

RÉSEAUX SOCIAUX ET ACTION COMMUNAUTAIRE : DES OUTILS PRÉCIEUX DE MOBILISATION ET D'INTERVENTION, MAIS AVEC QUELQUES ZONES GRISSES

par Lorraine Desjardins

Lorraine Desjardins est agente de recherche et de communications à la Fédération des associations de familles monoparentales et recomposées du Québec (FAFMRQ) et membre du partenariat de recherche *Familles en mouvance*.

Avec l'avènement du Web 2.0 et la place de plus en plus grande occupée par les technologies de l'information et de la communication (TIC), les pratiques en milieu communautaire ont nécessairement dû s'adapter. Pour un organisme comme la Fédération des associations de familles monoparentales et recomposées du Québec, les réseaux sociaux sont rapidement devenus des outils précieux de communication et de visibilité. Et comme la FAFMRQ est un organisme de défense collective des droits, des plateformes comme Facebook et Twitter sont également des outils d'action politique et de sensibilisation autour des grands enjeux qui touchent les familles que nous représentons. Les contenus générés par la Fédération s'adressent bien sûr à ses organismes membres, mais également à ses partenaires et à la population en général.

Ainsi, plutôt que de dépendre uniquement des médias traditionnels pour diffuser et faire connaître nos revendications et les dossiers sur lesquels nous travaillons, les réseaux sociaux permettent de rejoindre davantage de gens que par l'envoi de simples courriels ou par la publication de contenus sur notre site Internet. Dans un contexte de restrictions budgétaires, il s'agit là d'un moyen peu coûteux pour les mouvements sociaux de faire valoir les causes qu'ils défendent et veulent rendre visibles. Bien sûr, le recours aux médias traditionnels demeure pertinent. Lorsque l'actualité s'y prête, la Fédération publie encore des communiqués sur le fil de presse, mais le fait de les relayer ensuite sur Facebook, Twitter et le site Web de la FAFMRQ nous rend moins dépendants des médias « officiels » pour la diffusion de nos contenus. Et même lorsqu'une de nos sorties médiatiques (conférence de presse ou communiqué)

génère des articles ou des entrevues dans les médias électroniques, le fait de partager ces contenus dans les médias sociaux contribue à en augmenter la portée réelle. Ceci est d'autant plus intéressant quand on sait qu'une part grandissante de la population déserte les médias traditionnels au profit des médias sociaux...

Par ailleurs, les réseaux sociaux constituent une excellente vitrine pour suivre l'actualité politique et communautaire. Ainsi, les organismes qui ont des dossiers ou des intérêts communs deviennent de précieuses sources d'information, en plus d'être des agents multiplicateurs de nos propres contenus. Bref, les réseaux sociaux sont devenus indispensables à l'exercice de la mission de la FAFMRQ, présentent de nombreux avantages et sont des outils précieux de mobilisation pour défendre les intérêts des familles que nous représentons.

Cela dit, le recours aux réseaux sociaux comporte aussi son lot de défis et d'exigences. Pour qu'une page Facebook continue de susciter de l'intérêt ou attire de nouveaux adeptes, il faut l'alimenter de façon continue. Par ailleurs, le caractère instantané des réseaux sociaux fait en sorte que ce qui est publié sur le fil d'actualités devient vite obsolète. À cela, on doit ajouter la gestion des commentaires et de la boîte de réception des messages. Il faut donc que les personnes responsables des contenus soient constamment à l'affût, ce qui rend la gestion du temps de travail parfois difficile. Mais nous y reviendrons...

MIEUX REJOINDRE LES FAMILLES MONOPARENTALES ET RECOMPOSÉES

Les organismes qui accueillent les familles monoparentales et recomposées sont également de grands utilisateurs du Web et des réseaux sociaux. En 2018, sur les 40 associations membres de la FAFMRQ, 33 avaient un site Internet et 39 possédaient une page Facebook, générant plus de 52 000 adeptes au total. Toutefois, seulement trois (3) organismes membres sur 40 détenaient un compte Twitter. Cette donnée n'est pas surprenante puisque ces Facebook et Twitter remplissent des fonctions passablement différentes auprès des internautes : « Twitter est mieux connu en tant que portail de nouvelles fraîches... à viraliser.

Facebook contraste lui, en se positionnant comme le réseau des "relations humaines". La dimension symbolique du "J'aime" n'est pas sans raison »¹.

En juin dernier, la FAFMRQ tenait son assemblée générale annuelle ainsi qu'une journée et demi d'ateliers et de discussions sur différents sujets. Nous en avons donc profité pour échanger avec certaines de nos membres sur leurs pratiques en matière de réseaux sociaux. Toutefois, il a surtout été question de Facebook puisque, comme nous l'avons déjà mentionné, peu d'organismes possèdent un compte Twitter. Pour rejoindre les familles, les réseaux sociaux sont devenus des incontournables. Une participante admettait même que si elle avait été longtemps réticente par rapport à Facebook, elle avait récemment réalisé les nombreuses possibilités qu'offre cet outil.

Dans un premier temps, les échanges ont porté sur les objectifs poursuivis et les contenus diffusés. Si le site Web est la carte de visite d'un organisme, avec un contenu plus fixe et des informations de base (historique, mission, coordonnées, équipe de travail, activités, publications, etc.), la page Facebook est davantage un outil de promotion et de visibilité, tant pour faire connaître l'association elle-même, que ses activités et sa programmation. Certaines activités font même l'objet d'un événement Facebook, ce qui permet aux personnes de s'inscrire directement sur la page. Toutefois, cette façon de faire rend parfois la planification d'activités difficile puisque, parmi les personnes qui se seront dites « intéressées » ou auront cliqué « je participe » sur la page d'un événement, certaines auront changé d'idée ou auront oublié au moment de la tenue effective de l'activité.

Pour certaines associations, la page Facebook a même devancé la création d'un site Web. La convivialité des réseaux sociaux présente en effet des avantages indéniables pour les organismes qui disposent de peu de moyens techniques et financiers. Nul besoin d'embaucher un graphiste ou de maîtriser un logiciel de mise en page compliqué pour créer une page Facebook ou un compte Twitter. Certaines associations démontrent

1. Extrait tiré de l'article « 7 différences entre Twitter et Facebook » consulté en juillet 2018 au : <https://ruche-pollen.com/blog-social-media/7-differences-twitter-facebook>

toutefois une excellente maîtrise de la multiplicité des possibilités offertes par les réseaux sociaux et varient leurs publications, tant par le contenu que par la forme. Ainsi, la page Facebook d'une association présentera des vignettes « SAVIEZ-VOUS QUE... » contenant des informations juridiques ou pratiques destinées aux familles monoparentales ou recomposées. Une autre association publiera de courtes capsules vidéos sur différentes problématiques qui peuvent être vécues par les familles dans leur quotidien. Il arrive également qu'un groupe de parents formé au sein d'une association génère du contenu qui leur est propre. C'est le cas notamment d'un groupe de mères monoparentales réunies autour d'une activité de productions audiovisuelles et qui a même créé sa propre page Facebook pour diffuser ses vidéos. Une association a même créé un groupe Facebook privé pour permettre aux membres du conseil d'administration d'échanger sur différents sujets concernant l'organisme, en dehors des rencontres formelles. Les réseaux sociaux sont également un moyen efficace de publiciser des activités d'autofinancement.

Bien que la défense des droits ne soit pas la mission première des associations de familles monoparentales et recomposées, nos membres relaient régulièrement les contenus, politiques ou autres, publiés sur la page Facebook de la Fédération. Certaines associations génèrent même leurs propres contenus politiques, en lien notamment avec des enjeux locaux et régionaux qui touchent les familles. Et, bien sûr, autant que possible, la FAFMRQ se fait un devoir de relayer à son tour les contenus des associations sur sa page Facebook.

DÉBORDEMENTS ET ZONES GRISES

Une autre des questions abordées dans le cadre de notre atelier concernait les mécanismes derrière la production et la gestion des contenus. Dans la totalité des cas, la page Facebook est gérée à l'interne, c'est-à-dire que les contenus sont produits et publiés par un·e ou plusieurs travailleuses/travailleurs de l'organisme. Ces opérations prennent en moyenne entre 4 et 6 heures par semaine. Cela peut sembler peu, mais dans un contexte où les organismes manquent de ressources humaines et financières, deux scénarios sont possibles : 1) les heures consacrées à la gestion des

réseaux sociaux sont des heures en moins pour effectuer d'autres tâches ; 2) le temps passé sur les réseaux sociaux a plutôt tendance à ne pas être comptabilisé, ou est comptabilisé en partie seulement... Or, dans plusieurs cas, c'est le deuxième scénario qui a tendance à survenir, d'autant plus qu'il est souvent difficile d'établir une frontière étanche entre l'utilisation des médias sociaux à des fins personnelles et à des fins professionnelles. Comme il est possible d'accéder à Facebook à partir d'une multiplicité de plateformes (tablette électronique, téléphone intelligent, ordinateur personnel) en dehors des heures normales de travail, il devient très facile d'être constamment en train de générer ou de relayer des contenus qui paraissent pertinents. Or, ce temps de travail s'avère difficilement comptabilisable.

Toutefois, la plupart des associations se sont donné des balises et des mécanismes pour gérer les contenus publiés sur leur page Facebook. Ainsi, les contenus visant à faire la promotion d'un parti politique ou de produits commerciaux, sont généralement exclus d'office. Dans plusieurs cas, même si la publication des contenus est sous la responsabilité d'une travailleuse ou d'un travailleur, ils devront d'abord être approuvés par la personne responsable de la direction ou de la coordination. À ceci s'ajoute également la gestion des commentaires laissés par les personnes qui visitent la page Facebook de l'organisme. Évidemment, on se réserve le droit de retirer tous les contenus jugés inappropriés.

Il n'y a pas que le temps consacré aux médias sociaux qui soulève la question de l'étanchéité des frontières entre la vie privée et la vie professionnelle. En effet, certaines des participantes de l'atelier ont témoigné de problèmes survenus en devenant « amies » Facebook avec des personnes qui fréquentent leur organisme. Si a priori, un tel geste peut paraître anodin, les risques de dérapages sont toutefois bien réels. Une travailleuse s'est vite rendu compte qu'en étant « amie » avec des mères qui fréquentent son association, il devenait beaucoup plus difficile de limiter les contacts lorsqu'elles la sollicitaient pour des échanges jusqu'à tard en soirée. Ce genre de situation s'avère d'autant plus délicate lorsque les personnes ont récemment vécu des choses difficiles (rupture, violence conjugale, etc.) et sont fragilisées. On peut ajouter à cela le fait

que la majorité des travailleuses et les travailleurs ne sont pas des professionnelLEs forméEs pour intervenir auprès de personnes ayant de problématiques de santé mentale. Elles ne disposent donc pas des outils qui pourraient leur permettre de conserver une distance émotionnelle nécessaire. Or, avec le démantèlement du filet social, et les coupures successives assénées aux programmes sociaux et dans les services publics ces dernières années, les personnes qui viennent chercher de l'aide auprès des associations sont de plus en plus souffrantes. Bien que ces personnes soient accueillies volontiers par les organismes, ceux-ci sont d'abord des milieux de vie et non des centres d'intervention de crise.

Devant les zones grises et les dérapages possibles, les associations s'accordent pour dire qu'il est préférable de limiter les « amitiés » facebookiennes entre les personnes qui fréquentent les organismes et celles qui y travaillent. Dans les petites communautés, où tout le monde se connaît ou presque, des balises claires sont d'autant plus nécessaires. Une des solutions envisagées par certaines travailleuses a été de se créer un deuxième profil Facebook, réservé exclusivement aux activités professionnelles. Il semble que cela fonctionne très bien.

LES CONTACTS HUMAINS PRIMENT TOUJOURS...

Le Web foisonne de sites, de blogues, de forums de discussion et de pages Facebook dédiées aux parents et aux familles, qu'elles soient traditionnelles, monoparentales, monoparentales ou recomposées. Mais bien que les impacts positifs liés à l'utilisation des réseaux sociaux pour les membres de la FAFMRQ soient indéniables, il n'en demeure pas moins que cette activité ne représente qu'une petite partie de l'important travail accompli par les associations de familles monoparentales et recomposées. D'une part, toutes les familles n'ont pas accès à Internet à la maison ou ne fréquentent pas les médias sociaux. On a tendance à l'oublier trop souvent, mais les coûts liés à Internet, surtout dans certaines régions où l'accès est limité, sont prohibitifs pour plusieurs familles. Et même chez les personnes qui ont accès à cette technologie, plusieurs vont préférer établir les premiers contacts avec l'organisme par téléphone ou en personne.

L'un des premiers objectifs poursuivis par les associations de familles monoparentales et recomposées a toujours été, et demeure encore aujourd'hui, de briser l'isolement des personnes. Or, s'il est vrai que les échanges virtuels peuvent en partie alléger le poids de la solitude, les contacts humains ont encore largement la cote. Rien ne saurait remplacer le son d'une voix bienveillante au bout du fil, l'accueil chaleureux d'une personne qui nous ouvre la porte d'un organisme ou le fait de rencontrer d'autres personnes qui vivent ou ont vécu des choses très semblables aux nôtres.