



Communication éthique dans le monde du sport: opportunités, défis et solutions

Programme

Qu'est-ce que l'éthique dans le sport suisse?

Qu'est-ce que la communication éthique?

Opportunités, défis et risques

Digression: Communiquer sur l'éthique

Langage visuel et directives sur les photos

Guide linguistique

Digitalisation et réseaux sociaux

Questions et discussion

Qu'est-ce que l'éthique dans le sport suisse?

Ethique dans le sport suisse



La bonne mesure:

Un «excès» aussi bien qu'un «manque» de pouvoir, d'idéaux, de proximité ou de pression peut porter atteinte à la dignité.

La boussole éthique

Quatre thèmes clés

- Pouvoir
- Idéaux
- Proximité
- Pression

Menschen stärken

Grün bedeutet, dass alles in Ordnung ist: Die Würde ist darin gewahrt, der Sport ist wert- und würdevoll. Wichtig sind auch Wertschätzung und Feedback.

Situationen besprechen

Grau bedeutet, dass es irritierend, komisch und risikoreich wird. Risiken gehören zum Sportalltag, müssen jedoch umsichtig und reflektiert gestaltet werden.

Gefährdungen melden

Orange zeigt an, wo Ethikverstösse gemäss Ethikstatut beginnen. Alle Menschen im Sport haben das Recht, dass diese orange Linie nicht überschritten wird.

Straftaten anzeigen

Rot umfasst Straftaten und Missbrauch (oder den Verdacht darauf). Sie sind per Strafgesetz verboten. Triggerwarnung: Die in diesem Bereich ausgewählten Beispiele können aufwühlen.

Qu'est-ce que la communication éthique?

Communication éthique

Une communication éthique se compose de différents éléments. Il n'est pas nécessaire de les maîtriser tous, mais il faut les aborder tous, continuer à se former et s'améliorer.

Respect: Le respect de l'autre et le respect de la dignité, des autres opinions et des autres sentiments. Communiquer d'égal à égal, ne pas jouer de son pouvoir.

Loyauté: Ne pas communiquer les informations de manière unilatérale, même s'il s'agit par exemple de sélections.

Empathie: Comprendre la perspective et les sentiments des autres, se mettre à leur place.

Honnêteté et sincérité: Communiquer honnêtement et sans distorsion même les décisions difficiles.

Transparence: Ne pas communiquer seulement en cas de nécessité, mais toujours communiquer de manière transparente l'état actuel et reconnaître aussi les erreurs ou les conditions imparfaites.

Exemple de Smile

Printemps 2023

- Juste avant l’affichage de la campagne: Un jeune homme de 19 ans renverse une adolescente qui perd la vie. Soupçon: Le jeune homme aurait agi intentionnellement.
- Backlash
- Critique: Mépris des femmes; la publicité n’est pas drôle, mais minimise la violence
- Question: «L’ex», interprété au masculin ou au féminin?
- Plainte auprès de la Commission suisse pour la loyauté en raison d’une suspicion de sexisme
- Excuses et fin programmée de la campagne d’affichage par Smile



Exemples issus du milieu du sport

Schweizer Athlet postet Video von Rechtsextremen

Pascal Mancini veröffentlichte Videos einer rechtsextremen Gruppe auf seinem Facebook-Profil. Zudem duldet er rassistische Kommentare.

Ein Sprinter mit braunem Gedankengut soll die Schweiz an den EM vertreten

Der Schweizer Leichtathlet Pascal Mancini zitiert auf seiner Facebook-Seite einen Neonazi. Der Leichtathletikverband wusste von nichts. Darf Mancini trotzdem an die Europameisterschaften?

Nach Rassismus-Vorwürfen

EM-Aus und Lizenz-Entzug für Mancini

Der Sprinter Pascal Mancini wird von den Leichtathletik-Europameisterschaften in Berlin ausgeschlossen.

Exemples issus du milieu du sport

Tweets aufgetaucht: Gnabry wird von seiner Vergangenheit eingeholt - Bayern-Fans entsetzt

**Kyler Murray
apologizes after old
homophobic tweets
surface hours after
he wins Heisman
Trophy**



Exemples issus du milieu du sport



Ehemann und Förderer: An der Seite von Gatte Marc pfiff Anna Wiegand 2019 ihr erstes Spiel in der Swiss League.

Foto: Guillaume Hentzi (Keystone)

Opportunités, défis et risques

Opportunités, défis et risques



Les défis sont aussi des opportunités!

Temps

- Préparatifs (plans de communication)
- Responsabilités clairement définies
- Répartir les tâches – principe des quatre yeux

Diversité mondiale des normes éthiques

- Créer une sensibilité et une prise de conscience
- Respect

Zones d'ombre

- Communication transparente sur les incertitudes, discussion
- S'informer et, le cas échéant, demander de l'aide (services spécialisés, experts/expertes en éthique, etc.)
- Directives éthiques claires

Les défis sont aussi des opportunités!

Réseaux sociaux et désinformation

- Présence active sur les réseaux sociaux
- Réactions rapides à la désinformation
- Communication claire des faits

Décisions complexes

- Processus décisionnels transparents
- Consultation d'experts/expertes et de groupes d'intérêt
- Critères et valeurs clairs

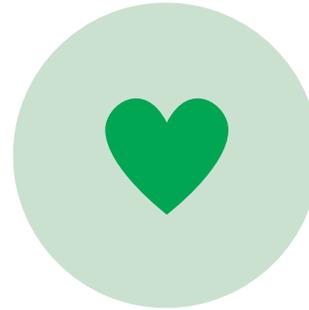
Principes de gestion des backlashes



OUVERTURE D'ESPRIT
ET TRANSPARENCE



RAPIDITÉ



SINCÉRITÉ ET
AUTHENTICITÉ



PRUDENCE

Digression: Communiquer sur l'éthique

Digression: Communiquer sur l'éthique

Connotation positive: «L'objectif doit être de présenter l'éthique dans le sport comme quelque chose de souhaitable.» (Ludwig Hasler)

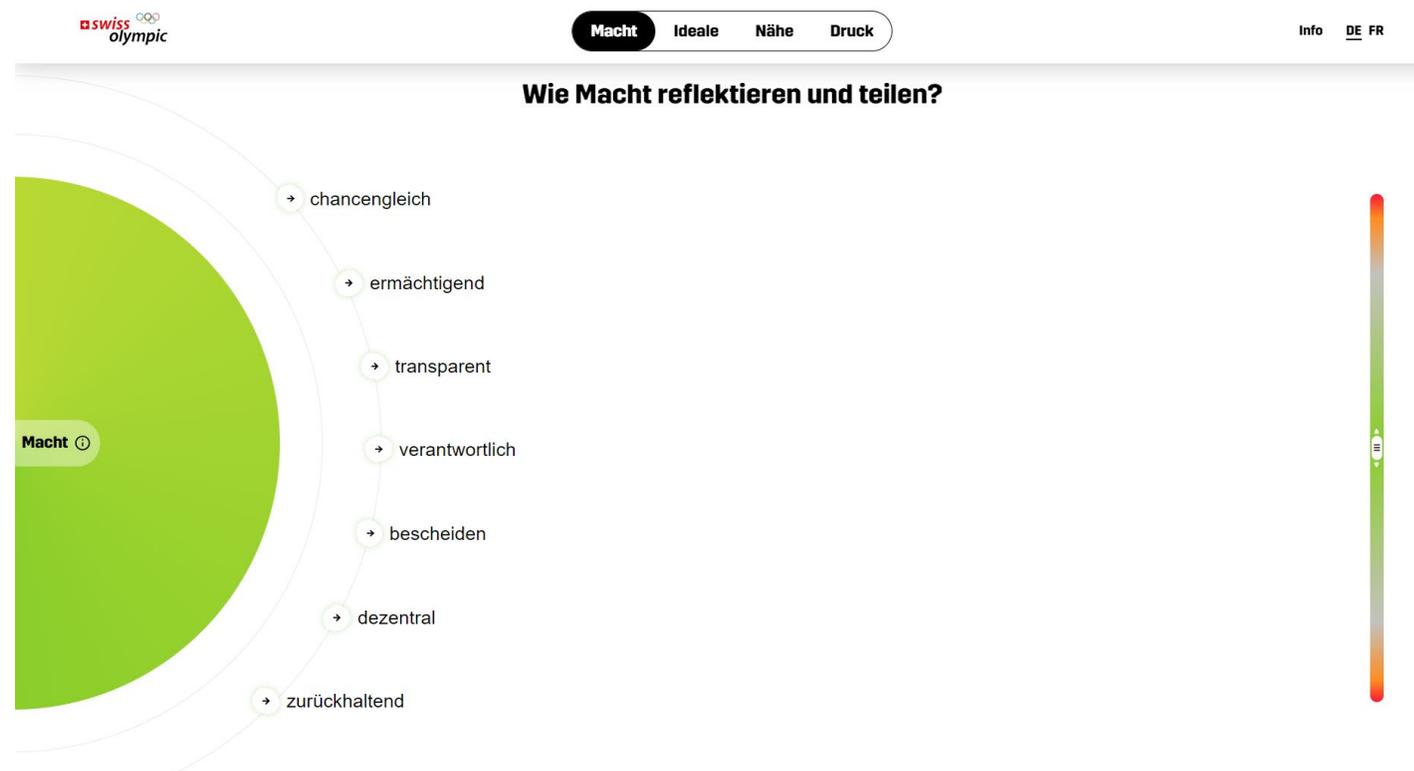
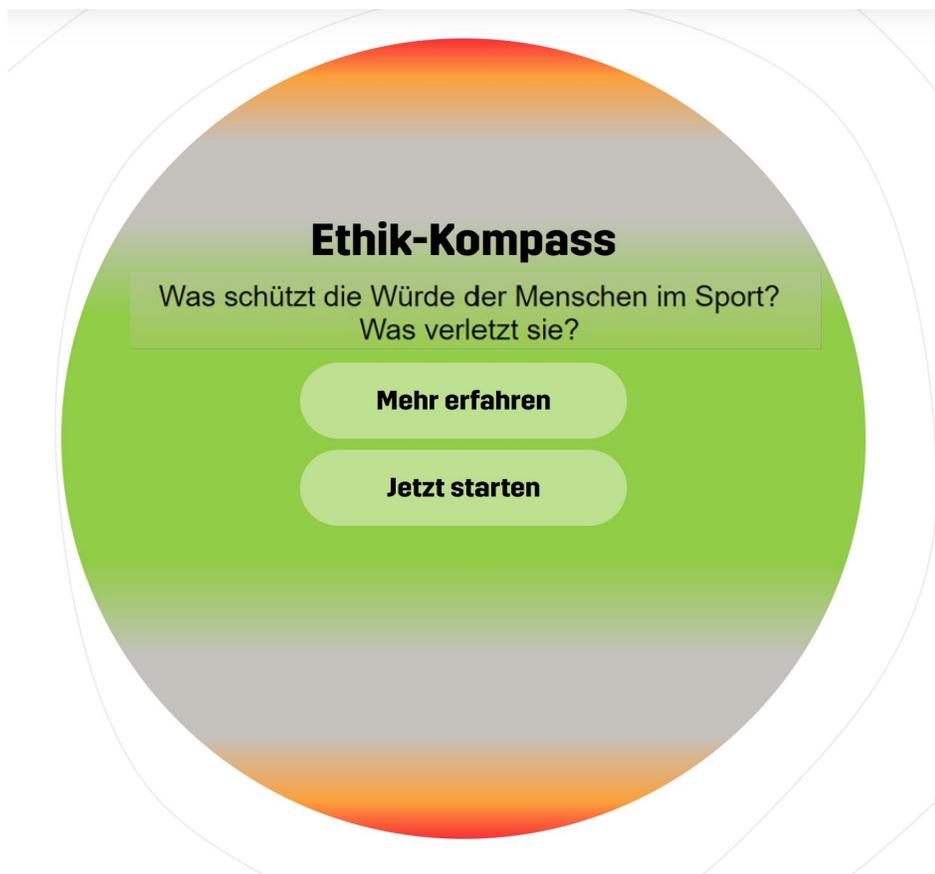
- Pour une communication efficace sur l'éthique, il faut lui donner une **connotation positive**.
- Focalisation de la communication sur: Quel type de culture, d'entraîneur(e)s, de parents souhaitons-nous voir dans l'environnement sportif?
- Ne pas se concentrer sur: Tel ou tel comportement est mauvais.

Participation: Le projet «Ethique dans le sport» communique dans un WebTalk mensuel les approches et les projets partiels encore en cours. Cela favorise la transparence.

Digression: Communiquer sur l'éthique

Exemple de boussole éthique: Connotation positive

Se concentrer sur la partie verte, la bonne partie du sport.
La promouvoir de manière ciblée et la mettre en avant.



Digression: Communiquer sur l'éthique

Exemple «Are you OK?»

La campagne de sensibilisation «Are you OK?» se déroule avec succès depuis 2021.



Confidences:

La campagne 2024 sera développée et aura une **connotation positive**.

Objectif 2024: Attirer l'attention sur la **culture cible** et travailler en ce sens.

La campagne précédente a tout de même permis d'atteindre l'objectif. Pour permettre aux mentalités d'évoluer, il faut d'abord **sensibiliser**.

Langage visuel et directives sur les photos

Langage visuel

Le recadrage de l'image a un effet décisif!



Langage visuel

Représentation des athlètes: Respectueuse et authentique ou renforce-t-elle les stéréotypes (par exemple sur le sexe, la race ou d'autres caractéristiques identitaires)?

Réalisme: Le traitement de l'image crée-t-il des attentes irréalistes?

Vie privée: Où se situe la limite entre intérêt public et protection de la vie privée?

Violence et agression: La représentation de la violence et de l'agression contribue-t-elle à une normalisation ou existe-t-il des directives éthiques à ce sujet?

Inclusion et diversité: Les différents sports, sexes et groupes ethniques sont-ils représentés de manière adéquate?

Réseaux sociaux et droits: Comment les droits des athlètes peuvent-ils être protégés, notamment en ce qui concerne les publications non autorisées?

Langage visuel

Les images sportives peuvent/doivent véhiculer **des messages et des valeurs positifs**

Intégrer différentes **perspectives**

Examiner de manière critique l'impact du langage visuel sur la communication sportive

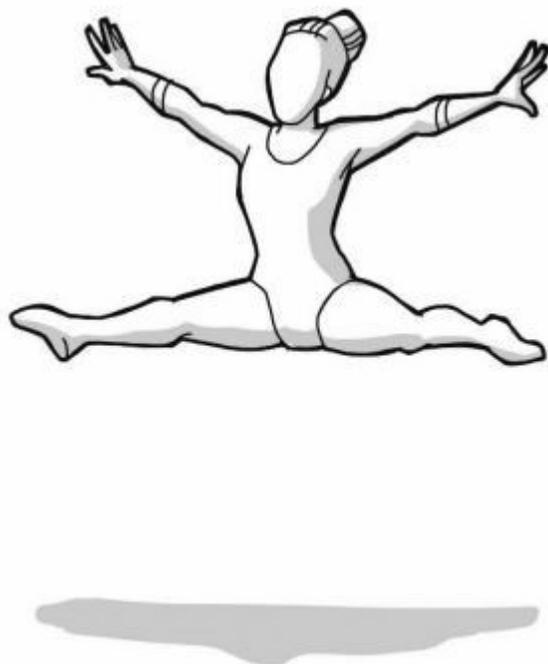
S'efforcer délibérément de promouvoir des représentations respectueuses, variées et authentiques

Discuter avec différents acteurs

Etre ouvert au **feed-back**

Directives sur les photos

Exemple de la FSG – Manuel sur les photos



Pas de publication ou de diffusion de photos suggestives ou autrement délicates sur le plan éthique.

Droits à l'image



Dans la mesure où les enfants ou les adolescents sont capables de discernement, l'[art. 19c du Code civil](#) leur permet de décider eux-mêmes s'ils peuvent être filmés et si les vidéos peuvent être publiées.

Un enfant n'est capable de discernement au sens de l'[art. 16 CC](#) que lorsqu'il comprend la portée et le but d'une image, sa publication et les conséquences d'une publication.

Important: La capacité de discernement des jeunes adolescents reste souvent floue, c'est pourquoi vous devriez toujours demander l'accord des parents pour plus de sécurité.

Guide linguistique

Langue

Le langage et les images influencent notre perception, notre pensée et, par conséquent, notre action.

La langue évolue au fil du temps, tout comme la société elle-même, et n'est pas statique. Cela nécessite de temps en temps des **adaptations dans l'utilisation de la langue** et, par conséquent, l'ouverture de tous à la reconnaissance et à l'utilisation de nouvelles méthodes.

L'écriture neutre favorise l'égalité des chances et élimine les discriminations fondées sur le sexe.

L'utilisation du masculin générique n'est pas autorisée, car elle favorise l'inégalité et les malentendus.

Eviter les représentations stéréotypées des femmes et des hommes dans le sport. **Les compétences, les performances et le dévouement sont mis en avant indépendamment du sexe.**

Reconnaître les différentes identités de genre et respecter les pronoms choisis.

Digitalisation et réseaux sociaux

Digitalisation et réseaux sociaux

Gestion de la désinformation et des fake news à l'ère numérique

Prévention et détection de la désinformation et des fake news et diffusion d'informations authentiques

- Information et formation précoces
- Communication transparente
- Vérification des faits
- Sensibilisation aux contenus équivoques
- Réaction rapide aux fausses informations



Digitalisation et réseaux sociaux



Protection des données et sécurité dans l'environnement en ligne

Collecte et utilisation des données

- Politique de confidentialité
- Consentements pour l'utilisation des données
- Transparence

Protection de la vie privée

- Pertinence pour le public et limites
- Protection particulière des enfants et des jeunes
- Respect et sensibilité

Digitalisation et réseaux sociaux

Protection des données et sécurité dans l'environnement en ligne

Cybersécurité

Sensibilisation à la sécurité et culture de la sécurité

Authentification forte

Cryptage

Plans d'urgence



Nétiquette

La nétiquette se réfère à un ensemble de règles de comportement et d'étiquette dans l'espace numérique.

Honnêteté et transparence: La communication éthique exige l'honnêteté dans l'interaction et le renoncement à des pratiques trompeuses ou manipulatrices.

Inclusion et diversité: Une communication éthique exclut toute discrimination et tout traitement inapproprié fondé sur le sexe, la race, la religion ou d'autres caractéristiques. La nétiquette peut contribuer à promouvoir une communauté en ligne inclusive et diversifiée.

Critique constructive: La nétiquette encourage la critique constructive et incite à éviter les commentaires insultants.

Exemple de la nétiquette de Swiss Olympic:

[Swiss Olympic – Nétiquette sur les réseaux sociaux de Swiss Olympic](#)

Coin des réseaux sociaux

Sensibilisation des athlètes au comportement dans l'espace numérique

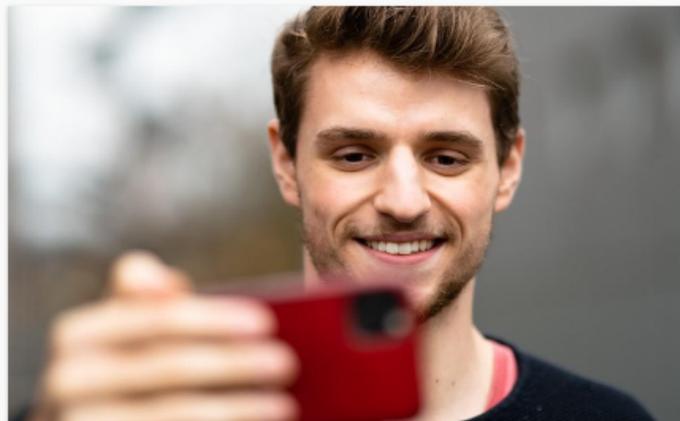


**Social Media Tipps für
Nachwuchsathlet*innen
(Video)**

Zum Video



Details ...

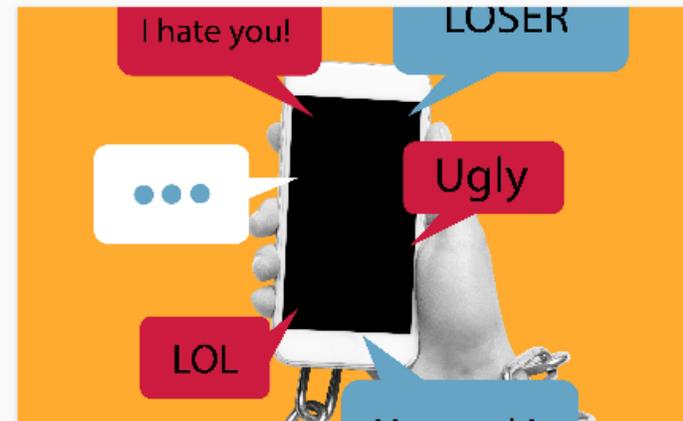


Social Media Guide

Zum Guide



Details ...



**Guide Cybermobbing und
Stalking**

Zum Guide



Details ...

Questions et discussion

D'autres exemples?

Bonnes pratiques de la communication de crise

Discussion en petits groupes: Incertitudes sur certains sujets?

Discuter des solutions possibles.

Merci de votre attention!

En cas de questions ou de demandes:

Swiss Olympic

Maura Stiefel

maura.stiefel@swissolympic.ch

031 359 71 55

Main National Partners



SWISSLOS

Premium Partners

**OCHSNER
SPORT**

SWISS

