

DIRECTIVES D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX À L'INTENTION DES ENTRAÎNEURS ET DES ATHLÈTES

Les présentes Directives d'utilisation des médias sociaux à l'intention des entraîneurs et des athlètes constituent un document distinct de la Politique sur l'utilisation des médias sociaux.

Note du traducteur : Pour la clarté du texte, dans le présent document, le masculin générique englobe le féminin. Pour les athlètes, le féminin englobe le masculin.

Définitions

1. Dans le cadre des présentes directives, le terme suivant signifie ce qui suit :
 - a) le terme «médias sociaux» est un terme générique qui s'applique dans son ensemble aux nouveaux médias de communication électroniques, comme les blogues, YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook, ou Twitter.

Raison d'être

2. Les présentes directives offrent aux entraîneurs et aux athlètes des conseils et des suggestions pour l'utilisation des médias sociaux. Ringuette Canada incite fortement ses entraîneurs et ses athlètes à élaborer (par écrit ou non) leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux, et à assurer que leur stratégie d'utilisation des médias sociaux soit acceptable par rapport au *Code de conduite et d'éthique* de Ringuette Canada.
3. Étant donnée la nature des médias sociaux, qui constituent une sphère de communications en constante évolution, Ringuette Canada est confiante que ses entraîneurs et athlètes feront usage de leur meilleur jugement dans le cadre de leur interaction avec les médias sociaux. Les présentes directives ne constituent pas des règles strictes et succinctes, ni des lois de comportement, mais plutôt des idées qui serviront aux entraîneurs et aux athlètes à former leur meilleur jugement.

Directives d'utilisation des médias sociaux à l'intention des entraîneurs

4. Les entraîneurs peuvent se servir des conseils ci-dessous pour élaborer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :
 - a) opter de ne pas utiliser les médias sociaux est une stratégie acceptable d'utilisation des médias sociaux, mais ce choix doit être motivé par de bonnes raisons, et vous devez demeurer actifs dans d'autres médias de communication;
 - b) malgré ce que dit Facebook, vous n'êtes pas vraiment «ami» avec les athlètes. Abstenez-vous de commenter les activités personnelles des athlètes, leurs mises à jour de statut, ou leurs gazouillis sur Twitter;
 - c) envisagez de surveiller, ou au moins d'être conscient sur un plan général, du comportement public des athlètes dans les médias sociaux, afin de vous assurer qu'elles respectent le *Code de conduite et d'éthique* de Ringuette Canada;
 - d) les entraîneurs ne doivent pas demander l'accès aux messages privés des athlètes sur Twitter ou Facebook;
 - e) ne soyez pas «amis» avec les athlètes sur Facebook, à moins qu'elles n'aient demandé cette relation. Ne mettez jamais de pression sur les athlètes pour qu'elles deviennent vos «amies»;
 - f) si vous acceptez une demande d'«ami» d'une athlète ou si vous la suivez sur Twitter, vous devriez accepter toutes les demandes d'«ami» de toutes les athlètes, et les suivre toutes. Faites attention à ne pas faire preuve de favoritisme dans les médias sociaux;
 - g) envisagez de gérer vos médias sociaux de manière à ce que les athlètes ne puissent pas vous suivre sur Twitter ou devenir votre «amie» sur Facebook;
 - h) demandez leur permission aux athlètes avant d'afficher des photos ou des vidéos les montrant dans des médias sociaux accessibles publiquement, comme un blogue ou sur YouTube;

DIRECTIVES D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX À L'INTENTION DES ENTRAÎNEURS ET DES ATHLÈTES

- i) n'utilisez pas les médias sociaux pour «coincer» les athlètes si elles vous ont dit quelque chose personnellement, mais si leur activité sur les médias sociaux révèle qu'elles faisaient quelque chose de différent;
- j) n'affichez pas les décisions de sélection et les affaires officielles de l'équipe dans les médias sociaux;
- k) ne demandez jamais aux athlètes de rejoindre Facebook, de se joindre à un groupe de Facebook, de souscrire à un canal de Twitter, ou de se joindre à une page de fans sur Facebook relative à votre équipe ou à votre organisme;
- l) si vous créez une page de fans sur Facebook pour votre équipe ou votre athlète, ne faites pas en sorte que ce site de média social soit l'endroit exclusif contenant ces informations importantes. Reproduisez ces informations importantes sur d'autres canaux officiels (comme un site Web ou par courriel);
- m) assurez-vous que les parents soient conscients qu'il peut y avoir des interactions entre l'entraîneur et les athlètes sur Facebook;
- n) faites preuve d'une retenue appropriée quand vous utilisez les médias sociaux pour vos communications personnelles (avec des amis, collègues ou autres athlètes), sachant que vos athlètes peuvent se servir de votre comportement comme modèle;
- o) évitez de vous associer à des groupes sur Facebook ou à des canaux de Twitter contenant des contacts ou des points de vue sexuels explicites risquant de nuire à la relation entre l'entraîneur et l'athlète ou de la compromettre;
- p) ne vous faites jamais passer pour quelqu'un d'autre en utilisant un faux nom ou un faux profil;
- q) soyez conscient que vous pouvez obtenir des informations, relatives à une athlète, que vous soyez obligé de divulguer (par exemple voir des photos d'athlètes mineures qui boivent de l'alcool pendant un déplacement);
- r) essayez que vos communications avec les athlètes sur les médias sociaux soient le plus possible à sens unique. Soyez disponible pour les athlètes si elles amorcent un contact par l'entremise des médias sociaux, car il se peut qu'elles souhaitent avoir facilement et rapidement avoir accès à vous, mais évitez de vous imposer dans leur espace personnel dans un média social, à moins qu'elles vous aient explicitement demandé de le faire.

Directives d'utilisation des médias sociaux à l'intention des athlètes

5. Les athlètes peuvent se servir des conseils ci-dessous pour élaborer leur propre stratégie d'utilisation des médias sociaux :
- a) établissez vos paramètres de protection des renseignements personnels de manière à restreindre le nombre de gens qui peuvent vous rechercher, ainsi que la quantité des renseignements personnels que les gens peuvent voir;
 - b) tous les entraîneurs, coéquipières, officiels ou adversaires peuvent vous ajouter sur leur compte Facebook ou vous suivre sur Twitter. Vous n'êtes pas dans l'obligation de suivre qui que ce soit, ni d'être amie sur Facebook avec qui que ce soit;
 - c) si vous pensez que quelqu'un vous harcèle sur un média social, rapportez-le à votre entraîneur, à un officiel de votre club, ou à Ringuette Canada;
 - d) ne vous sentez pas sous la pression de rejoindre une page de fans sur Facebook ou de suivre un canal de Twitter;
 - e) le contenu affiché sur un média social, s'il respecte vos paramètres de protection des renseignements personnels, est considéré comme public. Dans la plupart des cas, vous ne devez pas raisonnablement vous attendre à ce qu'un quelconque document que vous affichez soit protégé contre la divulgation;
 - f) évitez d'afficher des photos montrant, ou de faire allusion à, une participation à une activité illégale, comme faire un excès de vitesse, assaillir physiquement quelqu'un, harceler quelqu'un, consommer de l'alcool (si vous êtes mineure), ou fumer de la marijuana;

DIRECTIVES D'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX À L'INTENTION DES ENTRAÎNEURS ET DES ATHLÈTES

- g) ayez un comportement approprié dans les médias sociaux, qui constitue un modèle de votre statut à titre a) d'athlète d'élite, et b) de membre de votre club et de Ringuette Canada. À titre de représentante de Ringuette Canada, vous avez accepté de respecter le *Code de conduite et d'éthique* de Ringuette Canada, et vous devez donc le respecter quand vous affichez des documents ou quand vous interagissez avec d'autres personnes par l'entremise de médias sociaux;
- h) soyez conscientes que votre page Facebook, ou canal Instagram ou Twitter, peut être surveillé par votre club, votre entraîneur ou Ringuette Canada, et que le contenu ou les comportements dont vous faites preuve dans les médias sociaux peuvent être assujettis à des sanctions en vertu de la *politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires* de Ringuette Canada.

Responsabilités des clubs

- 6. Les clubs ne devraient pas essayer d'imposer des restrictions d'utilisation des médias sociaux aux entraîneurs ou aux athlètes. Il existe de nombreuses situations dans lesquelles il est souhaitable ou même nécessaire de communiquer par l'entremise des médias sociaux. Cependant, il y a aussi beaucoup de situations où le contact par l'entremise des médias sociaux est risqué et non sollicité. En vertu du *Code de conduite et d'éthique* de Ringuette Canada, on doit avoir confiance que les entraîneurs et les athlètes feront usage de leur meilleur jugement pour naviguer dans les médias sociaux.
- 7. Les clubs devraient surveiller l'utilisation des médias sociaux par leurs entraîneurs et leurs athlètes, et envisager de faire régulièrement des sondages et des examens pour comprendre comment les entraîneurs et les athlètes utilisent les médias sociaux. Il peut s'avérer nécessaire de rappeler aux entraîneurs et aux athlètes que leur comportement dans les médias sociaux est toujours assujetti au *Code de conduite et d'éthique* de Ringuette Canada.
- 8. On peut traiter les plaintes et préoccupations relatives au comportement ou à la conduite d'un entraîneur ou d'une athlète dans les médias sociaux par l'entremise de la *politique en matière de plaintes et de mesures disciplinaires* de Ringuette Canada.

Les présentes directives ont été élaborées en : **Septembre 2015**

La publication des présentes directives de Ringuette Canada se fait en anglais et en français. En cas d'interprétations divergentes entre les deux versions, la version anglaise fera foi.