans les médias sociaux peuvent être traitées en vertu de la *Politique sur la discipline et les plaintes*.

Directives

- 15. Les lignes directrices de cette section fournissent aux personnes en position d'autorité et aux athlètes des conseils et des suggestions sur l'utilisation des médias sociaux. Ces personnes et athlètes sont fortement encouragés à mettre en place leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux (par écrit ou non) et à s'assurer que cette stratégie est conforme au *Code de conduite et d'éthique*.

16. Étant donnée la nature des médias sociaux en tant que sphère de communication en constante évolution, Danse sport Canada fait confiance à ses officiers et à ses athlètes et croit qu'ils feront preuve de jugement dans leurs interactions avec les médias sociaux.

Lignes directrices sur les médias sociaux pour les personnes en position d'autorité

17. Les personnes en position d'autorité doivent tenir compte des directives suivantes pour éclairer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :

- a) Avec les athlètes mineurs, assurez-vous que les parents ou tuteurs savent si certaines interactions peuvent avoir lieu sur les médias sociaux et le contexte de ces interactions, et donnez aux parents ou tuteurs la possibilité d'interdire ou de restreindre la communication dans cet espace.
- b) Essayez de rendre les communications avec les athlètes dans les médias sociaux aussi unilatérales que possible. Soyez disponible pour les athlètes s'ils initient le contact, les athlètes peuvent souhaiter avoir cet accès facile et rapide à vous, mais évitez de vous imposer dans l'espace personnel des médias sociaux d'un athlète.
- c) Assurez-vous que toutes les communications sur les médias sociaux sont professionnelles, sans ambiguïté et pertinentes. Évitez les emojis et le langage non spécifique qui peuvent être interprétés de plusieurs façons.
- d) Choisir de ne pas interagir avec les médias sociaux est une stratégie acceptable. Soyez prêt à informer les athlètes (et leurs parents ou tuteurs) des raisons de votre choix et expliquez de quelle façon vous communiquerez avec eux.
- e) Effectuez un examen et une mise à jour annuels de vos paramètres de confidentialité sur tous vos comptes de médias sociaux.
- f) Envisagez de surveiller ou d'être généralement conscient du comportement public des athlètes sur les réseaux sociaux afin de garantir le respect du *Code de conduite et d'éthique* et de la présente politique.
- g) N'exigez jamais l'accès aux publications privées d'un athlète sur Twitter, Instagram ou Facebook.
- h) N'envoyez pas de demandes d'amitié aux athlètes. Ne forcez jamais les athlètes à vous envoyer une demande d'amitié ou à suivre vos comptes de médias sociaux.
- i) Si vous acceptez une demande d'amitié d'un athlète, vous devez accepter ces demandes de tous les athlètes. Attention à ne pas faire preuve de favoritisme sur les réseaux sociaux.
- j) Considérez la gestion de vos médias sociaux de façon à ce que les athlètes n'aient pas la possibilité de vous suivre sur Twitter ou de vous envoyer une demande d'amitié sur Facebook.
- k) N'identifiez pas les athlètes mineurs sur les médias sociaux accessibles au public.
- l) Demandez la permission aux athlètes adultes avant de les identifier sur les réseaux sociaux accessibles au public.
- m) Évitez d'ajouter des athlètes à Snapchat et n'envoyez pas de messages aux athlètes.

- n) Ne publiez pas de photos ou de vidéos d'athlètes mineurs sur vos comptes privés de médias sociaux
- o) Sachez que vous pouvez acquérir des informations sur un athlète qui imposent une obligation de divulgation de votre part (comme voir des photos d'athlètes mineurs en train de boire pendant un voyage).
- p) Dans les cas où des décisions de sélection ou d'autres affaires officielles concernant l'équipe sont annoncées sur les réseaux sociaux, assurez-vous qu'elles soient également publiées sur un support moins social, comme un site Web, ou distribuées par courriels.
- q) N'exigez jamais des athlètes qu'ils rejoignent Facebook, rejoignent un groupe Facebook, s'abonnent à un flux Twitter ou rejoignent une page Facebook sur votre équipe ou de votre organisation.
- r) Si vous créez une page sur Facebook ou Instagram qui traite de votre équipe ou de votre athlète, ne faites pas de ces pages les emplacements exclusifs d'informations importantes. Publiez ces informations importantes par des moyens non reliés aux médias sociaux (comme sur un site Web ou par courriel).
- s) Faites preuve d'une discrétion exemplaire lorsque vous utilisez les médias sociaux pour vos communications personnelles (avec des amis, des collègues et d'autres personnes en position d'autorité) en sachant que votre comportement peut être utilisé comme modèle par les athlètes.
- t) Évitez toute association avec des groupes Facebook, des comptes Instagram ou des flux Twitter qui affiche des comportements ou des points de vue sexuels explicites qui pourraient froisser ou compromettre votre relation avec un athlète.
- u) Ne vous présentez jamais sous un faux jour en utilisant un faux nom ou un faux profil.

Lignes directrices sur les médias sociaux pour les athlètes

18. Les conseils suivants doivent être utilisés par les athlètes pour éclairer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :

- a) Configurez vos paramètres de confidentialité de façon à restreindre les personnes qui peuvent vous rechercher et les informations privées les autres usagers peuvent voir.
- b) Les entraîneurs, coéquipiers, officiels ou concurrents adverses peuvent tous vous ajouter à Facebook ou vous suivre sur Instagram ou Twitter, mais vous n'êtes pas obligé de suivre qui que ce soit ou d'être ami avec qui que ce soit sur Facebook.
- c) Évitez d'ajouter des personnes en position d'autorité à Snapchat et n'envoyez pas de messages aux personnes en position d'autorité.
- d) Si vous vous sentez harcelé par quelqu'un dans un média social, signalez-le à votre entraîneur ou à une autre personne en position d'autorité de votre organisation.
- e) Vous n'êtes jamais obligé de rejoindre une page de fans sur Facebook ou de suivre un fil Twitter ou un compte Instagram.

- f) Le contenu publié sur un média social, selon les paramètres de confidentialité, est considéré comme public. Dans la plupart des cas, vous ne pouvez avoir aucune attente raisonnable en matière de confidentialité pour tout matériel que vous publiez.
- g) Le contenu publié sur un média social est presque toujours permanent si vous considérez la possibilité que d'autres personnes peuvent prendre des captures d'écran de votre contenu (même des snapchats) avant que vous ne puissiez le supprimer.
- h) Évitez de publier des photos ou de faire allusion à la participation à des activités illégales telles que : excès de vitesse, agression physique, harcèlement, consommation d'alcool (si mineur) et consommation de marijuana (si mineur).
- i) Adoptez un comportement sur les médias sociaux qui correspond à votre statut d'athlète et de membre de votre organisation et de ses organisations dirigeantes. En tant que représentant de votre organisation, vous avez accepté le *Code de conduite et d'éthique* et devez suivre ce Code lorsque vous publiez du matériel et interagissez avec d'autres personnes au moyen de médias sociaux.
- j) Sachez que votre page Facebook publique, votre compte Instagram ou votre flux Twitter peuvent être surveillés par votre organisation, votre entraîneur ou par une autre organisation, et que le contenu et le comportement démontrés dans les médias sociaux peut être passible de sanctions en vertu de la *Politique sur la discipline et les plaintes*.