

Famillēduc

DÉCEMBRE 2019



Communication et politique

Table des matières

ÉDITORIAL 3

LE DÉCOUVERTE 4

La fédération québécoise des organismes communautaires famille

LE POINT DU DÉCIDEUR 5

Entrevue Marie-Eve Brunet Kitchen

LE POINT POLITIQUE 6

La communication politique au Québec : ses caractéristiques et ses acteurs

LE POINT MARQUANT



LE POINT CHERCHEUR 10

La concertation intersectorielle et les organismes communautaires famille

LE POINT CONSEIL



LE POINT FAMILLE 14

- Les réseaux sociaux ont changé notre vie... mais à quel prix?
- Réseaux et partage d'infos : comment sensibiliser les enfants?

LE POINT JURIDIQUE



LE POINT SENSIBLE 18

Refuge des jeunes de Montréal Le jour, le soir, la nuit...

LE POINT DE RÉFÉRENCE 19

Des organismes au service des familles

Famillēduc

DÉCEMBRE 2019

Rédaction

Rédactrice en chef
Marie Julie Paradis

Collaborateurs

- Nathalie D'Amours
- FQOCF
- Thierry Chiasson
- MJP Communication
- Le Refuge
- Carl Lacharité
- Catalina Briceno
- Marie-Claude Ducas
- Justice Pro Bono.

Production

Correction
Jonathan Aubin

Conception et réalisation graphique
Viva Design Inc.

Impression
JB Deschamps inc.

Photographe
La Boîte blanche

Photos et illustrations
Shutterstock

Placement publicitaire
MJP Communication

La revue Famillēduc est produite par

FAMILLE
Point Québec

514 527-8435 ou 1 877 527-8435
www.famillepointquebec.com

Les auteurs des articles publiés dans **Famillēduc** conservent l'entière responsabilité de leurs opinions. Le générique masculin est utilisé sans aucune discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte. Les articles peuvent être reproduits avec l'autorisation écrite de la rédaction du magazine.

Dépôt : Bibliothèque nationale du Québec

ISSN 2562-1327 (Imprimé)
ISSN 2562-1335 (En ligne)

Communiquer en 2020!



Le sens que donne le dictionnaire Larousse au mot *communication* est celui d'une action qui met en relation, en liaison ou en contact des choses ou des personnes. Quoi de mieux que le temps des Fêtes pour favoriser les relations, les contacts et les échanges!

Enfant, je me souviens des réveillons chez les tantes de Belœil et ceux dans la maison paternelle de Price, dans le Bas-du-Fleuve. Les adultes en haut, les jeunes en bas. Les manteaux de fourrure laissés sur le lit de mes parents; j'allais m'y coucher. La maison était facilement remplie d'une vingtaine de personnes. Sur la table, des bonbons aux patates ainsi que des plats d'olives, de sandwichs, de desserts trop sucrés que Grand-Maman avait cuisinés pendant un mois. Comme il n'y avait pas de Facebook, d'Instagram ou de courriel, les Fêtes devenaient l'occasion pour tout le monde de prendre des nouvelles des autres. J'en garde de beaux souvenirs.

Les moyens de communiquer ont changé depuis. Et ils continueront de nous surprendre. Le bout du monde n'est

plus aussi loin avec Facebook. Dans le présent numéro du Familléduc, nous abordons le thème de la communication politique. En tant qu'organisme, comment, quand, pourquoi et de quelle façon communiquer avec nos élus, nos ministres et autres politiciens? Et puisqu'ils font partie intégrante de nos vies et qu'ils nous permettent de communiquer différemment, qu'on le veuille ou non, les médias sociaux seront abordés : pour les organismes, les adultes et les enfants. Quoi faire et quoi ne pas faire.

Je profite de ce moment pour souhaiter à toutes et à tous un merveilleux temps des Fêtes. Prenez le temps de communiquer, de garder contact. Avec vos voisins, votre famille, vos collègues, une personne seule, une personne malade ou en fin de vie. De notre côté, toute l'équipe de FamillePointQuébec vous prépare une belle année 2020 durant laquelle nous communiquerons encore plus avec vous : infolettre, page Facebook, site Web renouvelé, rencontres Points de vue partout au Québec, etc.

Marie Julie Paradis
Rédactrice en chef

Ensemble POUR LES FAMILLES

FamillePointQuébec :

- Favorise la réflexion pour l'implication sociale de la Famille;
- Soutient tous les acteurs poursuivant le bien-être de tous dans une vision inclusive;
- Permet aux différentes visions de s'exprimer en toute convivialité;
- Agit en amont des problématiques;
- Inspire les décideurs politiques, acteurs significatifs du bien-être de la Famille;

... permettant à chacun d'y trouver sa place !

Pour plus d'informations,

Suivez-nous sur  www.facebook.com/FamillePointQuebec

www.FamillePointQuebec.com



FAMILLE
Point Québec

La Fédération québécoise

DES ORGANISMES COMMUNAUTAIRES FAMILLE



Depuis 1961, la Fédération québécoise des organismes communautaires Famille (FQOCF) représente et soutient plus de 240 organismes membres, enracinés dans les 17 régions du Québec. Elle vise également à accroître leur rayonnement et leur développement professionnel, en plus de promouvoir leur savoir-faire unique en matière d'accompagnement des parents et des enfants.

Une histoire en pleine évolution

L'histoire de la FQOCF a débuté par l'engagement de mères et de pères qui voulaient soutenir les familles dans leur communauté. Le mouvement des OCF, qui a porté les noms « écoles des parents », « unions des familles » puis « organismes communautaires Famille », a grandement évolué depuis.

Les huit dernières années de la FQOCF furent consacrées au projet AGORA. La première phase de ce vaste projet a permis une conceptualisation de l'approche d'intervention des OCF auprès des familles du Québec. La deuxième phase a permis la diffusion et l'appropriation des connaissances quant aux savoirs et aux savoir-faire particuliers associés à l'action communautaire autonome Famille (ACAF). Elle a de plus culminé en la production des derniers outils de la Trousse de référence et d'animation sur l'action communautaire autonome Famille, permettant ainsi de pérenniser les fondements de l'approche de l'ACAF des OCF et de poursuivre l'enrichissement des pratiques d'accompagnement des familles auprès des membres de la FQOCF.

Ainsi, en mai 2019, forte de consultations auprès de ses membres et de certains partenaires, la FQOCF a amorcé

une transition importante vers de nouvelles orientations stratégiques afin de répondre aux réalités et aux enjeux actuels des familles et des OCF du Québec.

Deux axes d'action prioritaires :

Soutien au développement communautaire des OCF

Afin d'assurer le déploiement optimal du milieu communautaire Famille et d'offrir toujours plus aux familles, les OCF du Québec peuvent s'appuyer sur un réseau d'experts qui propose un accompagnement personnel et collectif dans le développement d'expertises propres à leur réalité. Grâce à divers outils, à des formations ou à un soutien personnalisé, la FQOCF favorise une meilleure maîtrise des cinq sphères du quotidien de ses membres, soit les pratiques d'intervention, la gestion, les communications, la philanthropie et les enjeux politiques.

Agir nationalement pour les OCF et les familles du Québec

La FQOCF agit également à titre d'experte-conseil auprès des décideurs et des influenceurs, tant politiques que médiatiques, en matière d'enjeux entourant les familles de la province. Elle met également tout en œuvre pour

sensibiliser les gouvernements ainsi que les partenaires financiers aux défis et aux retombées des OCF dans les 17 régions du Québec.

Les OCF d'aujourd'hui

Les OCF représentent des milieux de vie, d'entraide, de soutien, de valorisation, d'implication et de développement qui accueillent l'ensemble des membres de la famille. La reconnaissance du rôle des parents est au cœur de leurs préoccupations. ●

**La reconnaissance
du rôle des parents
est au cœur de leurs
préoccupations.**



Fédération
québécoise des
organismes
communautaires
Famille

FQOCF

Pour plus d'informations sur la FQOCF ou pour découvrir l'OCF de votre communauté, consultez le www.fqocf.org.





Entrevue

MARIE-EVE BRUNET KITCHEN

Directrice générale de la FQOCF

PAR MARIE JULIE PARADIS, RÉDACTRICE EN CHEF

M^{me} Brunet porte et fait entendre la voix des familles et des jeunes depuis de nombreuses années. Directrice de la Fédération québécoise des organismes communautaires Famille, elle fut, de 2013 à 2017, conseillère municipale à Montréal et responsable pour la ville des enjeux de conciliation famille-travail. Nommée femme inspirante par le magazine *Châtelaine* pour avoir facilité l'entrée des femmes et jeunes dans l'arène politique, elle fut également la jeune présidente de nombreuses instances dont Concertation Montréal.

Madame Brunet, qu'est-ce qui vous anime le plus dans votre tâche de directrice générale de la FQOCF?

Voilà un an que j'ai le privilège de diriger la Fédération des organismes communautaires Famille (FQOCF). Le grand mouvement des organismes communautaires Famille (OCF) du Québec et sa Fédération sont à un tournant important de leur histoire. Mon mandat est clair et en cohérence avec la volonté de nos membres, soit de positionner la FQOCF à titre d'experte-conseil auprès des décideurs et des influenceurs (politiquement et médiatiquement) ainsi que de soutenir le développement communautaire des organismes que nous accompagnons.

Ma personnalité et mon bagage professionnel s'arriment parfaitement avec nos nouvelles orientations. Je trouve par ailleurs très stimulant de favoriser, avec mon équipe, le rayonnement des OCF et, plus que tout, de soutenir ainsi les familles du Québec. Cette mission donne un sens à mon quotidien, me permet de m'épanouir en respectant mes valeurs et de faire une différence dans nos communautés.

Je crois à la prévention et à la proximité comme conditions de succès quand il s'agit d'agir concrètement afin que les pères, les mères et les enfants puissent avoir les outils dont ils ont besoin pour jouer activement leur rôle ou, pour notre jeunesse, d'assurer leur plein développement.

La communication politique est de plus en plus un enjeu pour les OCF. Vous avez été, pendant 4 ans, conseillère municipale de la Ville de Montréal. Ces anciennes fonctions vous aident-elles dans votre rôle de DG de la FQOCF? Si oui, comment?

En fait, les habiletés et stratégies politiques ainsi que les communications sont des enjeux incontournables

aujourd'hui pour une grande majorité d'organisations, et ce, en provenance de tous les milieux. Un de mes principes est que « tout est politique ». Permettez-moi, s'il vous plaît, de m'expliquer.

Nous pensons, à tort, que seuls les politiciens font de la politique. Pourtant, dès que vous essayez de changer la société ou de l'améliorer, vous faites de la politique. Mobiliser des alliés et maximiser votre pouvoir d'influence afin de défendre vos idées sont des actions politiques. Les jeux politiques sont présents dans nos vies même si on les ignore. Certains voient négativement ceux-ci, mais utiliser ses habiletés politiques (de manière éthique) peut permettre aux communautés et aux organisations de faire de grandes avancées positives pour, dans notre cas par exemple, les familles du Québec.

Mes années comme conseillère municipale m'ont confirmé l'importance de bien m'entourer. Personne n'est seul responsable d'un changement sociétal. Ainsi, mes anciennes fonctions m'ont permis de développer un réseau riche et diversifié qui illustre bien l'apport que peuvent avoir des gens de tous les horizons lorsqu'ils sont unis autour d'un objectif commun. Pour atteindre les objectifs qui nous interpellent, il nous faudra être rassembleurs et penser autrement.

Nommez-nous un objectif que vous avez réalisé ou que vous aimeriez réaliser à court terme dans votre rôle au sein de la FQOCF?

C'est un grand privilège que de coécrire, avec une équipe engagée et hautement qualifiée, le nouveau chapitre d'une organisation aussi rassembleuse et crédible que la FQOCF! La première réalisation qui me vient en tête, pour 2019-2020, est celle d'une transition réussie vers une nouvelle structure organisationnelle et de nouvelles orientations stratégiques.

Je suis fière de constater l'enthousiasme des directions et des intervenants en OCF envers nos défis politiques et nos positionnements stratégiques. En quelques mois, nous remarquons déjà une augmentation significative des demandes gouvernementales et partenariales concernant notre rôle d'expert-conseil. Le savoir de la FQOCF et des OCF en matière d'enjeux que vivent les familles du Québec et concernant des méthodes d'intervention innovantes est impressionnant. Il faut rendre cette expertise accessible et connue. ●

La communication politique au Québec :

SES CARACTÉRISTIQUES ET SES ACTEURS

PAR THIERRY GIASSON, GROUPE DE RECHERCHE EN COMMUNICATION POLITIQUE, UNIVERSITÉ LAVAL
Extrait de la présentation faite à la Rencontre nationale de la FQOCF, Québec, le 6 novembre 2019



Il n'y a pas de démocratie sans communication. Pour que les démocraties libérales de représentation fonctionnent, elles doivent assurer la libre circulation de l'information et une communication ouverte entre les élites et le citoyen. La communication est une condition du fonctionnement de la démocratie et assure sa vitalité.

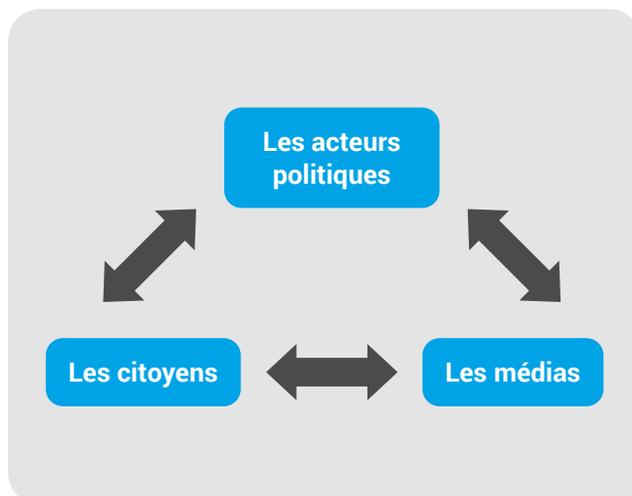
Le rôle de la communication est donc essentiel en démocratie. Elle permet au citoyen d'effectuer des choix éclairés lorsqu'il délègue son autorité à l'élu de sa circonscription. Par la suite, elle lui permet de suivre l'activité de l'élu afin d'en évaluer la valeur et de prendre, lors des élections suivantes, une décision éclairée.

À ce titre, la vie politique, comme la vie sociale, est médiatisée. Certains diront même hypermédiatisée. Notre expérience de la vie politique se fonde sur ce que les médias nous en présentent. Le monde politique s'adapte alors aux logiques des médias qui imposent :

- une information synthétisée, (sur)simplifiée;
- une accélération ou une réduction du temps d'action ou de réaction (instantanéité);
- la mise en récit ou en histoire des événements;
- un accent sur la personnalisation (témoins, victimes, acteurs) et les émotions.

Les acteurs de la communication politique doivent répondre à ces logiques. Sinon, ils n'accèdent pas aux médias et, conséquemment, ils disparaissent de l'expérience commune. La visibilité médiatique valide souvent l'existence, l'importance et... l'influence des acteurs sociaux.

On définit simplement la communication politique comme le rôle que joue la communication dans le processus politique. Elle comprend donc l'ensemble des relations de communication qu'entretiennent les trois grands acteurs de la dynamique politique : les acteurs politiques, les médias et les citoyens.



La communication politique est aussi présentée comme l'ultime manifestation de la communication publique parce qu'elle :

- est ancrée dans la persuasion : elle sert à convaincre un récepteur de changer de point de vue, d'adopter une opinion, d'avoir un comportement précis;
- a des effets intentionnels qui sont souhaités par l'émetteur de la communication politique;
- cible des auditoires spécifiquement;
- s'exprime essentiellement dans la sphère publique (publicités, débats, téléjournaux, discours, assemblées, sondages, Web...).

C'est également une communication de masse qui comprend les caractéristiques suivantes :

- Elle est médiatisée : Il y a peu de contact physique direct entre les acteurs de la communication habituellement véhiculée par un intermédiaire médiatique;
- Elle est unidirectionnelle : C'est une communication pensée à sens unique, allant de l'émetteur au récepteur sans réponse ou rétroaction au message nécessairement souhaitée par l'émetteur;
- Elle est collective : Elle s'adresse à, et est reçue par, une collectivité, un auditoire large;
- Elle est simultanée : Le même message est offert et partagé en même temps par tous les récepteurs.

Toutefois, certaines transformations sociales et technologiques remettent en cause ces critères.

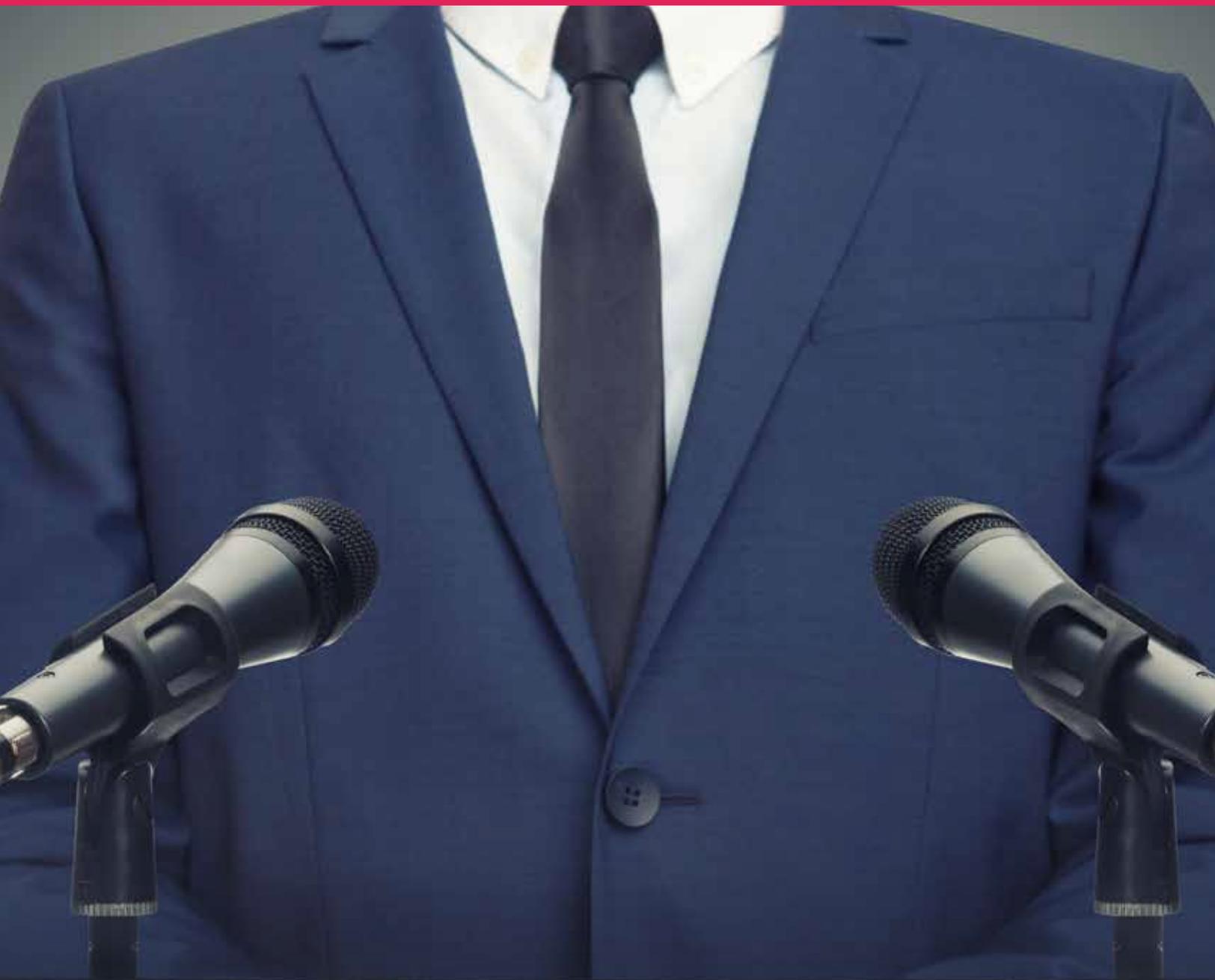
Il est donc pertinent à titre de citoyen ou d'organisme de communiquer au sein de la démocratie. Voici quelques conseils avisés :

Réfléchir pour mieux agir : La communication persuasive et la représentation des intérêts sont liées à des objectifs précis et prédéterminés. Il faut prendre le temps de bien les déterminer. Pourquoi veut-on communiquer?

Développer sa stratégie : Il faut établir un plan global d'action visant l'atteinte d'objectifs précis et dont l'efficacité est mesurable. À qui veut-on s'adresser? À qui doit-on parler? Qui sont nos alliés?

Déterminer sa tactique : Il faut choisir des moyens, des outils, compris dans un répertoire d'actions, permettant de mettre en application la stratégie afin d'atteindre un objectif. Quels sont les meilleurs moyens communicationnels pour atteindre nos objectifs stratégiques?

En somme, la communication est incontournable dans toutes les organisations. Mais il faut savoir pourquoi, quand et auprès de qui il est judicieux de communiquer. ●



Pourquoi s'intéresser

À LA COMMUNICATION POLITIQUE?

PAR NATHALIE D'AMOURS, ÉDITRICE

La question semble pertinente après avoir assisté à la présentation de Thierry Giasson, le 6 novembre dernier, lors de la Rencontre nationale de la FQOCF tenue à Québec. Membre du groupe de recherche en communication politique de l'Université Laval, il décrivait le modèle de gestion du pouvoir de notre société ainsi :

- Le Québec est une démocratie libérale de représentation.
- Dans une démocratie représentative, le pouvoir appartient aux citoyens, qui le délèguent à des représentants pour l'exercer en leur nom. Il est donc important de suivre leurs actions par la suite. Devrons-nous continuer à leur déléguer notre pouvoir?
- Le gouvernement exerce ce pouvoir sur la base d'un mandat qui lui est confié lors d'une élection. Il est le mandataire du pouvoir exécutif, donc il a le pouvoir d'agir. Son mandat est toutefois limité dans le temps.
- Les parlementaires ont un pouvoir législatif, soit celui de participer à la rédaction et au vote des lois et des règlements. Nous devons nous sentir concernés, car ces lois et règlements régiront notre quotidien par la suite. Il faut s'y intéresser et s'exprimer sur le sujet lors des consultations mises en place avant leur adoption, car après il est trop tard pour renverser le processus.

De son côté, l'administration publique :

- est indépendante du pouvoir politique (afin d'assurer la protection des intérêts des citoyens);
- fonction de conseil auprès des élus;
- s'assure de la mise en application des décisions politiques;
- fait preuve d'indépendance et de loyauté simultanément.

Ensemble, soyons forts pour faire reconnaître le besoin de nos familles.

L'exercice du pouvoir est centralisé au sein du bureau du premier ministre. La concentration du pouvoir décisionnel tourne autour du premier ministre, de ses conseillers (non élus) et de quelques ministres importants (Finances, Conseil du Trésor, Justice). Il est important de savoir qui occupe ces postes stratégiques. C'est là que l'influence et le pouvoir politique sont le plus présents. Le cabinet ministériel ne décide pas vraiment, mais a plutôt une fonction de consultation et d'approbation. Pour les élus, la communication sert à informer et à susciter l'adhésion de la population à l'égard de l'action du gouvernement.

Quelle sera la communication mise en place afin de nous assurer que nos intérêts sont considérés sous la loupe de notre propre expertise? Comment favoriser un juste équilibre entre, d'une part, les pouvoirs des gros lobbys qui ont accès à ces membres constituant le pouvoir et, d'autre part, notre humble expertise citoyenne?

La clé : se préparer, avoir un plan et ne pas laisser les occasions nous filer sous le nez. Soyez intéressés, car notre avenir en dépendra. Soyez prêts à être efficaces. Ayez des outils affûtés, des listes d'alliés... Une simple préparation multiplie les chances de succès. Préparez les contacts pertinents et agissez au bon moment!

Les parlementaires légifèrent en général pour officialiser des changements déjà acceptés par la population. Quelquefois, ces changements répondent à un groupe ou à un objectif politique. Pour les parlementaires, qui ont été élus, leurs objectifs sont légitimes. Toutefois, puisqu'aucun gouvernement n'est élu par la majorité des citoyens, un enjeu de légitimité demeure. Les différents partis politiques et les visions politiques diverses reçoivent tous l'assentiment d'un certain nombre de citoyens. Résultat : nous vivons dans une société dans laquelle personne ne peut se targuer d'avoir la vérité absolue, et encore moins la science infuse.

Ensemble, soyons forts pour faire reconnaître le besoin de nos familles. Soyons prêts à parler haut et fort pour les gens que nous côtoyons et qui nous font confiance! Restons vigilants. Soyons prêts! ●





La concertation intersectorielle

ET LES ORGANISMES COMMUNAUTAIRES FAMILLE

PAR CARL LACHARITÉ, CENTRE D'ÉTUDES INTERDISCIPLINAIRES SUR LE DÉVELOPPEMENT
DE L'ENFANT ET LA FAMILLE, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

De janvier à mars 2019, les organismes communautaires Famille (OCF) de partout au Québec se sont penchés sur leur expérience de concertation avec d'autres organisations de services sur leur territoire (tables de concertation, comités locaux ou régionaux, etc.). Avec l'accompagnement d'agentes de liaison de la Fédération québécoise des organismes communautaires Famille (FQOCF), un large portrait des réalités de chaque région quant à ces concertations intersectorielles a été produit. Cette démarche a permis de les décrire à partir de la perspective qu'en ont les OCF et de décrire les pratiques que ces organismes mettent en œuvre pour évoluer dans l'univers du partenariat intersectoriel.



En premier lieu, ce travail collectif a permis de mettre en relief la grande variété de thématiques qui anime les concertations intersectorielles pour lesquelles les OCF sont sollicités : les saines habitudes de vie, la pauvreté, la réussite scolaire, le développement des tout-petits, etc. Toutefois, peu importe les thèmes, les familles se trouvent au cœur des débats, des réflexions et des initiatives qui émergent de ces concertations locales, régionales ou provinciales. Sur ce plan, les OCF sont unanimes à proclamer : « En étant présents dans ces concertations, nous travaillons pour les parents et les enfants! » D'ailleurs, la proximité avec les familles qui caractérise l'approche des OCF constitue la principale raison pour laquelle on souhaite leur participation à des instances de concertation. Cela indique que les OCF sont reconnus pour l'expertise particulière qu'ils ont développée dans l'accompagnement et le soutien aux mères, aux pères et à leurs enfants. Ainsi, ces organismes sont devenus des ressources incontournables dans leur communauté, au même titre que les organisations publiques de la santé, des services sociaux, des services de garde et de l'éducation. Dans cette perspective, les acteurs qui œuvrent au bien-être des enfants et de leurs parents considèrent les OCF comme des alliés, des collaborateurs et des partenaires dans l'accomplissement de leurs mandats respectifs. En conséquence, il n'est pas surprenant que plusieurs OCF aient l'impression de « devoir être partout » malgré les ressources – humaines et financières – limitées qu'ils ont à leur disposition.

[...] peu importe les thèmes, les familles se trouvent au cœur des débats, des réflexions et des initiatives qui émergent de ces concertations locales, régionales ou provinciales.

En second lieu, l'examen de leur participation à des concertations amène les OCF à réaliser que la nature de leur engagement repose étroitement sur l'idée de « penser famille ». Cette expression permet de capturer l'essence de la contribution des OCF. L'approche particulière de ces organismes fait en sorte qu'ils ont développé des pratiques de « portage des familles » : les personnes qui y œuvrent « portent » en elles les familles réelles rencontrées

quotidiennement, elles les « apportent » avec elles lorsqu'elles se retrouvent à l'extérieur de l'organisme, elles les « rapportent » dans le sens qu'elles mettent les familles à la place où elles doivent être, mais aussi qu'elles mettent en récit la vie de ces dernières. Ainsi, pour les OCF, les concertations constituent des occasions de portage des familles. De plus, dans les concertations, ces organismes sont particulièrement attentifs et sensibles aux situations où les familles sont « déportées », c'est-à-dire qu'elles peuvent être exclues des enjeux qui animent les travaux collectifs.

En dernier lieu, la réflexion collective des OCF à propos de leur expérience des concertations permet de dégager un ensemble de pratiques et de stratégies qu'ils déploient dans ces contextes. Prendre part à une concertation signifie pour eux de faire un travail qui exige la maîtrise de savoirs et d'habiletés particulières. Tout comme la cuisine dans nos maisons constitue un espace qui permet de remplir diverses fonctions individuelles et familiales (manger, jouer, raconter sa journée, recevoir la visite, faire les devoirs, discuter de choses importantes, prendre des décisions, etc.), les instances de concertation sont considérées par les OCF comme étant multifonctionnelles. Ce sont des lieux d'engagement et de responsabilité, d'observation, d'apprentissage, de défense des familles, d'affirmation de leur identité, d'influence, de pouvoir, de réflexion, de travail intersectoriel et de décisions stratégiques.

En conclusion, pour les OCF, la concertation évoque principalement une action, c'est-à-dire « faire de la concertation ». Cette action repose sur une pratique concrète résultant d'un ensemble de savoirs et d'habiletés que le travail qu'ils ont réalisé à l'hiver 2019 leur permet de mettre en relief. Cette perspective sur la concertation ouvre un large chantier de développement des compétences professionnelles à l'intérieur de leur réseau. ●



L'importance d'être présent sur les médias sociaux

EN TANT QU'ORGANISME

PAR MJP COMMUNICATION

La popularité des réseaux sociaux continue d'augmenter au Québec. Que ce soit les jeunes, les adultes ou les aînés, 83 % de la population québécoise a utilisé au moins un réseau social en 2018.

LORS D'UNE JOURNÉE TYPE :

45 % vérifient leur téléphone au moins toutes les 30 minutes;

56 % vérifient leur téléphone avant d'aller au lit;

54 % utilisent leur téléphone tout en regardant la télévision (pendant les pauses publicitaires de la télévision!);

21 % utilisent leur téléphone en mangeant.

Pour un organisme qui a besoin de notoriété, d'interactions avec ses membres, de recherche de financement, ce média offre une visibilité gratuite ou encore à très faible coût pour joindre une clientèle cible rapidement.

Mais lequel choisir? Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, TikTok ou Pinterest? Tout dépend de votre objectif et du message que vous voulez transmettre, et à qui vous voulez l'adresser.

Tout d'abord, déterminez votre persona. Selon l'Office québécois de la langue française, un persona est un personnage fictif ayant les principales caractéristiques de la clientèle cible d'un produit ou d'un service. Notez que pour que votre persona soit efficace, vous devez lui donner un prénom, un âge, un emploi, des loisirs et toute autre caractéristique que vous retrouveriez chez votre clientèle cible.

Une fois que vous avez déterminé à qui vous parlerez, voici deux réseaux sociaux que nous avons choisis pour les besoins de cet article.

Facebook, il serait déplorable de s'en passer. Ce média social est encore le préféré de tous. En publiant des photos et des vidéos, il est facile pour un OSBL de présenter sa mission et sa cause. Facile également à administrer.

Si vous voulez plutôt joindre les entreprises et leurs décideurs susceptibles d'aider votre organisme, il faut alors se tourner vers **LinkedIn**. Tous les curriculum vitæ numériques y sont présentés. On le compare souvent à un 5 à 7 de réseautage ou à un échange de cartes professionnelles, tandis que Facebook est plutôt un réseau social lié à la sphère personnelle.

Avant de soumettre une publication sur le réseau social choisi, il est important d'avoir un plan ainsi qu'un calendrier de contenu. Parler pour parler n'a jamais rien donné de bon. Déterminez des dates et des heures pour « converser » avec les gens. Combien de fois par semaine devez-vous publier? Toutes les réponses sont bonnes, pourvu que vous ayez quelque chose de pertinent à dire. Quelqu'un qui parle trop et toujours sera vite fuit. À l'inverse, un réseau social inactif sera vite oublié. Trouvez votre ton et votre débit.

Quoi publier

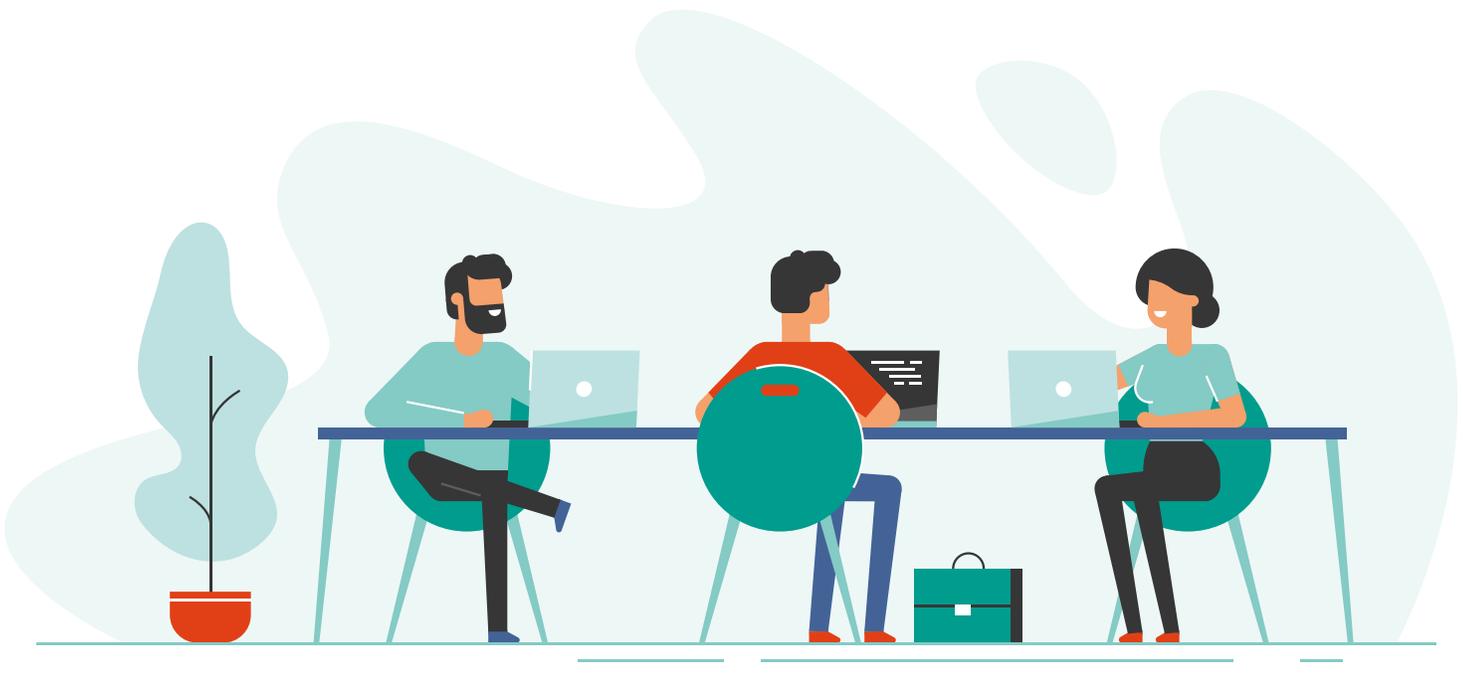
Gardez toujours en tête votre ou vos objectifs. Parlez de vous oui, mais pas trop. On vous aime déjà. Présentez les

membres de votre équipe, votre conseil d'administration, une nouvelle qui touche votre domaine, une invitation à une activité, une vidéo mettant en vedette vos membres en action, etc. Utilisez également les dates importantes pour faire des publications : Saint-Valentin, Pâques, Noël, Action de grâce, etc. Souhaitez de bonnes vacances, une bonne rentrée scolaire, un bon long congé, etc.

On trouve quelques sites gratuits qui peuvent vous aider à créer vos publications :

- **canva.com** pour créer des bandeaux de couverture, des publications, des logos, des cartes, etc.
- **pixabay.com** pour une banque de photos libres de droits
- **unsplash.com** pour une banque de photos libres de droits

Maintenant que vous publiez sur vos réseaux, il faut vous occuper de ceux et celles qui interagissent avec vous. Répondez aux questions, remerciez ceux qui vous complimentent, invitez à discuter en privé ceux et celles qui ont plutôt des observations négatives à votre sujet. Ne laissez jamais un commentaire sans réponse pendant plus de 48 heures, car votre interlocuteur sentira que vous n'êtes pas à l'écoute. ●



SOURCES :

- <https://cefrio.qc.ca/fr/enquetes-et-donnees/netendances2018-medias-sociaux/>
- <https://bit.ly/357tfHi>

Les réseaux sociaux ont changé notre vie...

MAIS À QUEL PRIX?

PAR MARIE JULIE PARADIS, RÉDACTRICE EN CHEF



Facebook a récemment célébré son 15^e anniversaire. TikTok prend de plus en plus d'ampleur. Pinterest remplace les magazines de décoration pour la maison. Les médias traditionnels tels que les journaux et la télévision voient leurs revenus publicitaires chuter aux dépens du numérique. C'est confirmé : les réseaux sociaux ont un impact sur notre vie. Positif ou négatif?

Les rencontres amicales, les soirées à la discothèque du coin, les *blind* date donnés à la cafétéria, les journaux éparpillés sur la table le samedi matin et les soirées télé en famille : beaucoup de tout ça est disparu. On « jase » sur Messenger, on se « texte », on défile l'écran sur Pinterest à la recherche d'une idée déco pour la nouvelle chambre de bébé, on se désabonne du câble et on prend les nouvelles... un peu partout. Vrai ou pas?

Avec leurs avantages et leurs inconvénients, les réseaux sociaux font partie intégrante de nos vies. Pour beaucoup de grands-parents, ils sont une façon de garder le contact avec leurs petits-enfants. Qui n'a pas essayé de retrouver sur Facebook ses collègues de classe de l'album de finissants? Pour les entreprises et les organismes, les médias sociaux constituent un outil publicitaire à coût minime. De pleines pages de publicités au coût de 5 000 \$ à 10 000 \$ ont été remplacées par des 10 \$ à 20 \$ par jour de publicité numérique s'adressant directement à la clientèle cible. Nous sommes tellement ciblés que nous avons l'impression d'être suivis... Une recherche sur un site de voyages et voilà que de belles publicités apparaissent sur nos portables et tablettes pour nous offrir des rabais sur une réservation immédiate à Punta Cana!

Les réseaux sociaux sont aussi devenus un remède à la solitude. Se taper dans les mains d'avoir 300 amis peut être flatteur. Par contre, combien de ceux-ci seront présents au

prochain déménagement? Sont-ils vraiment des amis? Et remarquez que bien souvent les publications de nos amis ou amies sont toujours belles, valorisantes, remplies des succès et des bons coups de la famille. Rares sont ceux et celles qui se vantent d'avoir perdu leur emploi ou encore d'avoir été chercher leur adolescent au poste de police.

Faites la réflexion suivante : vous avez 16 ou 17 ans et vos parents ont toujours publié des photos et vidéos de vous bébé, de votre première journée d'école, de votre déguisement du 31 octobre, de votre visage un lendemain de

Qui n'a pas essayé de retrouver sur Facebook ses collègues de classe de l'album de finissants?

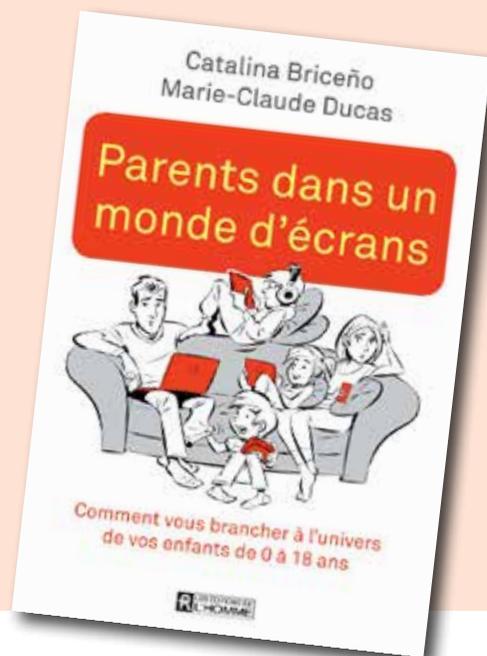
veille, de votre nouveau maillot de Disney quand vous aviez 5 ans, etc. Vous vous cherchez un emploi et votre employeur tombe sur ces photos... En êtes-vous fier? Auriez-vous autorisé vos parents à faire ces publications? La vie privée n'est plus privée. Elle est publique. Une réflexion s'impose.

Pour terminer, il est vrai que les réseaux sociaux permettent de se rapprocher des gens éloignés, de se divertir, de partager notre curriculum vitae afin de dénicher l'emploi idéal et d'émettre nos commentaires sur différents sujets. Chose certaine, nous devons apprendre à bien les utiliser pour nous protéger de la cyberintimidation, des cyberattaques, de la cybercriminalité, de la pédophilie et de toute autre faille que le Web peut comporter. ●

Réseaux et partage d'infos :

COMMENT SENSIBILISER LES ENFANTS?

PAR CATALINA BRICENO ET MARIE-CLAUDE DUCAS



À quel âge les enfants devraient-ils être sensibilisés aux bonnes notions permettant de faire un usage équilibré du numérique?

La réponse vous étonnera peut-être, mais c'est... avant même leur naissance! Comme parents, nous sommes les premiers protecteurs du bien-être numérique de nos enfants. Pensons-y : lorsque nous apprenons l'arrivée prochaine d'un enfant, nous mettons tout en branle pour préparer la maison. Nous achetons un lit de bébé sécuritaire, une chaise haute, un banc d'auto. Nous nous questionnons sur l'alimentation, sur les jouets à acheter ainsi qu'à savoir qui parmi nos parents et amis pourra garder. Or, nous réfléchissons très rarement à la façon dont nous allons gérer les multiples écrans qui nous entourent en présence de l'enfant.

Les parents sont même les premiers à partager des images de leur enfant, dans toutes sortes de situations et souvent sans modération. Ce phénomène porte un nom en anglais : le sharenting. Selon l'organisme canadien HabiloMédias, 75 % des parents canadiens partagent des photos ou des vidéos de leurs enfants sur les médias sociaux. Et une étude réalisée en Grande-Bretagne révèle que les parents ont partagé en moyenne 1 500 photos de leur enfant avant qu'il ait atteint l'âge de 5 ans.

Pourtant, comme parent, c'est à vous que revient la responsabilité de protéger l'identité en ligne de votre enfant : il a les mêmes droits qu'un adulte en matière de vie privée, mais il n'est pas en âge d'exprimer un consentement éclairé sur ce qui est publié. N'oubliez pas la famille élargie : exigez des grands-parents, des tantes, des oncles, des cousins et cousines qu'ils respectent vos règles, en leur expliquant les risques réels liés au surpartage de photos et de vidéos.

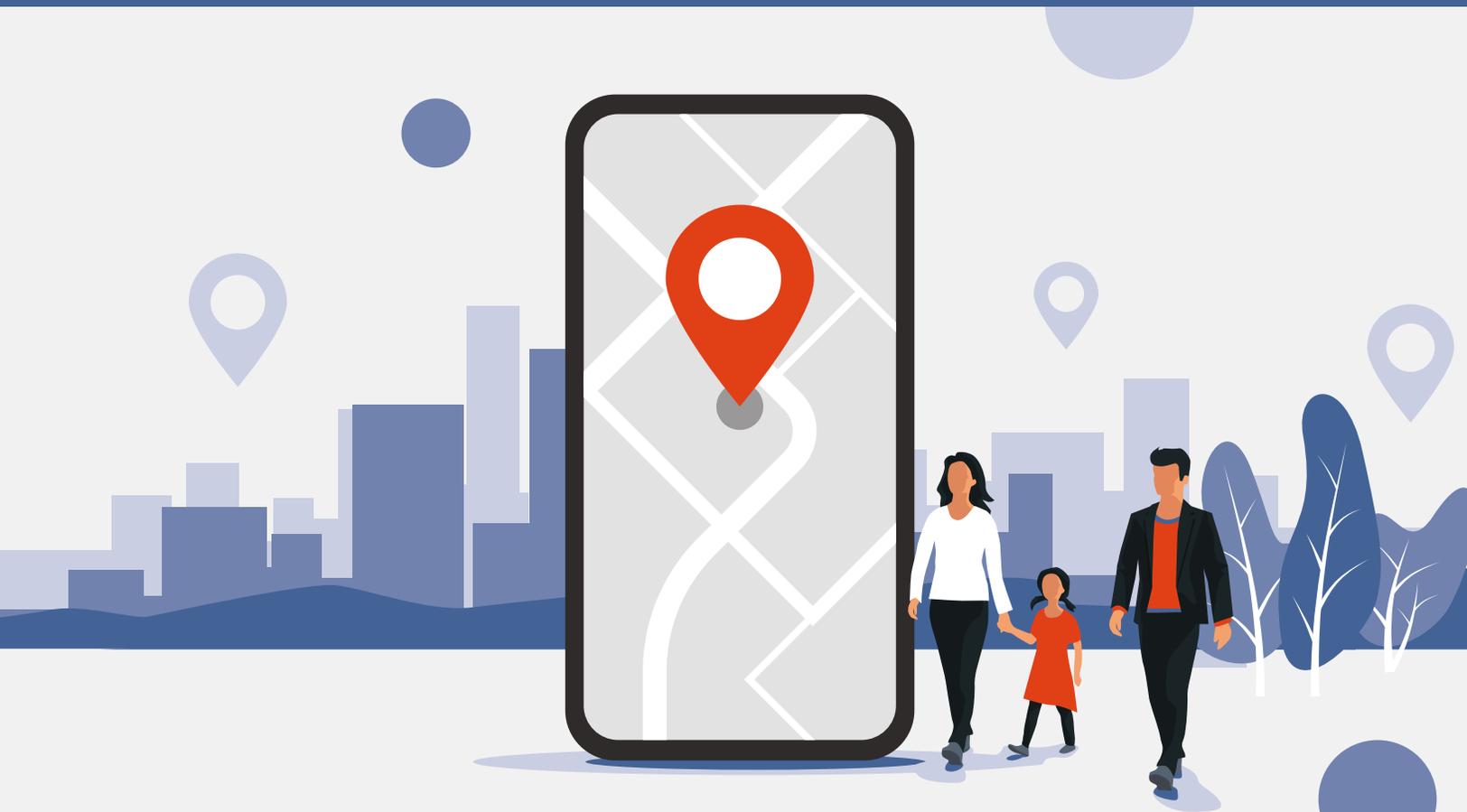
Il est fondamental de comprendre que, dès qu'une image ou une vidéo est partagée, on en perd le contrôle : les informations résident sur des serveurs, et les images

peuvent être captées par d'autres, puis partagées. Ces traces ne s'effacent pas et vont suivre l'enfant toute sa vie. Selon une analyse réalisée au Royaume-Uni par la banque Barclays, les deux tiers des fraudes d'identité qui seront commises à partir de 2030 sur des jeunes de 18 ans et plus seront attribuables au sharenting fait plusieurs années auparavant.

Il n'y a pas que les images; certaines informations clés demandent aussi de la vigilance. Autant que possible, il faut éviter de divulguer le nom des enfants, de même que l'adresse, le numéro de téléphone à la maison, la date de naissance et le nom de l'école. Voici un conseil-roi à ne jamais perdre de vue : enseignez à vos enfants qu'ils ne doivent partager leurs mots de passe avec personne d'autre que leurs parents. Au fur et à mesure que votre enfant grandit, prenez l'habitude de lui demander la permission quant à ce que vous pouvez partager à son sujet. Vous lui ferez ainsi comprendre très tôt qu'il est propriétaire de son image et de son identité, et renforcerez chez lui la notion de consentement.

Les bases jetées dès la prime enfance vont se révéler très utiles à l'adolescence. En plus d'avoir appris à mettre ses limites, il comprendra qu'il ne peut pas faire n'importe quoi avec les photos et les vidéos représentant d'autres personnes. Ce sera très utile pour éviter le genre de dérapages dont on peut entendre parler en lien avec des photos de partys ou des photos intimes. Vous pouvez également inviter votre ado à éviter l'utilisation de données biométriques, telles que la reconnaissance faciale, pour déverrouiller son téléphone. De tels gadgets semblent cool et sont tellement plus rapides... mais vaut mieux ne jamais perdre de vue la protection de son identité numérique.

Disponible aux Éditions de l'Homme
www.editions-homme.com ●



S'orienter dans la séparation familiale

PORTE 33

Le livre électronique *S'orienter dans la séparation familiale Porte 33* conçu par M^e Emilie Brien en collaboration avec Sabrina Boisvert et Caroline Lelièvre tente de répondre aux nombreuses questions que vous pourriez vous poser dès les premières heures de la séparation.

Ce livre présente un aperçu pour vous orienter du point de vue juridique, psychosocial et financier. Il est un bijou de références, mais tout particulièrement offre l'opportunité de développer une vision globale du chemin à parcourir lors d'une séparation. Bien que chaque séparation soit différente ainsi que les solutions applicables, ce livre est une ressource pour tous. Il sera tout particulièrement important pour toute personne appelée à soutenir un individu et sa famille dans le processus de la séparation.

Des questions essentielles y sont exposées :

- Comment vivre le deuil de la rupture amoureuse?
- Comment rester parent malgré la séparation? Pourquoi est-ce important d'établir une bonne coparentalité?
- Quelle place devrais-je accorder à mon nouvel amoureux?
- Comment régler la séparation familiale?
- Comment annoncer la séparation à mes enfants? Comment pourraient-ils réagir?
- Comment les aider à vivre la séparation?
- Quels professionnels consulter? Qu'est-ce que l'aide juridique ? Puis-je agir seul devant le tribunal?
- Qui aura la garde de mes enfants? Quelles sont les options? Qui prend les décisions?
- Qu'est-ce que la pension alimentaire?
- Comment se fait le partage des biens?
- Comment rééquilibrer ma situation financière ? Quels sont les impacts sur l'ensemble de mes biens?

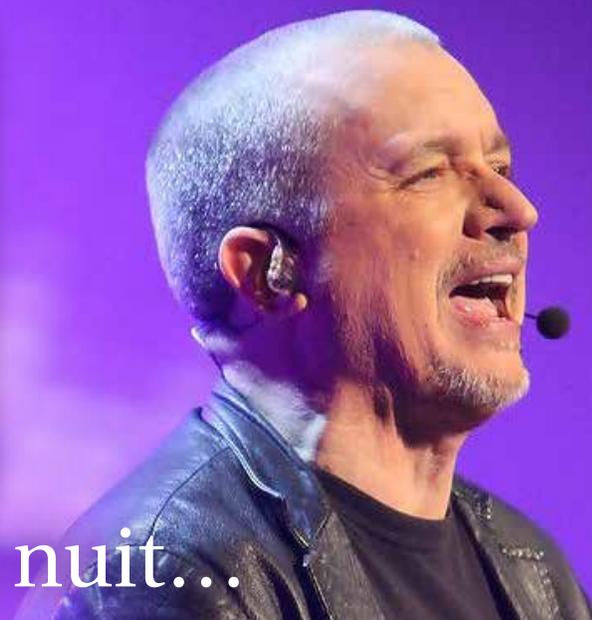
Réalisons ensemble qu'au Québec, 30 % des enfants auront vécu dans une famille monoparentale avant l'âge de 10 ans, principalement parce que leurs parents se sont séparés. Or, les études démontrent que 20 à 25 % des enfants de familles séparées vivent des difficultés d'adaptation, comparativement à 10 % des enfants de familles qui ne sont pas séparées. Selon les chercheurs, le problème n'est pas la séparation, mais bien les processus familiaux et les conditions de vie objectives que peut entraîner la séparation.

Réalisons ensemble
qu'au Québec, 30 % des
enfants auront vécu dans une
famille monoparentale avant
l'âge de 10 ans

En 2013, un groupe de travail sur le droit de la famille du Comité d'action sur l'accès à la justice en matière civile et familiale, présidé par l'honorable Thomas A. Cromwell, mentionnait dans son rapport final : « Tant le processus par lequel les questions familiales sont réglées que le règlement lui-même peuvent avoir des répercussions importantes à long terme sur le bien-être des enfants. » Qui plus est, les problèmes d'accès à la justice participent bien souvent à aggraver la situation, tel que le mentionnait le Rapport final de la Commission citoyenne sur le droit de la famille organisée par la Chambre des notaires. Justice Pro Bono a décidé de contribuer à la recherche de solutions et c'est ainsi qu'est né le projet Porte 33. Le chiffre 33 fait référence à l'article 33 du Code civil du Québec qui se consacre à l'intérêt supérieur de l'enfant. ●



REFUGE DES JEUNES DE MONTRÉAL



Le jour, le soir, la nuit...

Saviez-vous...

- que le Refuge des Jeunes existe depuis 1989
- qu'il est parrainé par Dan Bigras depuis 1991
- que sa mission est de venir en aide à de jeunes hommes sans abri et en difficulté de 17 à 25 ans
- que près de 600 jeunes hommes sont accueillis au Refuge chaque année, pour un total de 21 000 depuis 30 ans
- que le Refuge a une capacité d'accueil de 45 places
- qu'on peut y dormir, manger, recevoir certains soins
- que le Refuge sert, en moyenne, 23 000 repas par année et que les services sont gratuits
- que le Refuge a un centre de jour, des programmes de préemployabilité
- que chaque jeune bénéficie d'un suivi individualisé, d'accompagnement et de références
- que le Refuge intervient sur le plan du logement avec soutien communautaire depuis 1999; 21 jeunes sont actuellement locataires de nos logements
- que ces jeunes que nous accueillons présentent une détresse élevée : plus de 46 % ont déjà séjourné en centre jeunesse ou en famille d'accueil, 68 % ont des problèmes de toxicomanie et 57 % ont des problèmes de santé mentale
- qu'ils ont en moyenne 21 ans et une scolarité de niveau secondaire 3
- qu'à leur arrivée au Refuge, près de 43 % sont sans revenus
- que 21 % arrivent de la rue, alors que 20 % proviennent directement de leur famille
- que ces jeunes ont encore des rêves et souhaitent améliorer leurs conditions de vie

Il a 23 ans. Son père a quitté la maison un jour. Enfant, il a demandé à sa mère : « Est-ce que papa va venir souper? » Celle-ci a répondu : « Ton père est mort, il ne reviendra plus. »

Il a su plus tard que son père s'était suicidé. Maintenant, c'est lui qui veut mourir; il ne sait pas trop comment. Peut-être que « sa drogue » finira par l'emporter.

Il a 19 ans, tous les membres de sa famille ont été tués au Congo. Il est venu seul au Canada. Il ne parle jamais du passé. Il reste immobile de longues heures, paraît absent, à lui-même et aux autres. C'est l'hiver, il ne ressent que le froid. C'est tout.

Il a 21 ans, sa famille est aisée. Il est doué et réussissait bien à l'école. Tout allait bien. Un soir, après des mois d'enfermement au sous-sol de la maison familiale, il a tout saccagé. Depuis, rien ne va. Il a refusé toute forme d'aide, car, dit-il, il n'est pas malade. Or, le terrible mot est tombé : schizophrénie.

Le Refuge c'est :

- une équipe de 28 membres du personnel formés et de bénévoles qui conjuguent leurs efforts afin de venir en aide à tous ces jeunes
- un comité de financement qui déploie annuellement des efforts afin de boucler un budget de 1,9 M\$
- des milliers de donateurs
- un porte-parole engagé depuis 29 ans, Dan Bigras, qui organise le désormais célèbre Show du Refuge.

Toute l'année, nous avons besoin de bénévoles, de vêtements pour jeunes hommes et de contribution financière pour venir en aide à des jeunes hommes en difficultés et sans-abri de dix-sept à vingt-cinq ans et contribuer à améliorer leurs conditions de vie.

REFUGE DES JEUNES DE MONTRÉAL

1836, rue Sainte-Catherine Est, Montréal (Québec) H2K 2H3
514 849-4221 | refuge@refugedesjeunes.org | refugedesjeunes.org

Des organismes

AU SERVICE DES FAMILLES



ToastMasters International (TMI)

Fondée en 1924, Toastmasters International est une organisation à but non lucratif qui permet d'apprendre à parler en public et de développer le leadership grâce à son réseau international de clubs. Chaque semaine, des centaines de milliers d'hommes et de femmes d'origines ethniques, de niveaux d'instruction et de professions diverses acquièrent des compétences en communication, ce qui augmente leur confiance en soi.



Inform'elle est un organisme à but non lucratif de la Montérégie dont la raison d'être est de rendre accessible et de vulgariser l'information juridique en droit de la famille. Ses services s'adressent à toute la population. L'action sociale d'Inform'elle vise l'autonomie des femmes de même que l'égalité des hommes et des femmes.

Informelle.osbl.ca



Différents moyens sont offerts pour permettre aux citoyens et aux organismes de se prononcer :

Produire un mémoire

Un mémoire est un document dans lequel une personne ou un organisme exprime son point de vue sur un sujet faisant l'objet d'une consultation publique par une commission parlementaire de l'Assemblée nationale.

Tous les mémoires et autres documents transmis au secrétaire d'une commission dans le cadre d'une consultation sont remis aux députés membres de la commission. L'auteur d'un mémoire peut aussi être invité à participer aux auditions publiques de la consultation.

- Conseils pratiques pour la rédaction d'un mémoire
- Transmission du mémoire
- Diffusion du mémoire

Pour en savoir plus : www.assnat.qc.ca/fr/exprimez-votre-opinion/participer-consultation-publique/produire-memoire.html

Participer à une consultation publique

Une commission parlementaire peut tenir une consultation sur un sujet d'intérêt public de sa propre initiative ou à la suite d'un mandat qui lui a été confié par l'Assemblée.

Les députés membres de la commission sollicitent alors l'opinion des citoyens et des organismes. Ceux-ci peuvent transmettre un mémoire à la commission ou demander à intervenir devant les députés membres de la commission.

Pour en savoir plus sur les façons de participer à une consultation publique : www.assnat.qc.ca/fr/exprimez-votre-opinion/participer-consultation-publique/index.html

Lancer, signer ou consulter une pétition

Une pétition est un document par lequel une ou plusieurs personnes s'adressent à l'Assemblée pour obtenir le redressement d'une situation qu'elles considèrent injuste et qui relève de la compétence de l'État québécois. Tous les citoyens peuvent présenter une pétition à l'Assemblée par l'intermédiaire d'un député.

Pour en savoir plus sur la façon de lancer, signer ou consulter une pétition : www.assnat.qc.ca/fr/exprimez-votre-opinion/petition/lancer-petition.html

Commenter un sujet à l'étude

L'étude d'un sujet d'intérêt public par les députés peut prendre la forme d'un mandat de commission parlementaire, d'un projet de loi ou d'un avant-projet de loi, ou encore faire l'objet d'une consultation publique. Les citoyens sont invités à commenter la majorité des sujets à l'étude. Les commentaires sont par la suite soumis à l'attention des députés.

Pour en savoir plus sur la façon de transmettre un commentaire : www.assnat.qc.ca/fr/abc-assemblée/travail-commission.html ●



Réseaux sociaux :

NOUS VOUS PRÉSENTONS FACEBOOK!

EN JANVIER 2020, À LAVAL, DEMI-JOURNÉE DE FORMATION

- À quoi sert Facebook pour un organisme?
- À qui parler?
- Par où commencer?
- Comment alimenter une Page?
- Les différentes fonctions
- Créer un calendrier de contenu

Surveillez le site et la page Facebook de **FamillePointQuébec** pour plus de détails sur les inscriptions.

Une présentation de **FamillePointQuébec** en collaboration avec MJP Communication.

Suivez-nous sur 
facebook.com/FamillePointQuebec

www.FamillePointQuebec.com

