



Le Regroupement
des Auberges du coeur du Québec



Les médias sociaux et les Auberges du coeur : Le défi d'évoluer avec les jeunes

Rapport du Comité Éthique et médias sociaux
Présenté à l'Assemblée générale annuelle

Juin 2012

*Un merci particulier aux jeunes,
aux intervenants et aux directions/coordinations
qui ont participé aux groupes de discussions
en novembre 2011*

Table des matières

| | |
|---|----|
| 1. Introduction | 3 |
| 2. Mandat et composition du Comité..... | 4 |
| 3. Démarche méthodologique | 5 |
| 4. Les réflexions préalables et inévitables | 6 |
| 5. Les zones à risque | 9 |
| 6. Les recommandations | 10 |
| 7. Conclusion | 12 |



NDLR : Il est possible de reproduire une partie de ce document en citant la source. Pour info :
Regroupement des Auberges du cœur du Québec, 514-523-8559, www.aubergesducoeur.org

1. Introduction

Travailler auprès des jeunes... ça garde jeune!! Alors que la vague Facebook déferlait dans la vie des jeunes, au Québec et partout dans le monde, elle a aussi fait son entrée dans la vie des Auberges! Explorer les tenants et aboutissants des médias sociaux et plus particulièrement de Facebook est très exigeant car il s'agit d'un phénomène assez récent (la création de Facebook date de 2005) qui évolue à une vitesse exponentielle. Les paramètres et fonctionnalités de Facebook se modifient régulièrement en même temps que de nouveaux médias sociaux font leur apparition. Parallèlement, les humains que nous sommes suivent tant bien que mal!

Ainsi, les enjeux juridiques, les interprétations légales ont aussi évolué au fil des dernières années et continueront de le faire. **D'où la nécessité de renforcer notre capacité à réfléchir les enjeux d'un point de vue éthique** afin d'être en mesure de justifier nos décisions et nos orientations à l'égard de l'utilisation des médias sociaux. Maintenir et développer les liens virtuels avec les jeunes que nous hébergeons ou que nous avons hébergés est devenue une réalité incontournable avec les jeunes d'aujourd'hui!

En effet, c'est ce que révèle le portrait *Les Auberges et Facebook* réalisé en avril 2011. À cette époque, 18 Auberges sur 31 (58 %) étaient présentes sur Facebook :

- 7 Auberges mineurs (39 %)
- 8 Auberges majeurs (44 %)
- 3 Auberges mineurs-majeurs (16 %)

- 13 avaient un profil perso (72 %)
 - 4 avaient une page (22%)
 - 1 avait un groupe (5 %)
- 1 avait des profils professionnels d'intervenant (5 %)

Au 14 avril 2011, les Facebook des 18 Auberges totalisaient 2386 amis/j'aime!

Petit historique

En 2010-2011, alors que le défunt Comité Évaluation et statistiques tentait de modifier le Plancher commun de code d'éthique pour y ajouter des éléments entourant l'utilisation des médias sociaux, le Comité des intervenants décidait de mettre ce sujet à l'agenda de sa Journée des intervenants 2011. En mai 2011, en primeur, la permanence du Regroupement dévoilait, lors de la Journée des intervenants 2011, un premier Portrait de l'utilisation de Facebook dans les Auberges. La présentation fut suivie de discussions autour de mises en situation faisant ressortir des enjeux et des risques éthiques de l'intervention. Les échanges entre intervenants furent vifs, passionnés et laissaient planer de nombreuses questions...

En juin 2011, les représentants des Auberges du cœur adoptaient un plan d'action prévoyant la création d'un comité ad hoc pour mieux réfléchir sur l'utilisation des médias sociaux au plan éthique. Ce comité avait le mandat de proposer des balises entourant l'utilisation des médias sociaux dans les Auberges.

Sans le savoir, c'était le début d'une aventure...

La réflexion comportait suffisamment de défis pour demander l'aide d'une personne-ressource externe qui allait nous guider dans le processus de la réflexion éthique. **Mme Lyse Langlois**, professeure à l'École de relations industrielles de l'Université Laval, a accepté d'accompagner les Auberges du cœur dans leur réflexion, le tout gracieusement. Elle a fait partie du Comité du début à la fin et sa contribution précieuse a été grandement appréciée.

Le présent rapport (dont une version longue est en préparation) se veut à la fois le fruit des discussions du Comité et un outil d'information et de réflexion pour les équipes des Auberges. Vous y trouverez la présentation de notre démarche, des **questions** à se poser avant de se lancer dans l'aventure Facebook (et même une fois lancé!), quelques **conseils** et des **recommandations** entourant **les zones à risque** identifiées par le Comité.

2. Mandat et composition du Comité

Le mandat du Comité Éthique et médias sociaux a été formulé sous forme d'objectifs :

Objectif principal

Réaliser une démarche de réflexion éthique afin de baliser l'utilisation des médias sociaux par les Auberges du cœur

Objectifs secondaires

- Proposer des outils de réflexion et de sensibilisation sur les enjeux éthiques entourant l'utilisation des médias sociaux afin d'outiller les équipes des Auberges
- Au besoin, proposer un document comportant des balises pour la réflexion éthique entourant l'utilisation des médias sociaux dans les Auberges du cœur
- Au besoin, élaborer une formation
- Au besoin, mettre à jour le Plancher commun de code d'éthique

Les membres du comité Éthique et médias sociaux sont :

- Lyse Langlois, professeure à l'école de Relations industrielles, Université Laval, et membre de l'Institut d'éthique appliquée
- Marie-Ève Plante, coordonnatrice de l'hébergement, Habitations L'Escalier (majeurs, Montréal)

- Mélissa Chaput, coordonnatrice de l'hébergement, Auberge communautaire du Sud-Ouest (majeurs, Montréal)
- Cinthia Lacharité, coordonnatrice à l'intervention, Maison Marie-Frédéric (majeurs, Québec)
- Carole LaPlante, coordonnatrice à l'intervention, Le Diapason (mineurs, Mascouche)
- Jennifer Dionne, intervenante à la vie collective, Habit'Action, (majeurs, Drummondville) qui, après la première rencontre, a remplacé Myriam Lepage-Lamazzi, intervenante et agente de liaison de L'Antre-temps (mineurs-majeurs, Longueuil)
- Rémi Fraser, directeur général, Regroupement
- Isabelle Gendreau, agente de communication et développement, Regroupement, et responsable du comité

Les représentantes des Auberges au sein du comité ont été choisies dans le but d'apporter une diversité de réalités des Auberges et d'utilisation de Facebook. Le comité s'est rencontré à quatre reprises : 16 septembre et 19 décembre 2011, 28 février et 1^{er} juin 2012.

3. Démarche méthodologique

La démarche se voulait inductive et ancrée dans la réalité quotidienne des Auberges. Elle visait aussi à mettre à contribution le savoir et l'expérience diversifiés des jeunes et des équipes des Auberges.

Outre les rencontres du Comité, il a été décidé d'organiser **3 groupes de discussions** (focus groupe) en novembre 2011 visant à valider et compléter les premières analyses du Comité. Les trois groupes de personnes représentaient trois réalités : les jeunes, les intervenants et les directions.

Les groupes de discussions ont permis de valider les zones à risque identifiées par le Comité; d'ajouter d'autres zones à risque et de mieux cerner les enjeux.

À partir des groupes de discussion, du compte rendu des échanges tenus lors de la Journée des intervenants 2011 et de leur propre expérience, les membres du Comité ont mis en évidence les éléments convergents et divergents afin d'obtenir un portrait global de cette analyse. Des recommandations ont été formulées et sont présentées dans le présent rapport.

4. Les réflexions préalables et inévitables

Avant de se lancer dans l'aventure (et même une fois lancé...!), il faut se questionner sur **le sens** de l'utilisation des médias sociaux par les Auberges et **comment** on souhaite le faire. Pour aider les Auberges à faire cette réflexion, voici les **deux principales questions** auxquelles il devient inévitable de répondre.

4.1. Pourquoi l'Auberge veut-elle un Facebook?

D'entrée de jeu, le Comité souligne qu'il est important **qu'une discussion soit faite en équipe** sur l'objectif que souhaite atteindre l'Auberge en se lançant dans les médias sociaux afin que, collectivement, on s'approprie le projet et que le mandat des éventuels responsables soit clair, qu'elles sachent quoi y faire et combien de temps y consacrer.

LES OBJECTIFS

Pourquoi se lancer dans les médias sociaux, et particulièrement sur Facebook? Parce que les jeunes le demandent... Parce que les anciens résidants changent d'adresse, de numéro de téléphone, de courriels, mais pas de profil Facebook... Parce que des jeunes demandaient à des intervenants de devenir leur « ami Facebook » sur leur Facebook personnel... Pour organiser le 20^e anniversaire de votre maison et rejoindre vos anciens... Pour faire comme tout le monde!!! **Chaque Auberge a son histoire et toutes les raisons sont bonnes!** .

Le portrait réalisé en 2011 révèle que les Auberges qui ont un Facebook visent différents objectifs :

- a. Garder contact avec les anciens résidants
- b. Donner de l'information sur les activités
- c. Informer, sensibiliser et éduquer les jeunes sur différents enjeux sociaux, politiques, etc. (éducation populaire)
- d. Avoir un outil de relance auprès des jeunes
- e. Faire connaître la ressource (auprès des jeunes ou des partenaires ou les deux)
- f. Toutes ces réponses

Il est toutefois nécessaire de comprendre ce que ce nouvel outil apporte à votre Auberge, les risques qu'il peut générer et de les encadrer le mieux possible par de la sensibilisation, de l'éducation et éventuellement, des balises claires qui encadrent cette nouvelle pratique.

LES AVANTAGES

Lors de la Journée des intervenants 2011, les intervenants avaient identifié une série d'avantages de Facebook plus importants que les inconvénients :

- *« La possibilité de diffuser de l'information utile à un grand nombre de jeunes et de partenaires*
- *La possibilité d'éduquer et d'informer un grand nombre de jeunes ex résidants*
- *La possibilité de soutenir la tenue d'événements et de favoriser la participation des jeunes*
- *Un complément aux appels téléphoniques pour rejoindre des jeunes et des partenaires*
- *Un gain de temps pour rejoindre un grand nombre de jeunes, notamment ceux et celles qui changent régulièrement de numéro de téléphone*
- *La possibilité de créer du lien d'affiliation, du lien de confiance*
Un respect de la culture des jeunes, de leur réalité (un respect qui serait l'une des forces des organismes communautaires autonomes)
- *La possibilité d'intervenir en « post-hébergement*

En clair, Facebook ressort à la fois comme un outil d'intervention supplémentaire et un moyen de créer du lien (lien qui est une condition à l'intervention et une intervention en soi). » (L'interdit, vol.7, juin 2011)

En fonction de nos objectifs, l'Auberge décide comment et de quelle manière elle sera présente sur Facebook. Et notez que parfois certains de ces objectifs peuvent devenir contradictoires. Si on veut se faire connaître et en même temps, renforcer le lien avec les jeunes, certaines situations peuvent survenir où les deux objectifs entrent en contradiction. Les échanges tenus lors de la Journée des intervenants 2011 avaient révélé comment, pour certains intervenants, un commentaire déplacé d'un jeune écrit sur le mur de l'Auberge (ex. «Vous m'avez mis dehors gang de sans-cœur, je vous hais », pourrait nuire à l'image de l'Auberge auprès de partenaires ou de donateurs qui seraient amis du profil ou fans de la page. Le choix du type de Facebook ou la paramétrisation de certaines fonctionnalités de l'outil peuvent limiter l'impact ou les risques de ce genre de commentaire. Mais le risque n'est jamais nul...

4.2. Quel type de Facebook ? Profil, page ou groupe? De l'Auberge ou d'un intervenant de l'Auberge?

SUR LE CHOIX DU TYPE DE FACEBOOK

- ❖ Le Comité ne fait pas de recommandation précise sur le type de Facebook à développer (profil, page ou groupe), mais il partage son expérience :
 - Plusieurs membres du comité préfèrent le profil perso, mais l'utilisation du profil perso comporte le risque que FB se rende compte que vous êtes une organisation et ferme le profil (c'est arrivé à une Auberge qui pense avoir été « dénoncée » auprès de FB par un jeune)
 - La page permet plus de contrôle et réduit certains risques, mais moins d'interactions et d'échanges avec les jeunes sont possibles
 - Le Comité a peu d'expertise avec le groupe FB. RAJE Citoyenne a un groupe et Accueil Jeunesse en a aussi créé un pour son Clan des Anciens

- ❖ À première vue, lorsque l'objectif est davantage d'être en lien avec les jeunes, le profil perso et le groupe seraient des options plus efficaces. Lorsque l'objectif principal est davantage de faire connaître la ressource et minimiser les échanges en ligne, la page serait un choix plus judicieux.
- ❖ Le Comité déconseille fortement l'utilisation d'un profil Facebook professionnel de l'intervenant (i.e. un profil Facebook personnel auquel l'intervenant ajoute son titre et/ou le nom de l'Auberge afin de créer un lien professionnel avec le jeune), car cette pratique comporte des risques :
 - Risque d'isolement pour l'intervenant
 - Plus difficile d'assurer une supervision, perte de contrôle plus grand
 - La responsabilité individuelle de l'intervenant pourrait être davantage mise en cause en cas de problème
 - Lorsque l'intervenant quitte l'Auberge, celle-ci perd le lien avec les jeunes
 - Les rapports plus personnels sont facilités
 - Risque pour l'intervenant de travailler 24 h sur 24

SUR LE PARAMÉTRAGE DE FACEBOOK

- ❖ Interpeller les jeunes intervenants qui connaissent bien le médium
- ❖ Interpeller une Auberge qui l'a déjà fait
- ❖ Accepter de faire du « essai-erreur »
- ❖ Lire les sites en bibliographie de la version longue du rapport qui donnent certains éléments de réponse

Voici d'autres questions qui peuvent nourrir votre réflexion autour du pourquoi et du comment se lancer dans l'aventure des médias sociaux :

- Qu'est-ce qu'on y communique?
- Qui s'en occupe? À quelle fréquence?
- Quel temps consacré à cet outil (le plancher vs les nouvelles technologies)?
- Quelle place dans la réunion d'équipe?

SUR LA DEMANDE « D'AMITIÉ »

Une petite question simple n'a pas réussi à trouver un consensus dans le comité. Est-il acceptable ou souhaitable de demander à un jeune de devenir ami Facebook avec l'Auberge. Certains pensent que l'Auberge peut demander au jeune de devenir son « ami » Facebook et que ce dernier pourra refuser de lui-même; d'autres pensent qu'il faut respecter « sa vie privée » et laisser le jeune demander à l'Auberge de devenir son « ami ».

- ❖ Le Comité suggère d'informer minimalement le jeune de l'existence du facebook de l'Auberge à son arrivée et le lui rappeler à son départ; il prendra ensuite la décision de créer le lien ou non avec le facebook de l'Auberge.
- ❖ *** Pour les Auberges mineures *** : Compte tenu de l'absence de consensus et que la réponse dépend aussi de l'orientation qu'on souhaite donner à son FB, le Comité recommande aux Auberges mineures, une vigilance supplémentaire sur

les éléments suivants afin de prévenir les risques liés au risque d'attirer des adultes malveillants:

- Qui pourra être ami du facebook de l'Auberge (tout le monde qui le demande, des partenaires communautaires, seulement des résidants et anciens résidants, les parents, les amis des résidants, etc.)?
- Rendre visible ou non la liste des « amis » (s'applique moins pour une page de « j'aime »)
- Envisager la possibilité d'avoir un facebook destiné exclusivement aux parents (et oui!?)

5. Les zones à risque

Dans la présente démarche, **l'éthique est vise à mieux réfléchir sur la conduite à adopter selon ce qui est considéré juste et acceptable de faire. Les circonstances sont prises en considération le tout à la lumière des normes et des valeurs partagées.** L'éthique a une fonction préventive. Dans cette optique, il s'avère important d'aborder une réflexion sur les zones à risque au plan éthique. En effet, les risques peuvent fragiliser le fonctionnement des organisations. **Les médias sociaux représentent un beau défi éthique car les balises, règles ou lois qui encadrent leur utilisation sont en ce moment quasi-inexistantes.**

Le Comité a identifié **4 zones à risque** :

1. La **gestion** et la **responsabilité** de l'Auberge
2. La **limite entre vie personnelle et vie professionnelle**
3. La **confidentialité** et la **vie privée**
4. **L'intervention**

Au fil du processus, le Comité a relevé les éléments de convergence parmi les propos recueillis tant lors des focus groupes que de la Journée des intervenants 2011. Il n'a pas été possible de dégager des consensus parmi la collecte d'information. Le comité a constaté qu'une diversité de points de vue et de pratiques existent sur le terrain, ce qui rendait les organisations à risque au plan éthique. Ces situations à risque se manifestent lorsque se présentent :

- **Des zones grises**
- **Des comportements qui ne se justifient pas**
- **Un espace laissant place à une variété de conduites professionnelles**
- **La présence de conflits de valeurs et de normes**
- **La difficulté à trouver le sens, car il ya absence de repères communs**

De plus, compte tenu que l'utilisation des médias sociaux dans les Auberges représente encore une pratique nouvelle dont l'évolution est constante, le Comité ne recommande que très rarement l'instauration de balises très contraignantes et très précises au niveau du Regroupement, il tente davantage de susciter et nourrir la réflexion, aider et soutenir le jugement professionnel afin que chaque Auberge arrive à définir ses propres balises selon une visée d'autorégulation. Dans un avenir à moyen terme, des balises communes au sein du Regroupement pourront éventuellement être adoptées.

6. Les recommandations

ZONE À RISQUE 1 : LA GESTION ET LA RESPONSABILITÉ DE L'AUBERGE

- **R1** Le comité recommande que plus d'une personne ait la responsabilité du facebook ou des médias sociaux dans une équipe.
- **R2** Le comité recommande d'assurer une supervision des intervenants et des interventions faites dans les médias sociaux (ex. intégrer cet aspect dans les réunions d'équipe, direction/coordination devrait avoir accès au mot de passe, etc.)
- **R3** Le comité recommande de clarifier ou préciser les descriptions de tâches des intervenants qui s'occupent des médias sociaux (ex. objectif du travail, temps dévolu à cette tâche dans une journée (5, 10 15, 60 minutes par jour), etc.).
- **R4** Le comité recommande aux Auberges de sensibiliser leur personnel à limiter l'accès de leur profil personnel facebook. Cela sous-entend que l'Auberge pourrait aller vérifier. Il est souvent nécessaire d'aider les intervenants à le faire et au besoin de les former.
- **R5** Le comité recommande aux responsables de la gestion du facebook de l'Auberge d'exercer leur droit de censure (retirer les propos) à l'égard des propos haineux, homophobes, sexistes, racistes, diffamatoires, à caractère pornographique, menaçants, intimidants de même, tout ce qui est considéré inapproprié par l'équipe et qui viendrait à l'encontre de la mission et des valeurs des Auberges.
- **R6** Le comité recommande aux équipes de se questionner sur les limites « d'acceptabilité » de leur Auberge pour des publications qui peuvent être faites sur le facebook de l'Auberge et quelles mesures seront mises en place en cas de propos inacceptables (retirer le commentaire, informer la personne, conserver le commentaire de la personne, bannir la personne de la page ou des amis Facebook, etc.);
- **R7** Le comité recommande de sensibiliser son équipe sur les dérives possibles de Facebook à différents égards : risque de perdre du temps, risque pour l'intervenant de s'attarder trop sur les profils facebook des jeunes, risque de ne pas savoir quoi faire avec l'information vue sur le profil facebook d'un jeune, risque de voir sa vie personnelle exposée aux jeunes, etc.

Le Comité n'est pas arrivé à un consensus sur les risques liés au fait d'aller voir les profils facebook des jeunes. Toutefois, le comité convenait que les questions suivantes pourraient guider les Auberges lorsqu'on se trouve dans une zone grise : *Regarder le profil facebook du jeune peut-il te donner un « plus » dans ton intervention auprès du jeune? Est-ce qu'on y trouve des informations pertinentes qui peuvent nous aider dans notre intervention professionnelle et aider le jeune dans son cheminement?*

ZONE À RISQUE 2 : LA LIMITE VIE PERSONNELLE ET VIE PROFESSIONNELLE :

- **R8** Le comité recommande d'établir une balise claire interdisant aux intervenants d'être « amis » Facebook avec les jeunes par le biais de leur profil Facebook personnel.
- **R9** Le comité recommande de sensibiliser les intervenants sur les conséquences possibles d'être « ami » avec ou de commenter le Facebook de l'Auberge par le biais de leur profil Facebook personnel.
- **R10** Le comité recommande de bien sensibiliser ses intervenants à l'importance d'un bon équilibre travail/vie personnelle (ex. de la nécessité de décrocher du Facebook de l'Auberge, même s'il est accessible de la maison).
- **R11** Le comité recommande de ne pas utiliser le profil facebook professionnel d'intervenant au lieu d'un facebook pour l'Auberge.

ZONE À RISQUE 3 : LA CONFIDENTIALITÉ ET LA VIE PRIVÉE

- **R12** Le comité recommande que l'Auberge respecte ses propres règles de confidentialité dans son utilisation de Facebook. Il est essentiel de rappeler clairement l'interdiction de diffuser des informations confidentielles sur le jeune via Facebook et tous les autres médias sociaux.
- **R13** Le comité recommande de développer une pratique qui s'assure, qu'avant la publication d'une photo d'un jeune sur le facebook de l'Auberge, on obtienne le consentement écrit, précis et par événement pour la publication d'une photo d'un jeune sur Facebook.
***Pour les Auberges mineures**, le Comité recommande de faire la réflexion sur la publication de photos des mineurs sur Facebook, doit-on obtenir les autorisations des parents en plus ou l'autorisation générale obtenue au début du séjour peut-elle inclure Facebook.

ZONE À RISQUE 4 : L'INTERVENTION

L'intervention est certainement la zone à risque la plus importante et qui a suscité le plus de débats au sein du comité. L'utilisation des médias sociaux au sein des Auberges est certainement une occasion unique de discuter du sens de ce que les Auberges font avec les jeunes. **Les questions furent multiples... et les réponses aussi!** Parmi les questions qui ont soulevé les passions : Qu'est-ce qu'une intervention? Est-ce que le fait de garder le contact avec les jeunes par le biais de Facebook est une intervention? Quand commence-t-elle et quand finit-elle? Y a-t-il des interventions plus « sensibles » que d'autres? Peut-on faire toutes sortes d'intervention sur Facebook? Que fait-on avec l'information obtenue sur un jeune par le biais de son Facebook? Peut-on écrire sans crainte avec un jeune par messagerie ou par clavardage? Le jeune se livre-t-il plus facilement quand il est en ligne?

- **R14** Le comité recommande de bien définir en équipe jusqu'où peut aller l'intervention sur les médias sociaux. Le comité s'entend sur le fait que les interventions sur les médias sociaux, et particulièrement Facebook, lorsqu'elles visent à garder le contact et le lien avec le jeune, comportent peu de risques.

- **R15** En cas de crise, le comité recommande de laisser au jugement professionnel de l'intervenant la meilleure intervention à faire. Il est recommandé de garder des traces écrites de cette intervention de crise afin de justifier le tout si jamais il fallait rendre compte auprès des autorités de son intervention. Nous sommes conscients que des situations « sensibles » et des situations de crises peuvent se produire quand on utilise des médias sociaux d'où une certaine prudence lorsque cela se présente.
- **R16** Le comité recommande que chaque Auberge engage une discussion en équipe afin d'établir une position claire entourant le processus de gestion de crise émanant des médias sociaux (ex. un jeune qui appelle à l'aide, annonce une tentative de suicide, etc.).
- **R17** Le comité recommande d'ajouter un avertissement dans la page ou profil Facebook (dans Info) indiquant : « Aucune intervention professionnelle ne sera faite par le biais de Facebook. Les jeunes qui ressentent le besoin d'interpeller un intervenant de l'Auberge sont fortement invités à téléphoner à l'Auberge ou à s'y présenter compte tenu des limites que comportent les médias électroniques dans le cadre de la relation d'aide. »
- **R18** Le comité recommande de rappeler à son équipe toute l'importance de l'utilisation de leur jugement professionnel dans le cadre de l'utilisation des médias sociaux, que ce soit les commentaires à ajouter sur des blogues, des pages ou profils Facebook de l'Auberge ou des jeunes, les échanges en clavardage, les messageries (courriel ou Facebook) car « les paroles s'envolent, mais les écrits restent »!
- **R19** Le comité recommande d'entamer une réflexion avec les jeunes de leur Auberge sur les risques de Facebook (ex. enjeux de vie privée), de les sensibiliser à l'impact que peut avoir Facebook; il pourrait aussi être intéressant de discuter de la question de votre intervention à l'égard de leur facebook personnel.
- **R20** Le comité recommande d'envisager de créer une formation pour les jeunes présentant les risques de Facebook
- **R21** Le comité recommande de réfléchir en équipe sur la possibilité que l'Auberge aille écrire sur le mur du jeune (ex. souhaiter Bonne fête aux jeunes), car le jeune pourrait ne pas apprécier que l'Auberge interagisse avec lui « publiquement ».

7. Conclusion

Faut-il ou non des balises claires pour l'utilisation des médias sociaux dans les Auberges? Ces balises doivent-elles être communes pour toutes les Auberges ou adaptées selon chacune? Ce qui ressort des groupes de discussions et des séances de travail du comité est plutôt de mettre l'accent sur la formation du personnel, mais aussi de mieux encadrer l'utilisation des médias sociaux, et particulièrement Facebook, par des recommandations portant sur les zones à risque. L'évaluation des risques permet de constater qu'un encadrement tourné vers la sensibilisation et la formation s'avère primordial. Le Comité souhaite que ce document soit **une base de réflexion dans les Auberges afin d'aider à mieux baliser cette pratique d'intervention émergente.**



Les jeunes qui y entrent s'en sortent!



Les Auberges
du coeur

Le Regroupement

2000, boul. St-Joseph est, bur.32
Montréal, (Québec)
H2H 1E4
(514) 523-8559

www.aubergesducoeur.org