

PASSING

***Programme d'analyse des systèmes de services
Application des buts de la valorisation des rôles sociaux***

Une méthode pour évaluer la qualité des services
humains selon le principe de la valorisation des rôles sociaux

Wolf Wolfensberger et Susan Thomas

Traduction Michel Roberge
Adaptation Jacques Pelletier

**MANUEL DES CRITÈRES ET DES MESURES DE LA
VALORISATION DES RÔLES SOCIAUX (2ième édition)**

Copyright 1988, Les Communications Opell Inc.
L'Institut G. Allan Roeher

On ne peut reproduire aucune partie du présent ouvrage sans l'autorisation écrite de l'éditeur.

PASSING

*Programme d'analyse des systèmes de services
Application des buts de la valorisation des rôles sociaux*

**MANUEL DES CRITÈRES ET DES MESURES DE LA
VALORISATION DES RÔLES SOCIAUX (2ième édition)**

Edition originale sous le titre de:

PASSING: Program Analysis of Service Systems' Implementation of Normalization Goals

Copyright 1983, NIMR

ISBN 0-9693461-0-7

Publié par

Les Communications Opell Inc.

46 St. Louis,
C.P. 364
Pte Gatineau
Gatineau, Québec,
Canada
J8T 5B6

2021 avenue Quincy,
Gloucester, Ontario,
Canada
K1J 6B4

et

L'Institut G. Allan Roeher

Kinsmen Building
4700 Keele Street
Downsview, Ontario,
Canada
M3J 1P3

© Les Communications Opell
L'Institut G. Allan Roeher

Tous droits réservés

Imprimé au Canada

TABLE DES MATIERES

	page
Remerciements des auteurs	1
Remerciements de l'éditeur	3
Introduction et survol	5
Suggestions pour lire, étudier et utiliser le <i>PASSING: manuel des critères et des mesures de la valorisation des rôles sociaux</i>	13
Liste de contrôle pour lire et réviser le <i>PASSING: manuel des critères et des mesures de la valorisation des rôles sociaux</i>	17
Lexique de la terminologie particulière au <i>PASSING</i>	23
Note de Wolf Wolfensberger sur la terminologie	35
Bref survol et introduction au principe de la valorisation des rôles sociaux	37
Introduction	37
Les sept thèmes centraux de la valorisation des rôles sociaux	39
Le rôle de la (l'in)conscience dans les services humains	39
La pertinence du rôle attendu et de la circularité du rôle dans la création et la suppression de la déviance	40
Le corollaire du conservatisme au principe de la valorisation des rôles sociaux	41
Le modèle développemental et l'importance de l'amélioration de la compétence personnelle	41
La force de l'imitation	42
La dynamique et la pertinence de l'imagerie sociale	42
L'importance de l'intégration sociale et de la participation socialement valorisée, particulièrement pour les personnes risquant la dévalorisation sociale	42
Les interrelations des thèmes centraux	43
Autres perspectives au principe de la valorisation des rôles sociaux	44
Références	45
1 Les mesures liées principalement à l'amélioration de l'image sociale	47
Introduction aux questions de l'imagerie sociale et de l'amélioration de l'image sociale	47
L'existence, la force et l'importance de l'imagerie sociale	47
Le processus d'association d'images ("juxtaposition") et de transfert	49
La facilitation du transfert d'image	50
La force du transfert d'image dans les relations sociales	52
Attributs importants et perceptions de valeurs qui peuvent être altérés ou transmis par l'imagerie	53
Conclusion aux questions de l'imagerie sociale et de l'amélioration de l'image	55
11 Image liée à l'établissement du service	57
111 Harmonie du service avec le voisinage	59
M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage	61
M1112 Harmonie du programme avec le voisinage	69
112 Esthétique de l'établissement	77
M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement	79
M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement	87
113 Apparence de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés	95
M1131 Apparence extérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés	97
M1132 Apparence intérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés	105
114 Image de l'établissement appropriée à l'âge	113
M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge	115
M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge	123
115 Autres aspects de l'image de l'établissement	131

M1151 Image projetée par l'établissement: proximité physique	133
M1152 Image projetée par l'établissement: histoire	141
M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes	149
12 Image liée à la structuration des regroupements et des relations entre personnes dans le service	157
M121 Image projetée par la juxtaposition interprogrammes	161
M122 Potentiel d'assimilation du service dans le voisinage	169
123 Image liée à la composition du regroupement des clients du service	177
M1231 Image liée à la valeur sociale du regroupement des clients	181
M1232 Image liée à l'âge dans le regroupement des clients	189
M124 Image liée à d'autres contacts sociaux d'intégration et relations interpersonnelles	197
125 Image des travailleurs du service	207
M1251 Transfert de l'image des travailleurs aux clients	209
M1252 Appariement de l'image des travailleurs aux clients	219
13 Image liée à la structuration des activités et à l'emploi du temps dans le service	227
M131 Séparation des fonctions du programme pertinente à la culture	229
M132 Image liée aux activités et horaires du programme	237
M133 Mise en valeur de l'autonomie et des droits du client	249
14 Image liée à divers autres langages, symboles et images du service	257
M141 Réponse du programme à l'impression produite par le client	259
M142 Image liée aux possessions personnelles	269
143 Image liée au langage et à l'appellation	279
M1431 Image liée à l'appellation des clients	281
M1432 Noms de l'agence, du programme, de l'établissement et de l'emplacement	289
M144 Image liée au financement du service	301
M145 Image liée à divers aspects du service	309
2 Les mesures liées principalement à l'amélioration de la compétence personnelle	317
21 Compétence liée à l'établissement du service	319
211 Accessibilité de l'établissement	321
M2111 Accessibilité de l'établissement au client et à sa famille	323
M2112 Accessibilité de l'établissement au public	331
M212 Disponibilité des ressources communautaires pertinentes	339
M213 Confort de l'établissement	347
M214 Caractéristiques de sécurité et de défi de l'établissement	355
M215 Caractéristiques d'individualisation de l'établissement	363
22 Compétence liée à la structuration des regroupements et des relations entre les personnes dans le service	371
221 Compétence liée au regroupement des clients dans le service	373
M2211 Compétence liée au nombre du regroupement des clients dans le service	375
M2212 Compétence liée à la composition du regroupement des clients dans le service	385
M222 Compétence liée à d'autres contacts sociaux d'intégration et relations interpersonnelles	393
M223 Interactions enrichissantes entre les clients, le personnel et autres personnes	405
M224 Appui du programme à l'individualisation du client	415
M225 Mise en valeur de l'identité socio-sexuelle du client	425
23 Compétence liée à la structuration des activités et autres utilisations du temps dans le service	433
M231 Réponse du programme aux besoins des clients	435
M232 Intensité des activités et emploi efficace du temps	445
M233 Compétence liée aux possessions personnelles	457
Extrait de la liste contrôle de PASS/NG	467

REMERCIEMENTS DES AUTEURS

Les auteurs du *PASSING* désirent remercier les personnes et organisations suivantes et souligner leurs contributions à la préparation et au développement de cet instrument:

Monsieur John O'Brien pris part à la conceptualisation de la structure initiale de *PASSING*, de la forme des mesures, du contenu et des limites des mesures; il était consultant au Dane County Developmental Disabilities Services Board lors de l'élaboration de la première édition (expérimentale) du *PASSING*.

Monsieur Joe Osburn aida à écrire certaines des premières mesures de l'édition initiale; il dirigea plusieurs équipes dans l'utilisation de l'instrument lors d'exercices d'évaluation et il mena la majorité des négociations et ententes pour élaborer l'instrument et en expérimenter la première édition avec le Dane County Developmental Disabilities Services Board.

Mesdames et messieurs Carolyn Bardwell Wheeler, Judith Kurlander, Raymond Lemay, Al Marks, Darcy Miller et Jack Yates firent partie de l'équipe d'évaluation qui a travaillé avec l'édition initiale et ils nous ont proposé d'excellentes suggestions pour structurer l'instrument et en réviser plusieurs sections.

L'administration, le personnel et les clients de l'école Jowonio et de la résidence de l'avenue Highland de l'Onondaga Association for Retarded Citizens, toutes deux de Syracuse, N.Y., nous ont gracieusement permis d'effectuer des exercices d'évaluation de leurs services à l'aide de la première édition du *PASSING*; ils s'occasionnèrent ainsi quelque inconvénient.

La fondation pour la recherche du Easter Seal a fourni le soutien financier durant les deux ans d'élaboration et de développement de cette seconde édition du *PASSING* et pour l'élaboration de matériel et de recherches diverses.

REMERCIEMENTS DE L'ÉDITEUR

Cette version française du *PASSING* a été rendue possible grâce à l'immense et difficile travail de traduction effectué par Michel Roberge, psychologue pratiquant dans la région de Montréal.

Les travaux de corrections du texte ont été effectués par Lucille Proulx et les travaux de mise en page et de typographie par Suzanne Ouimet et Daniel Villeneuve des Communications Opell.

Messieurs Thierry Boyer, André Dionne, Jacques Feragus, Robert Flynn, Harry Gow et Raymond Lemay ont aussi collaboré, par leurs conseils et commentaires, à l'édition française du *PASSING*.

Et enfin, nous remercions l'auteur principal, Wolf Wolfensberger, pour son oeuvre et ses précieux conseils, de même que ceux de Susan Thomas, pour nous aider à reproduire le *PASSING* le plus fidèlement possible en français.

Jacques Pelletier.

Les Communications Opell.

INTRODUCTION ET SURVOL

Ce volume, intitulé *PASSING: manuel des mesures et des critères de la valorisation des rôles sociaux* (fréquemment nommé ci-après *Manuel PASSING* ou *PASSING*) est l'un des nombreux volumes qui constituent ou sont liés à un instrument d'évaluation de la qualité des services humains et d'enseignement de pratiques adaptées de prestation de services. Cet instrument se nomme *PASSING*, qui est le sigle de "Program Analysis of Service Systems' Implementation of Normalization Goals"¹. Tout en s'inspirant du *PASS* (Program Analysis of Service Systems)^{2,3}, il en diffère.

PASS et *PASSING* sont des instruments de mesure quantitative et objective de la qualité d'une vaste gamme de programmes, d'agences et même de systèmes entiers de services humains. *PASS* mesure la qualité du service selon son respect a) des principes de la valorisation des rôles sociaux^{4,5}, b) de certaines autres idéologies des services et, c) de certaines attentes administratives, chacun de ces éléments étant reconnu comme contribuant à la qualité du service.

D'un autre côté, *PASSING* mesure la qualité du service seulement en ce qui concerne son application de la valorisation des rôles sociaux. L'instrument *PASS* est composé de 50 "mesures" c'est-à-dire, les énoncés des questions liées à la qualité du service et des critères que l'agence doit atteindre par rapport à ces questions pour être considérée de haute qualité. Trente-quatre de ces 50 mesures portent sur la valorisation des rôles sociaux. Il y a 42 mesures dans le *PASSING* et toutes portent sur la qualité de la valorisation des rôles sociaux dans le service.

PASS et *PASSING* sont conçus pour s'appliquer à peu près à tous les types de services humains (éducatif, de travail, résidentiel, médical, de consultation, juridique, réadaptatif, de transport, correctionnel, etc.), à toutes sortes de gens mais particulièrement aux programmes servant des personnes qui sont socialement dévalorisées (les personnes ayant un retard mental, âgées, handicapées physiques, malades mentales, handicapées sensorielles, pauvres, illettrées, criminelles, malades chroniques, mourantes, ayant des problèmes de comportements, membres d'une minorité raciale ou ethnique, etc.).

L'administration des évaluations *PASS* ou *PASSING* se fait essentiellement de façon similaire. Les deux instruments sont appliqués par une équipe d'au moins trois personnes appelées des "évaluateurs". Chaque équipe est dirigée et supervisée par une personne très qualifiée et ayant de l'habileté dans le *PASS* ou *PASSING* et chaque équipe effectue les travaux suivants:

- a. la visite (habituellement à pied ou en automobile) du voisinage du service,
- b. la visite de l'extérieur et de l'intérieur de l'établissement de service lui-même,

- 1 N. du T.: Programme d'analyse des systèmes de services; Application des buts de la normalisation.
- 2 N. du T.: Programme d'analyse des systèmes de services.
- 3 Wolfensberger, W. et Glenn, L. *Program Analysis of Service Systems (PASS): A method for the quantitative evaluation of human services* (3rd. ed.) *Handbook & Field Manual*. Toronto: National Institute on Mental Retardation, 1975, réimprimé en 1978. (Des éditions précédentes parurent en 1969 et 1973.)
- 4 Wolfensberger, W. *The principle of normalization in human services*. Toronto: National Institute on Mental Retardation, 1972.
Wolfensberger, W. The definition of normalization: Update, problems, disagreements, and misunderstandings. Dans Flynn, R. J. & Nitsch, K. E. (Eds.), *Normalization, social integration, and community services*. Baltimore: University Park Press, 1980. Pp. 71-115.
- 5 N. du T.: Dans toute la mesure du possible, "Normalization" fut traduit par "Valorisation du rôle social" ou "Valorisation des rôles sociaux" selon la nouvelle terminologie proposée par Wolfensberger, W. Social Role Valorization: A Proposed New Term for the Principle of Normalization. *Mental Retardation*, 1983 21 (6), 234-239.

- c. une entrevue en profondeur avec les administrateurs du programme,
- d. une entrevue avec les intervenants directs du service,
- e. une observation du programme en action,
- f. une revue exhaustive de la documentation du programme (si elle est disponible) y compris les politiques, l'énoncé de la mission, les dossiers des clients, les plans de programmes individualisés, les horaires d'activités, les cahiers d'observation, l'organigramme, les descriptions de tâches, les règlements, la publicité, etc. et
- g. un entretien avec les clients et si possible avec la famille, les parrains civiques et les voisins du service.

Lorsque l'équipe a effectué ce travail, chacun des évaluateurs évalue individuellement le programme quant à chaque mesure. Chaque mesure est déterminée en décidant quel niveau de qualité est mérité par le service. Chaque mesure a un certain nombre de niveaux (il y a de trois à six niveaux dans les mesures du *PASS* alors qu'il y a toujours cinq niveaux dans les mesures du *PASSING*) qui représentent les divers degrés d'adhésion du service à la question en jeu dans la mesure. Les niveaux inférieurs indiquent une performance pauvre alors que les niveaux supérieurs dénotent une bonne performance. Chaque mesure a un poids relatif (i.e. vaut une certaine proportion des points de l'ensemble des mesures), de même que chaque niveau par rapport à la mesure. Lorsque les évaluateurs ont assigné un niveau à chaque mesure du service, l'équipe se réunit afin de faire le consensus sur la performance du service pour chacune de ces mesures. Ce processus se nomme la "conciliation". A la fin, l'équipe (habituellement représentée par un membre désigné) présente au service un rapport sur la performance de celui-ci, généralement par écrit mais souvent aussi verbalement.

Bien que la structure et la méthode d'administration du *PASS* et du *PASSING* soient très similaires, il existe quelques différences entre eux. Ces différences sont détaillées dans le *Manuel PASS* et le *Manuel PASSING*.

Tel que mentionné précédemment, le *PASSING* sert à deux choses principales: évaluer la qualité de la valorisation des rôles sociaux de services humains et enseigner le principe de la valorisation des rôles sociaux. Le *Manuel PASSING* contient tout le matériel nécessaire à un évaluateur entraîné pour qu'il évalue la qualité d'un service selon les critères du principe de la valorisation des rôles sociaux et/ou à un étudiant de la valorisation des rôles sociaux pour qu'il l'étudie en se servant de l'approche évaluative des services, même si la personne ne désire pas (apprendre à) évaluer un service en particulier. Le *Manuel* présente les 42 mesures du *PASSING* ainsi que les explications complémentaires qui serviront de toile de fond aux mesures et aux regroupements de mesures (i.e. un groupe de deux mesures ou plus qui partagent certains éléments communs). Le *Manuel* est le volume que les évaluateurs et les étudiants doivent lire attentivement afin de comprendre:

- a. comment les questions du principe de valorisation des rôles sociaux sont organisées dans le *PASSING*,
- b. comment le *PASSING* structure la valorisation des rôles sociaux en mesures servant à évaluer la qualité d'un service,
- c. qu'est-ce qu'aborde chacune des mesures (ou des questions de la valorisation des rôles sociaux) et
- d. en quoi diffèrent les mesures (ou les questions de la valorisation des rôles sociaux) les unes des autres.

Les évaluateurs doivent également apporter ce volume "sur le terrain" (c'est-à-dire lorsqu'ils iront effectuer leur évaluation du service) puisqu'ils devront constamment le relire et s'y référer à chaque étape de l'évaluation; par exemple, lors de la cueillette des informations, lorsque l'évaluateur évalue individuellement le programme et durant la discussion (la conciliation) de l'équipe. En fait, les évaluateurs utiliseront le *Manuel* fréquemment et en détail à chaque étape de l'application du *PASSING* afin de:

- a. formuler les questions qui guideront leurs études, observations et enquêtes sur le service,
- b. leur permettre de compléter toutes les mesures chaque fois qu'ils évaluent un service,
- c. clarifier la compréhension des membres de l'équipe sur chaque mesure lorsqu'ils s'engagent dans la conciliation de façon à ce qu'ils puissent faire le consensus sur le niveau à accorder à chaque mesure,
- d. aider à décider quelles informations seront ramenées au service évalué.

Cependant, lire ni même maîtriser ce volume de PASSING n'est suffisant pour permettre à une personne de maîtriser le PASSING ou de participer à une évaluation PASSING valide. A cette fin, même les personnes les plus talentueuses doivent:

- a. assister au moins à un atelier d'enseignement du *PASSING*, lors duquel les principes de la valorisation des rôles sociaux sont enseignés systématiquement et liés à l'utilisation du *PASSING* et dans lequel les participants effectuent une pratique supervisée de l'utilisation de l'instrument d'évaluation et,
- b. lire, étudier et connaître d'autres publications, particulièrement celles de la série de volumes reliés au *PASS/ PASSING* (voir plus loin).

Le lecteur ne devrait donc pas se décourager si plusieurs questions demeurent après la lecture de ce *Manuel*. Cependant, en étudiant soigneusement ce volume, le lecteur acquerra une bonne compréhension de la plupart des questions en jeu dans le principe de la valorisation des rôles sociaux au regard des services. De plus, le *Manuel* peut être très utile même pour les gens qui ne sont pas intéressés à participer à une évaluation *PASSING* d'un service puisque le *Manuel* inclut des explications de la valorisation des rôles sociaux non incluses dans les textes de base (note 3, citée précédemment) ou les publications précédentes sur le sujet.

Plus particulièrement, ce volume de *PASSING* présente les éléments suivants (voir la *Table des matières* pour un survol rapide):

- a. un lexique des expressions et termes courants et importants des mesures du *PASSING*,
- b. une brève révision du principe de la valorisation des rôles sociaux, y compris les sept thèmes centraux,
- c. une révision de la question de l'amélioration de l'image sociale et de l'amélioration de la compétence personnelle qui sont les deux principaux buts requis par la valorisation des rôles sociaux à propos d'un service et
- d. les 42 mesures du *PASSING*, chacune contenant une question ou thème principal de la valorisation des rôles sociaux. Chaque mesure présente les éléments suivants:
 - d1. une explication du rationnel de la question en jeu et de sa mesure selon la valorisation des rôles sociaux,
 - d2. un tableau résumant la question en jeu dans la mesure, quelques exemples usuels de cette question dans la vie quotidienne (c'est-à-dire en dehors des services humains), quelques exemples d'applications positives de cette question dans les services humains et finalement quelques exemples d'infraction des exigences de la VRS vis-à-vis de cette question dans ces services,
 - d3. une explication des différences entre la mesure présentée et les autres mesures avec lesquelles elle pourrait être confondue,
 - d4. un tableau présentant un bref résumé de certaines clarifications importantes et possiblement difficiles concernant cette question, une liste de questions clefs à poser pour obtenir l'information nécessaire à l'évaluation de la performance du service, et une liste de sources de faits, de données ou d'indices probants qui permettent de préciser la mesure et,
 - d5. les critères et des exemples de cinq niveaux (de très bas à très haut) de la qualité et de la performance du service en fonction de cette question. Lors d'une évaluation, l'évaluateur aurait donc à déterminer à quel niveau se situe le service pour ce qui est de la question évaluée.

Les 42 mesures se subdivisent en deux principales catégories: l'amélioration de l'image sociale et l'amélioration de la compétence personnelle. Les pratiques courantes dans un service qui ont davantage de répercussions sur l'image sociale du client que sur ses compétences sont alors classées dans la première catégorie; alors que les pratiques dont les répercussions portent davantage sur les compétences personnelles du client que sur son image sociale sont alors placées dans la seconde catégorie. Dans ces deux catégories, les mesures sont réparties selon qu'elles portent sur:

- a. l'établissement dans lequel est situé le service,
- b. les façons dont le service regroupe ses clients et structure les relations entre eux et les autres gens,
- c. les activités et programmes fournis par le service et les façons dont il structure l'utilisation du temps des clients et,
- d. diverses autres images liées au service et non incluses dans les autres mesures (s'applique seulement à la catégorie de l'image sociale).

Ainsi, il y a plusieurs mesures qui portent sur la façon dont les divers aspects de l'établissement du service affectent l'image sociale du client; une autre catégorie de mesures est liée à l'impact de la structure des relations personnelles et des regroupements, imposée par le service, sur les compétences des clients; il y a également un autre regroupement de mesures ayant trait à l'impact de divers langages, symbolismes et imageries rattachés au service, etc. Au total, il y a sept principales catégories de mesures telles que les présente le tableau de la page suivante.

	1 Eléments du programme liés principalement à l'amélioration de l'image sociale du client	2 Eléments du programme liés principalement à l'amélioration de la compétence personnelle du client
01 Etablissement du service	11 mesures	6 mesures
02 Structuration des relations entre les personnes et de regroupement	7 mesures	6 mesures
03 Structuration des activités dans le service et utilisation du temps	3 mesures	3 mesures
04 Divers autres langages, symboles et images du service	6 mesures	aucune mesure - non applicable

Il doit être souligné que les mesures sont placées dans la catégorie ou sous-catégorie dans laquelle elles auront les plus grands impacts ou seront les plus pertinentes, même si certaines mesures peuvent être pertinentes et avoir de l'impact dans plus d'une catégorie ou sous-catégorie.

Même dans chacune de ces sous-catégories, certaines mesures sont encore placées en sous-groupes si deux ou plusieurs mesures évaluent différents aspects d'une caractéristique ou d'une façon de faire dans le service. Par exemple, il y a deux mesures sur la beauté de l'établissement du service; l'une porte sur l'esthétique extérieure du service alors que l'autre évalue l'esthétique de l'intérieur du milieu. Cette subdivision de mesures se nomme "regroupement de mesures" et de tels regroupements peuvent inclure deux ou trois mesures ou être rassemblés eux-mêmes avec deux ou trois plus petits regroupements. Par exemple, les regroupements de mesures "11 Image liée à l'établissement du service" contiennent cinq regroupements de mesures, chacun comprenant deux ou trois mesures.

Chaque mesure ou regroupement de mesures est précédé d'un numéro composé d'une séquence de chiffres devant son titre. Le premier chiffre indique la catégorie à laquelle appartient la mesure ou le regroupement de mesures. Toutes les mesures et regroupements de mesures de la catégorie de l'amélioration de l'image sociale sont précédées du chiffre 1, alors que celles de la catégorie de l'amélioration de la compétence personnelle sont précédées du chiffre 2. Chaque sous-catégorie est également numérotée par un deuxième chiffre: ainsi, l'établissement du service porte comme deuxième chiffre le 1, la structure de regroupement du service et les relations entre les personnes porte le chiffre 2, la structuration des activités et autres utilisations du temps est le 3 et les divers autres langages, symboles et images du service prend le chiffre 4. C'est donc le second chiffre du numéro qui précède le titre de la mesure ou du regroupement de mesures qui indique la sous-catégorie à laquelle il ou elle appartient. Par exemple, dans le regroupement de mesures "11 Image liée à l'établissement du service", le premier chiffre indique que ce regroupement de mesures appartient à la catégorie de l'amélioration de l'image sociale alors que le second chiffre dénote que le regroupement se classe dans la sous-catégorie de l'établissement du service. Toutes les mesures de ce regroupement auront un numéro débutant par les chiffres "11".

Une mesure est indiquée par la lettre majuscule "M" devant le numéro qui précède le titre de cette mesure. Ce signe permet de distinguer les numéros des mesures comme telles de ceux des regroupements de mesures.

Tel qu'indiqué précédemment, chaque niveau de chaque mesure reçoit un certain nombre de points; ce nombre de points constitue sa pondération ou son score. Par exemple, la mesure "M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage" reçoit une pondération de 16, indiquant ainsi que le service pourrait obtenir un total de 16 points s'il atteignait parfaitement les critères maximums de cette mesure. Le total des scores pondérés de toutes les mesures du *PASSING* égale 1000 points. Cependant, tel qu'il est expliqué de façon plus détaillée dans le *Guidelines for Evaluators During a PASS, PASSING, or Similar Assessment of Human Service Quality*¹, les pondérations de chaque mesure ne sont pas présentées ici dans ce *Manuel*. Cette façon de faire permet d'éviter de biaiser le jugement des évaluateurs qui connaîtraient le nombre de points que perdrait ou gagnerait un service selon sa performance. Les pondérations sont plutôt inscrites sur le formulaire intitulé *Formulaire de pointage de la performance d'un service*. Durant l'évaluation, chaque évaluateur utilisera une *Liste de contrôle* pour enregistrer ses mesures; ce n'est qu'après la conciliation de l'évaluation de l'équipe que les jugements finaux de l'équipe sont transcrits sur le *Formulaire de pointage*. Des échantillons de la *Liste de contrôle* du *Formulaire de pointage* de même que d'autres types de formulaires qui peuvent être utilisés lors d'évaluations se retrouvent à la fin de ce volume. Puisque ces formulaires seront utilisés par l'évaluateur au moins une fois par évaluation, ils doivent être achetés de l'éditeur séparément.

Chacune des 42 mesures de *PASSING* n'est pas totalement autosuffisante; en effet, des introductions aux sections ou aux regroupements de mesures incluent les notions pertinentes à toutes les mesures. Les évaluateurs devront donc lire et se familiariser avec les notions de l'introduction précédant une mesure afin de la bien maîtriser. En fait, plus l'exposé de l'introduction sera développé, plus il sera important que les évaluateurs s'y familiarisent pour bien comprendre et utiliser les mesures qui le suivent.

Cependant, lorsqu'un évaluateur a maîtrisé les introductions et les rationnels d'une mesure ou d'un regroupement de mesures, il pourrait les retirer du *Manuel*, les classer ailleurs et n'emporter avec lui (dans un cartable par exemple) que les pages spécifiques aux mesures. Le *Manuel* a en effet été troué à cette fin dans la marge de gauche. Le *Manuel* a été organisé en modules, c'est-à-dire de façon à ce que certaines sections puissent en être extraites tout en y laissant les autres sections intactes. Cet arrangement permet également à l'évaluateur qui choisit de n'évaluer un service que sur certaines dimensions de la valorisation des rôles sociaux (c'est-à-dire de n'utiliser que certaines mesures) de laisser le reste des évaluations hors du *Manuel*. Un évaluateur peut donc trouver plus rapidement les pages des consignes des mesures pertinentes tout en emportant qu'un *Manuel* allégé lors des évaluations. Les évaluateurs utiliseront le *Manuel PASSING* très fréquemment. Conséquemment, il n'est pas nécessaire d'en mémoriser rigidement les sections. Un évaluateur aura toujours avec lui au moins certaines introductions et mesures du *Manuel des critères et des mesures de la valorisation des rôles sociaux* durant une évaluation. Un évaluateur aura probablement à se référer à d'autres monographies (voir ci-dessous) liées au *PASSING* à d'autres moments de son étude, de son utilisation ou de son enseignement, bien que cela soit vraisemblablement moins fréquent qu'envers le *Manuel* lui-même.

En plus du *Manuel PASSING*, il y aura d'autres monographies reliées aux évaluations *PASSING* qu'une personne devra lire ou consulter afin de participer à l'évaluation d'un service et même simplement pour comprendre pleinement le *PASSING*. Cela inclut particulièrement le *PASSING Handbook* et le *Guidelines for Evaluators During a PASS, PASSING, or Similar Assessment of Human Service Quality*. Ces volumes seront disponibles en français sous peu.

Le *Manuel PASSING* peut également être un instrument de choix pour enseigner ou apprendre le principe de la valorisation des rôles sociaux même si on ne désire pas ou n'a pas l'intention d'évaluer la qualité d'un service. La construction modulaire de ce livre permet au lecteur intéressé à apprendre seulement la valorisation des rôles sociaux et de retirer du volume les sections qui lui sont inutiles. Par exemple, les sections "Différences des autres mesures" ne seraient nécessaires qu'aux gens qui évaluent un service; elles pourraient ainsi être retirées pour ceux qui n'auront pas à s'en servir. Les tableaux des "Exigences et exemples de la mesure" et des

1 N. du T.: Règles aux évaluateurs durant un PASS, PASSING ou une évaluation similaire de la qualité d'un service humain.

"Suggestions pour trouver et utiliser les indices probants" peuvent également être retirés bien que ces sections contiennent certaines informations qui pourraient aider le lecteur à comprendre la valorisation des rôles sociaux. Ainsi, les exemples des divers niveaux de la mesure et certaines informations du tableau, particulièrement dans la première et la deuxième colonne peuvent aider à clarifier certains points et à enrichir la compréhension du lecteur.

Si *PASSING* n'est utilisé que pour apprendre le principe de la valorisation des rôles sociaux et non pour apprendre à évaluer la qualité de la valorisation des rôles sociaux d'un service, alors ce volume suffira au lecteur. Cependant, si l'intention est d'apprendre le *PASSING* afin d'évaluer des services alors le lecteur doit également lire certains autres volumes de la série des monographies reliées au *PASS* et au *PASSING*. Ainsi, le *PASSING* peut être valablement appliqué à un service seulement si l'évaluation est menée en accord avec les procédés indiqués dans le volume intitulé *Guidelines for Evaluators During a PASS, PASSING, or Similar Assessment of Human Service Quality*. Une évaluation ou un enseignement du *PASSING* (ou du *PASS*) qui n'est pas mené en accord avec le *Guidelines* ne peut pas être considéré comme pleinement valide.

Il fut décidé de publier une série de volumes ou de monographies distinctes à propos de sujets liés à la fois au *PASS* et au *PASSING* en fonction des rationnels suivants:

- a. Les notions et discussions de certaines questions sont également pertinentes au *PASS* et au *PASSING*; elles peuvent également l'être, au moins en partie, à d'autres approches d'évaluation de service. Dans ce cas, ce ne serait guère sensé d'écrire et de publier ces mêmes éléments dans deux volumes ou plus. Par exemple, certaines notions qui sont présentées dans le *Manuel PASS* (troisième édition) s'appliquent également au *PASSING*, telles que les discussions des mesures qualitatives des services et celles sur le "bonheur" apparent du client. Ainsi, afin de minimiser le temps et les coûts de rédaction et d'édition, les éléments communs aux deux formes (ou plus) d'évaluation ne seront rédigés et publiés qu'une seule fois dans des volumes distincts et utilisables lors des deux types d'évaluation. Bien sûr, les questions spécifiques seulement au *PASS* ou au *PASSING* ne seront rédigées et publiées qu'avec l'instrument pertinent.
- b. La publication des éléments en modules distincts permettra aux gens ayant des intérêts et des besoins différents de n'acquérir que les parties qui leur sont pertinentes ou qui les intéressent. Certaines personnes qui n'ont même pas d'intérêt au *PASS* ou au *PASSING* peuvent donc utiliser certains modules à d'autres fins. Par exemple, certaines des consignes sur la façon de structurer une évaluation peuvent être très utiles pour tous les types d'évaluation.
- c. De plus, certains éléments peuvent avoir besoin de révision plus tôt ou plus souvent que d'autres. En publiant ces éléments en modules, il est possible de les réviser sans avoir à rééditer tous les autres éléments qui ne nécessitent pas une telle révision ou qui n'ont pas besoin d'une révision en même temps.

En plus de *PASSING: Manuel des mesures et des critères de la valorisation des rôles sociaux* et de *Guidelines for Evaluators During a PASS, PASSING, or Similar Assessment of Human Service Quality*, il y a un certain nombre de formulaires essentiels à la conduite d'une évaluation *PASSING*. Ces formulaires, dont des exemplaires se retrouvent à la fin de ce volume, se classent en trois catégories:

- a. Ceux qui sont nécessaires à chaque membre de l'équipe lors de chaque évaluation: la *Liste de contrôle PASSING*, le *Formulaire de calcul des pointages du PASSING* et la *Feuille de pointage PASSING*.
- b. Ceux qui peuvent être très utiles à l'évaluateur mais qui ne sont pas essentiels, en particulier le *Formulaire d'organisation des faits pour les mesures*.
- c. Ceux qui ne seront nécessaires qu'à certains membres ayant un rôle particulier (le chef d'équipe, par exemple). Ce sont le *Formulaire de résumé des résultats et des commentaires pour les mesures PASSING*, la *Liste de contrôle du chef d'équipe PASSING*, et le *Formulaire de page couverture des rapports PASSING*.

Tout membre peut désirer avoir des copies de tous les formulaires afin d'en avoir la série complète même s'il n'en a pas nécessairement besoin. Notons cependant que le chef d'équipe aura besoin de plus d'une copie de la *Liste de contrôle* et du *Formulaire de pointage de la performance d'un service* pour chaque évaluation.

L'élaboration de la première édition du *PASSING* fut effectuée en 1979-1980 lors d'un contrat entre le *Training Institute for Human Service Planning, Leadership, and Change Agency* et le *County of Dane (Madison, Wisconsin) Developmental Disabilities Services Board*. Cette édition n'est pas disponible pour une diffusion générale. La révision et la continuation de l'élaboration du *PASSING* furent réalisées grâce à une subvention de *Easter Seal Research Foundation of the National Easter Seal Society*.

Il est à noter que cette édition française du *PASSING* est plus récente que l'édition anglaise de 1983 présentement utilisée et qu'elle incorpore toutes les adaptations et corrections récemment apportées par l'auteur.

Pour de plus amples informations sur les ateliers de formation *PASSING*, vous pouvez communiquer avec les organismes qui suivent.

- **Les Communications Opell*, 2021 Avenue Quincy, Gloucester, Ontario, Canada. K1J 6B4. Tél: (613) 749-6181
- **L'Institut G. Allan Roeher*, 4700 rue Keele, Downsview, Ontario, Canada. M3J 1P3. Tél: (416) 661-9611
- **L'Institut Québécois de la déficience mentale*, 3440 rue Hôtel de Ville, Montréal, Québec. H2X 3B4. Tél: (514) 849-3616
- **Le Comité européen pour le développement de l'intégration sociale*, Institut d'Etudes Sociales, 28 rue Prévost-Martin, c.p. 179, 1211 Genève 4. Tél: 022-209311.
- **Le Training Institute for Human Service Planning, Leadership, and Change Agency*, Syracuse University, 805 South Crouse Avenue, Syracuse, New York 13244-2280, USA, tél. (315) 443-4264.

SUGGESTIONS POUR LIRE, ETUDIER ET UTILISER LE PASSING: MANUEL DES CRITERES ET DES MESURES DE LA VALORISATION DES ROLES SOCIAUX

Tel que mentionné précédemment, le lecteur devrait pouvoir acquérir au moins une connaissance de base de la valorisation des rôles sociaux et de ses implications en lisant simplement le *Manuel* (bien que cela soit insuffisant pour donner à quiconque une compréhension parfaite de la valorisation des rôles sociaux ou pour maîtriser le *PASSING*). Afin d'aider le lecteur à obtenir le maximum de sa lecture du *Manuel* et pour lui simplifier la tâche d'apprendre le *PASSING*, les suggestions suivantes lui sont adressées pour sa première lecture du *Manuel*.

Il y a probablement plusieurs stratégies pour lire le *Manuel des critères et des mesures de la valorisation des rôles sociaux*. Par exemple, une personne pourrait lire les mesures dans un ordre aléatoire et les comprendre assez bien pourvu qu'elle lise également les notions explicatives qui leur font introduction. Cependant, même s'il y avait une raison particulière d'agir ainsi (par exemple, un évaluateur pourrait n'être intéressé qu'à évaluer une dimension spécifique du programme), il ne serait pas vraiment avantageux de le faire ainsi. De plus, les mesures ont été ordonnées de telle sorte que le lecteur comprenne plus facilement les interrelations des notions présentées; le lecteur bénéficiera donc davantage de la lecture en respectant l'ordre de présentation du volume.

Une liste de contrôle est incluse pour aider la personne lors de sa première lecture du *PASSING*. Elle reprend la séquence des mesures du *Manuel* ainsi que l'ordre de lecture des autres parties. Egalement, cette liste de contrôle comprend quelques questions clés auxquelles le lecteur devrait pouvoir répondre après avoir parcouru chacune des divisions et subdivisions de ce livre.

Lors de la première lecture du *Manuel des critères et des mesures de la valorisation des rôles sociaux*, une personne devrait s'y prendre comme suit:

1. Regardez brièvement l'ensemble du *Manuel*. Remarquez que la *Table des matières* du *Manuel* présente les mesures dans le même ordre que ceux de la *Liste de contrôle* du *PASSING* et du *Formulaire de pointage de la performance d'un service*. (Vous désirez peut-être vérifier la *Liste de contrôle* et le *Formulaire de pointage* tout en feuilletant le *Manuel*.)
Observez la présentation matérielle des mesures et remarquez comment la numérotation de chaque catégorie de mesure et des mesures elles-mêmes indique leur place dans la classification. L'étude de cette numérotation dans la table des matières devrait aider à clarifier cette classification.
2. Lisez le "Lexique de la terminologie particulière au *PASSING*" (p. 21 à 36). Vous devrez probablement revoir cette section fréquemment en lisant le *Manuel*.
3. Lisez les explications sur l'importance de l'amélioration de l'image sociale (p. 51 à 64) et de l'amélioration de la compétence personnelle (p. 389 à 391).
4. Revoyez cette section que vous venez de lire sur l'imagerie et l'amélioration de l'image sociale. Maintenant, lisez toutes les mesures portant sur l'amélioration de l'image sociale, c'est-à-dire les 27 mesures et leurs introductions dont la numérotation débute par "1..." ou par "M1...".
5. Ensuite, revoyez la discussion que vous avez déjà lue sur l'amélioration des compétences personnelles. Maintenant, lisez toutes les mesures relatives à l'amélioration des compétences personnelles, soit les 15 mesures et leurs introductions dont la numérotation commence par "2..." ou "M2...".
6. Pour chacune des mesures procédez comme suit:
 - a. Lisez d'abord la section "Présentation générale" de la mesure. Cessez alors de lire puis écrivez brièvement (en une ou deux lignes) la notion en jeu dans la mesure. Par exemple, après la lecture de la "Présentation générale" de la mesure "M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage", cessez de lire et écrivez une phrase qui présente l'essentiel de cette mesure, telle que: "L'apparence de l'établissement d'un service humain doit se marier harmonieusement avec ceux du voisinage." Si vous éprouvez

quelques difficultés à résumer la section d'introduction de la mesure relisez à nouveau la "Présentation générale"; si vous continuez à avoir des difficultés, écrivez à l'éditeur afin qu'il en envisage la révision lors de la prochaine édition.

- b. Après la lecture de la "Présentation générale" de la mesure et la rédaction de votre propre résumé, voyez le "Tableau des exigences et des exemples de la mesure" et lisez l'énoncé de la notion en jeu dans la colonne intitulée "Exigence de la V.R.S. (Valorisation des Rôles Sociaux)". Vérifiez si votre résumé s'apparente à l'énoncé de cette colonne. Si c'est le cas, vous avez probablement une assez bonne compréhension du sujet de cette mesure.
 - c. Poursuivez la lecture du "Tableau des exigences et des exemples de la mesure"; remarquez particulièrement comment les "Exemples très positifs des services" sont en parallèle avec les "Exemples génériques choisis" qui sont des exemples culturellement valorisés ou pour le moins typiques. Constatez combien les "Exemples d'infraction" s'opposent aux exigences de la valorisation des rôles sociaux. Si vous êtes incertain des raisons de l'inclusion d'un exemple parmi les "Exemples très positifs" plutôt que dans les "Exemples d'infraction" ou vice-versa, essayez de revoir la colonne des "Exigences de la V.R.S.", votre résumé, ou les "Exemples génériques choisis".
Si vous ne désirez qu'apprendre le principe de valorisation des rôles sociaux et n'avez pas à utiliser le *PASSING* pour faire l'évaluation d'un service, vous pouvez sauter les étapes 6.d et 6.e et continuer au numéro 7. Si vous devez apprendre le *PASSING* afin d'évaluer un service, enchaînez avec l'étape 6.d qui suit.
 - d. Poursuivez la lecture du tableau "Recommandations pour amasser et utiliser les indices". La première colonne énumère une liste de quelques faits et principes importants à conserver à l'esprit lorsqu'il s'agit de faire l'évaluation du service. Lisez la colonne des "Quelques questions clés". Comprenez-vous clairement pourquoi il est nécessaire d'y répondre afin d'être à même de déterminer le niveau de performance du service de cette mesure? Finalement, voyez la colonne des "Quelques sources de faits et/ou données pertinentes pour la mesure", bien qu'il soit inutile d'en être très familier puisqu'il est probable que vous y référerez fréquemment lors de l'évaluation.
 - e. Continuez ensuite avec la section des "Critères et exemples des niveaux de performance". Lisez les cinq niveaux de performance et les exemples de chacun. Comprenez-vous pourquoi chacun des exemples est placé au niveau indiqué? Ne vous en faites pas si vous êtes incertain des différences entre les niveaux; ces différences s'éclairciront probablement avec la pratique.
7. Si vous étudiez le principe de la valorisation des rôles sociaux mais n'apprenez pas le *PASSING* aux fins d'évaluer un service, suivez les étapes 6.a à 6.c pour chacune des 42 mesures.
 8. Si vous apprenez le *PASSING* pour effectuer l'évaluation d'un service, suivez les étapes 6.a à 6.e pour chacune des 42 mesures.

Lorsque vous aurez complété les étapes précédentes pour chacune des 42 mesures, vous aurez probablement une assez bonne compréhension des implications de la valorisation des rôles sociaux du *PASSING*. Si vous projetez de participer à un atelier de formation au *PASSING* où vous apprendrez l'application du *PASSING* à un service, il serait utile de lire la monographie *Guidelines for evaluators during a PASS, PASSING, or Similar Assessment of Human Service Quality*, monographie qui paraîtra sous peu en français sous le titre: *Guide d'utilisation du PASS et du PASSING pour les évaluateurs*. Cependant, il y a également d'autres sources d'information sur le principe de la valorisation des rôles sociaux et de ses implications. Particulièrement, il y a dans le texte *The Principle of Normalization in Human Services* de W. Wolfensberger (Toronto: National Institute on Mental Retardation, 1972) plusieurs chapitres donnant de plus amples informations sur certains sujets particuliers: l'histoire des rôles déviants dans lesquels les personnes dévalorisées sont piégées (p. 12-25), les implications dans le domaine de la santé mentale (p.94-120), les implications pour les personnes ayant des handicaps sévères, profonds ou multiples (p. 122-135), les implications pour les services vocationnels (p. 150-163) et les implications pour l'architecture (p. 150-163). Une version révisée du chapitre sur l'architecture a paru dans M. J. Bednar (Ed.) *Barrier-Free Environments* (Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchison, & Ross, 1977)

p.135-169. Ce chapitre fut repris dans *The Normalization Principle and Some Major implications to Architectural-Environmental Design* de Georgia Association for Retarded Citizens (1978) lequel n'est cependant plus disponible.

Les auteurs remercient monsieur John O'Brien qui a élaboré le guide aux usagers du PASS, lequel a servi ici de modèle.

LISTE DE CONTROLE POUR LIRE ET REVISER LE PASSING: MANUEL DES CRITERES ET DES MESURES DE LA VALORISATION DES ROLES SOCIAUX

Cochez lorsque effectué:

- Regarder la table des matières et feuilleter le volume au complet.
- LIRE: Le lexique de la terminologie particulière à *PASSING* (p. 23 à 34).
- LIRE: Bref survol et introduction au principe de la valorisation des rôles sociaux (p. 37 à 45).
- 1 Les mesures liées principalement à l'amélioration de l'image sociale (p. 47 à 56).
- 2 Les mesures liées principalement à l'amélioration de la compétence personnelle (p. 317 à 318).
- REVOIR: Pourquoi l'amélioration de l'image sociale et l'amélioration de la compétence personnelle sont-elles les deux buts principaux de la valorisation des rôles sociaux? Comment sont-elles liées l'une à l'autre?
- LIRE: 11 Image liée à l'établissement du service (p. 57).
- 12 Image liée à la structuration des regroupements et des relations entre personnes dans le service (p. 157 à 160).
- 13 Image liée à la structure des activités et autres utilisations du temps dans le service (p. 227).
- 14 Image liée à divers autres langages, symboles et images du service (p. 257).
- REVOIR: Comment ces quatre domaines sont-ils liés l'un à l'autre? Comment diffèrent-ils l'un de l'autre? Comment chacun est-il lié à l'amélioration de l'image sociale?
- LIRE: 111 Harmonie du service avec le voisinage (p. 59).
- M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage (p. 61 à 68).
- M1112 Harmonie du programme avec le voisinage (p. 69 à 75).
- REVOIR: Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "111 Harmonie du service avec le voisinage"?
- LIRE: 112 Esthétique de l'établissement (p. 77 à 78).
- M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement (p. 79 à 85).
- M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement (p. 87 à 93).
- REVOIR: Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "112 Esthétique de l'établissement"?
- LIRE: 113 Apparence de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés (p. 95 à 96).
- M1131 Apparence extérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés (p. 97 à 103).
- M1132 Apparence intérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés (p. 105 à 111).

- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "113 Apparence de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés"?
- LIRE: ___ 114 Image de l'établissement appropriée à l'âge (p. 113).
 ___ M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge (p. 115 à 122).
 ___ M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge (p. 123 à 130).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "114 Image de l'établissement appropriée à l'âge"?
- LIRE: ___ 115 Autres aspects de l'image de l'établissement (p. 131 à 132).
 ___ M1151 Image projetée par l'établissement: proximité physique (p. 133 à 140).
 ___ M1152 Image projetée par l'établissement: histoire (p. 141 à 148).
 ___ M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes (p. 149 à 155).
- REVOIR: ___ Comment ces trois mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "115 Autres aspects de l'image de l'établissement"?
- RELIRE: ___ 12 Image liée à la structuration des regroupements et des relations entre personnes dans le service (p. 157 à 160).
- REVOIR: ___ Comment les diverses dimensions d'un regroupement social influencent-elles l'image des membres de ce groupe? Comment les relations entre les personnes agissent-elles sur l'image d'une personne?
- LIRE: ___ M121 Image projetée par la juxtaposition interprogrammes (p. 161 à 168).
 ___ M122 Potentiel d'assimilation du service dans le voisinage (p. 169 à 176).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "12 Image liée à la structuration des regroupements et des relations entre personnes dans le service"?
- LIRE: ___ 123 Image liée à la composition du regroupement des clients du service (p. 177 à 180).
- REVOIR: ___ Comment la composition du regroupement des clients influence-t-elle l'image sociale de ses membres?
- LIRE: ___ M1231 Image liée à la valeur sociale du regroupement des clients (p. 181 à 188).
 ___ M1232 Image liée à l'âge dans le regroupement des clients (p. 189 à 196).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "123 Image liée à la composition du regroupement des clients du service"?
- LIRE: ___ M124 Image liée à d'autres contacts sociaux d'intégration et relations interpersonnelles (p. 197 à 206).
- REVOIR: ___ Comment cette mesure est-elle liée à "12 Image liée à la structuration des regroupements et des relations entre personnes dans le service"? Comment est-elle liée aux autres mesures et regroupement de mesures de cette section?
- LIRE: ___ 125 Image des travailleurs du service (p. 207).
- REVOIR: ___ Comment les diverses caractéristiques des travailleurs du service et leur image influencent-elles l'image des clients qu'ils servent?
- LIRE: ___ M1251 Transfert de l'image des travailleurs aux clients (p. 209 à 217).

- ___ M1252 Appariement de l'image des travailleurs aux clients (p. 219 à 226).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées aux "125 Image des travailleurs du service"?
- RELIRE: ___ 13 Image liée à la structure des activités et à l'emploi du temps dans le service (p. 227).
- REVOIR: ___ Comment le type et la structure des activités et des programmes du service ainsi que l'utilisation du temps du client agissent-ils sur son image?
- LIRE: ___ M131 Séparation des fonctions du programme pertinente à la culture (p. 229 à 236).
- ___ M132 Image liée aux activités et horaires du programme (p. 237 à 248).
- ___ M133 Mise en valeur de l'autonomie et des droits du client (p. 249 à 256).
- REVOIR: ___ Comment ces trois mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "13 Image liée à la structure des activités et à l'emploi du temps dans le service"?
- RELIRE: ___ 14 Image liée à divers autres langages, symboles et images du service (p. 257).
- REVOIR: ___ Comment les symboles, l'imagerie et le langage utilisés dans le service peuvent-ils influencer l'image du client?
- LIRE: ___ M141 Réponse du programme à l'impression produite par le client (p. 259 à 268).
- ___ M142 Image liée aux possessions personnelles (p. 269 à 278).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures sont-elles liées à "14 Image liée à divers autres langages, symboles et images du service"?
- LIRE: ___ 143 Image liée au langage et à l'appellation (p. 279 à 280).
- REVOIR: ___ Comment le langage utilisé dans et par un service influence-t-il l'image du client? Comment un tel langage est-il lié à "14 Image liée à divers autres langages, symboles et images du service"?
- LIRE: ___ M1431 Image liée à l'appellation des clients (p. 281 à 288).
- ___ M1432 Noms de l'agence, du programme, de l'établissement et de l'emplacement (p. 289 à 300).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "143 Image liée au langage et à l'appellation"?
- LIRE: ___ M144 Image liée au financement du service (p. 301 à 308).
- ___ M145 Image liée à divers aspects du service (p. 309 à 316).
- REVOIR: ___ Comment les points touchés par ces deux mesures influencent-ils l'image des clients du service? Comment ces deux mesures sont-elles liées à "14 Image liée à divers autres langages, symboles et images du service"?
- RELIRE: ___ 2 Les mesures liées principalement à l'amélioration de la compétence personnelle (p. 317 à 318).
- REVOIR: ___ Pourquoi l'amélioration des compétences des clients du service est-elle un but important de la valorisation des rôles sociaux?
- LIRE: ___ 21 Compétence liée à l'établissement du service (p. 319).
- ___ 22 Compétence liée à la structure de regroupement du service et aux relations entre les personnes (p. 371 à 372).
- ___ 23 Compétence liée à la structuration des activités et autres utilisations du temps dans le service (p. 433).

- REVOIR: ___ Comment ces trois domaines sont-ils liés l'un à l'autre? Comment diffèrent-ils l'un de l'autre?
- RELIRE: ___ 21 Compétence liée à l'établissement du service (p. 319).
- REVOIR: ___ Comment l'environnement physique d'un service influence-t-il le développement de la compétence des clients?
- LIRE: ___ 211 Accessibilité de l'établissement (p. 321 à 322).
- ___ M2111 Accessibilité de l'établissement au client et à sa famille (p. 323 à 330).
- ___ M2112 Accessibilité de l'établissement au public (p. 331 à 338).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures relatives à l'accessibilité de l'établissement du service sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "211 Accessibilité de l'établissement"?
- LIRE: ___ M212 Disponibilité des ressources communautaires pertinentes (p. 339 à 346).
- ___ M213 Confort de l'établissement (p. 347 à 354).
- ___ M214 Caractéristiques de sécurité et de défi de l'établissement (p. 355 à 362).
- ___ M215 Caractéristiques d'individualisation de l'établissement (p. 363 à 370).
- REVOIR: ___ Comment ces quatre mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "21 Compétence liée à l'établissement du service"?
- RELIRE: ___ 22 Compétence liée à la structure de regroupement du service et aux relations entre les personnes (p. 371 à 372).
- ___ Les paragraphes en italiques en "12 Image liée à la structuration des regroupements et des relations entre personnes dans le service" (p. 157 à 159).
- REVOIR: ___ Comment le regroupement des clients dans un service influence-t-il leurs compétences? Comment les interrelations entre les personnes influencent-elles le développement des compétences des clients?
- LIRE: ___ 221 Compétence liée au regroupement des clients dans le service (p. 373 à 374).
- ___ Les paragraphes en italiques en "123 Image liée à la composition du regroupement des clients du service" (p. 177 à 179).
- ___ M2211 Compétence liée au nombre du regroupement des clients dans le service (p. 375 à 384).
- ___ M2212 Compétence liée à la composition du regroupement des clients dans le service (p. 385 à 392).
- REVOIR: ___ Comment ces deux mesures relatives au regroupement des clients dans le service sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "221 Compétence liée au regroupement des clients dans le service"?
- LIRE: ___ M222 Compétence liée à d'autres contacts sociaux d'intégration et relations interpersonnelles (p. 393 à 404).
- ___ M223 Interactions enrichissantes entre les clients, le personnel et autres personnes (p. 405 à 414).
- ___ M224 Appui du programme à l'individualisation du client (p. 415 à 424).
- ___ M225 Mise en valeur de l'identité socio-sexuelle du client (p. 425 à 432).
- REVOIR: ___ Comment ces quatre mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "22 Compétence liée à la structure de regroupement du service et aux relations entre les personnes"?

- RELIRE: ___ 23 Compétence liée à la structuration des activités et autres utilisations du temps dans le service (p. 433).
- REVOIR: ___ Comment les programmes et activités du service ainsi que l'utilisation du temps du client agissent-ils sur ses compétences?
- LIRE: ___ M231 Réponse du programme aux besoins des clients (p. 435 à 444).
___ M232 Intensité des activités et emploi efficace du temps (p. 445 à 456).
___ M233 Compétence liée aux possessions personnelles (p. 457 à 466).
- REVOIR: ___ Comment ces trois mesures sont-elles liées l'une à l'autre? Comment diffèrent-elles l'une de l'autre? Comment sont-elles liées à "23 Compétence liée à la structuration des activités et autres utilisations du temps dans le service"?

LEXIQUE DE LA TERMINOLOGIE PARTICULIERE A PASSING

Plusieurs termes et expressions se retrouvent fréquemment dans les mesures du *PASSING*. Afin que chacun comprenne et utilise précisément le *PASSING*, il est *absolument nécessaire* de se familiariser avec la signification de ces termes *tels qu'ils sont employés dans cet instrument*. Plusieurs de ces termes ont d'autres significations dans le langage usuel et plus particulièrement dans les services humains. Cependant, c'est la signification ci-dessous et seulement celle-là qui s'appliquera tout au long du *PASSING*. Le lecteur pourrait également remarquer certains termes dans le *PASSING* qui lui sont inconnus et qui ne sont pas inclus dans cette section. Le lecteur consultera alors un dictionnaire usuel. Si quelques doutes subsistaient, vous êtes priés d'en informer l'éditeur. Il est demandé aux évaluateurs de consulter fréquemment cette section afin de clarifier les diverses notions en effectuant individuellement leur évaluation et lors de la conciliation en équipe.

Les termes, énumérés en ordre alphabétique, sont précédés par une liste des principaux termes français et leurs équivalents anglais.

Principaux termes français et leurs équivalents anglais

Activités développementales	Developmental activities
Approprié à la culture	Culture-appropriate
Approprié à l'âge	Age appropriate
Client	Client
Communauté	Community
Corollaire du conservatisme	Conservatism corollary
Dévalorisation (sociale)	(Social) devaluation
Déracinement avec isolation	Isolated dislocation
Déviance ou marginalité	Deviancy
Distanciation	Distantiation
Équivalent culturellement valorisé	Culturally valued analogue
Établissement du service	Service setting
Extérieur de l'établissement	Setting exterior
Fonction domiciliaire	Domiciliary function
Générique	Generic
Immeuble	Facility
Intégration	Integration
Intérieur de l'établissement	Setting interior
Normalisation	Normalization
Normatif	Normative
Parrain ou assistant civique	Citizen advocate
Portée	Purview
Programme	Program
Regroupement de programme	Program grouping
Rôle social	Social role
Services cliniques	Clinical services
Statut social	Social status
Stigmate	Stigma
Travailleur du service	Service worker
Valorisation du rôle social ou des rôles sociaux	Social role valorization
Voisinage	Neighbourhood

ACTIVITES DEVELOPPEMENTALES Les activités développementales sont les principales méthodes permettant la croissance, l'apprentissage, le développement des personnes et leurs contributions à la culture, particulièrement en ce qui concerne leurs identités personnelles, habiletés, expériences, rôles et statuts sociaux par lesquels elles établissent et maintiennent une part importante des liens et interrelations avec leurs pairs. Les activités développementales sont extrêmement diverses et sont souvent socialement structurées et approuvées; les gens sont tenus et encouragés à y participer durant une partie importante de la journée. Dans notre culture, les activités développementales des enfants sont principalement l'éducation et, jusqu'à un certain point, le jeu; chez les adolescents et les jeunes adultes, elles portent sur l'instruction et l'éducation ainsi que sur le travail ou l'apprentissage au travail; chez les adultes, il s'agit surtout du travail, de la promotion au travail et des activités culturelles et civiques.

APPROPRIE A LA CULTURE Ce qui est généralement accepté, adopté et approuvé par la majorité des gens d'une culture donnée, selon les valeurs, les idéaux, etc. de cette culture, est dit approprié à la culture. Les éléments appropriés à la culture sont généralement précisés par les lois, les coutumes, le patrimoine, la tradition et d'autres modèles établis et non établis d'approbation sociale; ces éléments se manifestent dans les comportements, les apparences personnelles, les activités, les routines et les rythmes de la vie, l'apparence et la structure des établissements, les droits, etc., considérés comme typiques, normatifs et même valorisés par les membres de cette culture indépendamment de leur âge. Par exemple, la propreté personnelle est une caractéristique valorisée par la culture nord-américaine peu importe l'âge, la santé, la richesse, l'éducation, le sexe, etc. de la personne. La propreté personnelle est donc un aspect de l'apparence de la personne qui est approprié à la culture.

Au contraire, les comportements, les apparences personnelles, les activités, les routines et rythmes de la vie, l'apparence et la structure des établissements, etc. qui ont une valeur négative pour n'importe quel membre de la culture sont dits "inappropriés à la culture". Par exemple, la passivité complète et l'improductivité ne sont valorisées pour personne (y compris les bébés) dans la culture nord-américaine et sont donc considérées comme inappropriées à la culture.

APPROPRIE A L'AGE Selon les valeurs d'une culture donnée, est approprié à l'âge ce qui est considéré comme typique, attendu, désirable et valorisé pour les personnes d'un âge particulier. Dans les limites de ce qui est considéré comme approprié à la culture (revoir la définition ci-dessus), certains comportements, apparences personnelles, activités, droits, possessions, installations, décors, etc. sont attendus et valorisés seulement s'ils sont associés aux personnes d'un âge particulier et non chez les gens d'un âge différent. Par exemple, dans la culture nord-américaine, les petits tabliers, les bas aux chevilles, les souliers "Marie Jeanne", les barrettes et les bijoux ornés de fleurs en plastique font partie de l'apparence appropriée à l'âge des jeunes filles. Lorsque les comportements, apparences personnelles, activités...qui sont culturellement valorisés, attendus et légitimés seulement pour les personnes d'un certain âge sont associés à une personne d'un autre groupe d'âge, alors cette association est dite inappropriée à l'âge.

Pour être estimée appropriée à l'âge, toute caractéristique doit d'abord être appropriée à la culture; c'est-à-dire, qu'elle doit être valorisée au moins par certains de ses membres valorisés. Par exemple, jouer à des jeux est une activité appropriée à la culture dans la majorité des sociétés et jouer à certains jeux (ex. "Les animaux de la ferme") est considéré comme approprié à l'âge d'un certain groupe de gens (i.e., les enfants) de la culture nord-américaine mais est inapproprié à l'âge des autres groupes (i.e., les adultes). D'un autre côté, paraître nu en présence d'étrangers est inapproprié à la culture pour toutes personnes de la société nord-américaine; donc se promener nu ne sera généralement pas approprié à l'âge.

CLIENT Le client est un individu qui reçoit un service d'une agence ou d'un membre du personnel d'un service humain qui agit à titre officiel. Les clients peuvent être, par exemple, les étudiants d'un programme d'éducation, les apprentis d'un programme de formation à l'emploi, les occupants ayant un handicap dans une résidence de groupe, les personnes en consultation dans un service de counseling, etc.

Une distinction claire doit être faite entre les personnes qui bénéficient du programme du service humain, i.e., les clients, et celles qui sont là pour diverses raisons mais qui ne sont pas clients. Ainsi, lorsqu'une agence de bien-être place un enfant adoptif dans une famille qui a déjà plusieurs enfants légitimes, seul l'enfant adoptif est client de l'agence et non les autres enfants ou les parents. De même, une classe peut regrouper des étudiants ayant un retard du développement et des étudiants qui n'en ont pas; dans ce cas, tous ces étudiants sont clients du programme éducatif. Cependant, si une classe spéciale d'enfants ayant un handicap recrute des enfants sans handicap dans les autres classes de l'école afin d'agir comme bénévoles auprès des enfants handicapés à certaines heures de la journée, les enfants sans handicap ne sont pas considérés comme clients de la classe

spéciale. Si une agence d'un service de formation au travail engage des travailleurs compétents, non handicapés et n'ayant pas besoin de formation afin qu'ils travaillent comme modèles de travailleurs productifs auprès des apprentis handicapés, alors ces travailleurs sont considérés comme employés de l'agence à *moins* que la raison principale de leur présence soit de leur donner un programme de formation ou de préparation au travail intégré ou au travail en atelier de réadaptation.

COMMUNAUTE La communauté est la région géo-démographique qui est plus étendue que le voisinage (voir la définition ci-dessous), tout en l'incluant, et qui est typiquement caractérisée par un certain sentiment d'"appartenance". Habituellement, une ville, une municipalité ou un village constituent une "communauté". Cependant, parfois une partie de la région hors de la ville, de la municipalité ou du village fait partie de la communauté; par exemple, la région avoisinante d'un village rural.

Fréquemment, une des forces qui contribuent à ce sens d'appartenance est la présence d'une variété de ressources communautaires telles que le bureau de poste, les banques, les magasins et centres d'achat, les services de médecins, de dentistes et d'autres professionnels qui sont fréquentés par les membres de la communauté, lesquels n'ont pas ainsi à sortir de la région pour obtenir ces services. Dans une région urbaine comme la ville, la région elle-même ainsi que la banlieue avoisinante constitue habituellement la communauté. Cependant, certaines parties des grandes villes peuvent être elles-mêmes des communautés relativement autosuffisantes. Dans certaines régions rurales, la communauté peut être une région géographique très étendue mais avoir dans un centre une concentration de population (ex., un village) et de services.

COROLLAIRE DU CONSERVATISME Une des conséquences du principe de la valorisation des rôles sociaux est que *plus une personne ou un groupe est affaibli, diminué, dévalorisé ou risque une quelconque dévalorisation sociale, plus il importe a) d'améliorer la valeur de cette personne ou de ce groupe et b) d'éviter au moins toute action pouvant causer le moindre tort à l'image ou à la compétence de cette personne ou de ce groupe*, même si de telles actions peuvent être typiques ou valorisées par la culture. Ce corollaire a des répercussions profondes et parfois surprenantes concernant l'application du principe de la valorisation des rôles sociaux dans un service, particulièrement s'il s'adresse à des clients dévalorisés. En voici quelques exemples: dans la mesure du possible, les regroupements de personnes dévalorisées doivent être petits parce que les gros regroupements mettent en danger l'image de chacun de leurs membres; tous les éléments dévalorisés chez les membres d'un groupe ou dans l'apparence d'une personne doivent être corrigés, minimisés ou compensés par des éléments valorisants; les activités qui furent historiquement associées aux personnes dévalorisées (telles que l'utilisation d'affiches illustrant des enfants ayant un handicap lors d'une campagne de financement ou la fabrication de balais par les personnes aveugles) doivent être évitées, même si elles sont pratiquées par d'autres gens de la communauté et même si elles comportent d'autres bénéfices puisqu'elles perpétuent parfois de vieilles associations d'idées ou de vieux stéréotypes négatifs; les efforts pour améliorer les compétences des personnes aux compétences amoindries doivent être plus *intensifs* et doivent débiter lorsque ces personnes sont plus jeunes que dans le cas des personnes ordinaires puisque les compétences des personnes dévalorisées sont beaucoup plus en danger; certains noms, types d'habillement, loisirs, et occupations que les personnes valorisées peuvent utiliser ou pratiquer sans risque pour leur image doivent être évités s'ils placent l'image des personnes dévalorisées en danger parce que ces personnes ont moins de qualités positivement valorisées pour compenser ou balancer certains des problèmes de l'imagerie liée à de telles pratiques.

En d'autres mots, le corollaire du conservatisme oblige les services à "redresser les torts" afin d'améliorer l'image et les compétences de leurs clients et de les protéger ainsi contre de plus sévères amoindrissements.

DEVALORISATION (SOCIALE) La dévalorisation sociale est le processus d'attribution à une personne ou à un groupe de personnes d'une valeur moindre que celle généralement accordée à la majorité des personnes ou des groupes de personnes, habituellement, parce que la personne ou le groupe dévalorisé est perçu comme ayant certaines caractéristiques indésirables qui les distinguent des autres gens ou groupes. La dévalorisation peut être légère ou extrême et certains groupes sont donc davantage dévalorisés que d'autres. La dévalorisation des individus et des groupes peut provenir de certaines personnes, de collectivités ou même de sociétés entières et se fait pour une grande part inconsciemment, tout au moins dans la culture occidentale d'origine judéo-chrétienne. Certaines personnes et certains groupes qui sont généralement dévalorisés dans la société occidentale sont les personnes présentant un retard mental, une maladie mentale ou un trouble du comportement, les personnes âgées, les prisonniers, les gens soupçonnés d'un délit criminel, les personnes très malades, particulièrement si elles ont une maladie chronique ou terminale, les gens alcooliques ou toxicomanes, les personnes handicapées physiques ou sensorielles (handicapés visuels ou auditifs), les personnes pauvres, les gens d'une autre culture (non occidentale) tels que les immigrants, les personnes d'une minorité ethnique ou

raciale et les gens marginaux à la culture tels que les membres d'une secte religieuse vivant très différemment de la majorité. En plus de ces personnes socialement dévalorisées, chacun a presque invariablement sa propre liste de personnes qu'il dévalorise et qu'il ne voudrait pas fréquenter. Alors que les personnes appartenant à une ou à plusieurs de ces catégories sont dites "socialement dévalorisées", celles qui n'en font pas partie sont dites "typiques" ou même valorisées si elles se situent dans la partie supérieure du continuum des valeurs.

DERACINEMENT AVEC ISOLATION Il y a déracinement avec isolation lorsque l'emplacement d'un service qui devrait habituellement se situer dans un certain type de voisinage, se retrouve dans une région qui n'a virtuellement aucun voisinage. Par exemple, une résidence sera habituellement localisée dans un voisinage résidentiel; cependant, une institution résidentielle pour enfants orphelins pourrait être placée au milieu d'un champ et n'être entourée que d'autres champs et de forêts à des kilomètres à la ronde. Encore, un milieu de travail qui devrait normalement être situé dans un quartier commercial ou industriel pourrait être localisé au bord de l'océan, entouré d'eau de trois côtés et, du quatrième, d'une longue bande de sable ou de terrains inexploités. Dans ces cas, le service est non seulement déraciné (i.e., placé dans un milieu inapproprié) mais il est isolé de tout voisinage; en d'autres mots il est en situation de *déracinement avec isolation*.

Ces termes ne se rapportent pas à l'emplacement de services isolés qui sont toutefois à une distance relativement appropriée d'un voisinage. Par exemple, les services de camps, de retraites, de fermes résidentielles, de communes agraires, etc. peuvent être assez isolés, mais considérant la nature de tels services, leur isolement n'est généralement pas un déracinement.

DEVIANCE OU MARGINALITE La déviance ou marginalité est un statut social dans lequel la personne est piégée (généralement de façon inconsciente) par la société lorsqu'elle est perçue comme différente de la majorité sur une ou plusieurs dimensions considérées comme significatives par la majorité ou par ceux qui établissent les normes et lorsque ces différences dites significatives sont négativement évaluées par la majorité ou par ceux qui déterminent les normes. Par exemple, la personne ayant un handicap physique est fréquemment prise dans un statut social marginal dans notre société parce que:

- a. elle a un corps différent de ceux de la majorité des autres personnes de la société,
- b. cette différence physique est considérée comme importante et,
- c. être limité ou diminué physiquement n'est pas une condition valorisée ou souhaitée dans notre société. La déviance ou la marginalité n'est pas similaire à la différence; c'est la perception *négative* de la différence qui fait la déviance ou la marginalité. Par exemple, une personne peut avoir un quotient intellectuel de 165 et être ainsi passablement différente du reste de la population sur une dimension significative; mais être très intelligent est beaucoup plus valorisé que dévalorisé dans notre société alors qu'être peu intelligent (également une différence significative de cette dimension) est extrêmement dévalorisé.

DISTANCIATION La distanciation est la création ou l'installation d'une certaine distance entre soi et quelque chose (objet ou animal) ou quelqu'un qui est craint ou détesté. La distanciation peut être physique ou sociale. La distanciation physique se produit lorsqu'une certaine distance physique est employée par une personne ou un groupe de personnes pour se séparer de l'objet craint ou détesté. Certains exemples de distanciation physique sont la proscription, l'exil, la ségrégation et l'exclusion à l'aide de barrières physiques comme les clôtures. La distanciation sociale a lieu lorsqu'une certaine distance "mentale" ou "métaphysique" est créée, ce qui se produit fréquemment lorsqu'il n'y a pas moyen d'utiliser une distanciation physique. Des exemples de distanciation sociale sont l'avisement verbal, le traitement des humains comme des moins que rien, le déni des droits généralement accordés aux autres, l'ignorance des personnes présentes, l'évitement du contact visuel, etc.

EQUIVALENT CULTURELLEMENT VALORISE L'équivalent culturellement valorisé est une organisation sociale qui

- a. est assez fréquemment rencontrée dans le secteur valorisé de la société,
- b. est connue de la plupart des membres de la société,
- c. suscite des images positives et la confiance chez la majorité des membres de la société et,
- d. remplit un rôle valorisé et similaire à celui accompli auprès ou par les personnes dévalorisées.

A de rares exceptions près, tous les services sociaux ont des équivalents culturellement valorisés; certains services en ont même plusieurs. Ainsi, les équivalents culturellement valorisés d'une résidence pour la personne ayant un handicap peuvent être le foyer familial, le foyer adoptif, la pension de famille, l'appartement partagé par deux ou trois pairs de même âge, une "maison des femmes", le pensionnat, une personne de la parenté qui accueille une

nièce, un neveu, un petit-fils orphelin, etc. De même, les équivalents culturellement valorisés d'un service éducatif pourraient être un programme d'éducation précoce, une garderie, l'école élémentaire ou secondaire, l'université, un programme d'éducation aux adultes ou continu, un cours privé, un cours par correspondance, une formation d'apprenti, un programme combiné de travail et d'étude, etc. L'équivalent au programme de travail pour la personne handicapée pourrait être l'industrie ordinaire, le travail dans un bureau, le programme de préparation ou d'apprentissage au travail durant l'adolescence, la formation d'apprenti, etc. Un équivalent culturellement valorisé à un programme de counseling serait les conseils informels d'un ami, d'une personne âgée, d'un prêtre, etc. Pour la "popote roulante" (repas à domicile) ce pourrait être le voisin qui apporte le repas à son voisin malade, etc.

Jusqu'à présent, le seul type de "service" pour lequel on n'a pas trouvé d'équivalent culturellement valorisé est la prison. Cependant, même pour la prison, une alternative plus valorisée peut être pour certaines personnes une supervision sociale intensive plutôt que l'isolation physique totale, la ségrégation et la détention.

ETABLISSEMENT DU SERVICE *L'établissement du service est l'emplacement où se donne le service, y compris a) la région ou le site géographique qu'il possède et où il est situé, b) tout immeuble(s) (voir la définition plus loin) et annexe(s) qu'il comprend, c) les terres ou terrains autour de l'immeuble et d) les clôtures ou murs qui l'entourent et lui appartiennent, les enseignes sur l'immeuble ou le terrain, etc.* L'établissement d'une école inclurait l'immeuble et son terrain, possiblement d'autres immeubles (ex. une bibliothèque ou une annexe de classes), les terrains de stationnement et les terrains de jeux ou d'athlétisme. L'établissement d'un programme résidentiel situé dans un édifice à appartement pourrait comprendre tout l'immeuble, son stationnement, sa piscine extérieure, le terrain gazonné, etc. Cependant, certains établissements de service ne comprennent que l'immeuble ou le terrain et non les deux. Par exemple, un service dans une région peuplée peut se situer dans un immeuble sans aucun terrain adjacent et être à peine séparé des autres immeubles. De même, il est concevable que certains services (ex. camping, loisirs) puissent avoir de vastes terrains mais aucun immeuble. L'établissement est habituellement et visiblement bien délimité par des frontières naturelles, artificielles et/ou légales.

L'établissement du service humain peut être petit comme une petite maison, grand tel qu'un campus d'une institution ou même très grand comme un camp de vacances d'été qui occuperait l'espace d'un parc.

EXTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT L'extérieur de l'établissement est constitué de tous les aspects visibles à un observateur sans qu'il entre dans l'immeuble. (S'il n'y a pas d'immeuble, l'établissement n'a qu'un extérieur.) L'extérieur de l'établissement ne comprend pas les éléments intérieurs de l'immeuble qui ne sont pas visibles de l'extérieur ni les éléments extérieurs à l'immeuble qui ne sont accessibles que par l'intérieur, comme une cour intérieure.

L'extérieur de l'établissement sera donc habituellement composé de

- a. l'extérieur de l'immeuble, y compris les modifications, rénovations, rajouts et autres éléments comme les enseignes, etc. qui sont visibles de l'extérieur à l'observateur,
- b. les terrains ou lieux où est ou sont situé(s) le ou les immeubles (même s'ils sont très étendus et ne sont pas entièrement visibles à partir de ses limites), y compris les éléments qui appartiennent, sont quasi permanents ou reposent sur les lieux, sauf l'immeuble lui-même, tels que les aménagements paysagés, les terrains de stationnement, les entrées de garage, les chemins, les trottoirs, les allées, les pelouses, les jardins, les clôtures, etc.,
- c. toute partie intérieure de l'immeuble *visible de l'extérieur*, telle que la décoration intérieure des fenêtres.

Parfois, l'extérieur de l'établissement peut être si étendu qu'il n'est pas entièrement visible au passant ou à l'observateur du périmètre de l'établissement. Des exemples peuvent en être les camps ou les institutions aux terrains si vastes qu'il est difficile de voir entièrement sans y entrer quelque peu. D'autre part, le public peut ne pas voir ou à peine l'établissement du service parce qu'il est entouré d'une barrière quelconque qui le cache; par exemple, une prison complètement entourée d'une très haute clôture de pierres. En de tels cas, l'extérieur de l'établissement comprend tout de même tout ce qui est extérieur à l'immeuble (s'il y a lieu) ainsi que l'extérieur de l'immeuble lui-même. Dans les exemples précédents, l'extérieur de l'établissement du camp est constitué de tous les terrains, sauf les immeubles tels que les cabines; tous les terrains, champs et chemins, etc. de l'institution composent l'extérieur de l'établissement, sauf l'intérieur de l'immeuble institutionnel; les murs clôturant la prison, l'extérieur de la prison et les espaces entre eux constituent l'extérieur de l'établissement.

Souvent, un service n'occupe pas l'établissement au complet. C'est le cas lorsqu'un service

- a. occupe seulement l'un des nombreux immeubles sur les mêmes terrains ou le même lieu (par exemple, un des immeubles d'une institution),
- b. est l'un des occupants d'un immeuble (comme un appartement dans un immeuble à logements) ou encore
- c. est le seul occupant de l'immeuble ou des lieux mais n'en n'utilise pas tout l'espace disponible.

Cependant, l'image des clients sera touchée par l'apparence de l'établissement en entier, y compris ses divers éléments ou parties, parce que l'observateur ne pourra pas vraisemblablement ne s'attarder consciemment qu'aux divers éléments pertinents du service, en excluant les autres de sa vision; de plus, il ne pourrait probablement pas le faire même s'il le voulait. Également, l'apparence extérieure de l'établissement du service projetée à l'observateur une image de ses clients avant même qu'il ne connaisse la partie de l'établissement occupée par le service. En d'autres mots, la plupart des observateurs se formeront probablement une interprétation inconsciente des clients en fonction des impressions qu'ils auront de l'établissement au complet ainsi que de chacune de ses parties. Aussi, aux fins du *PASSING*, lorsque les évaluateurs évalueront un programme situé dans une partie seulement d'un plus large établissement, l'apparence extérieure de l'établissement au complet sera visée pour toutes les mesures de l'apparence extérieure; alors que dans le cas des mesures portant sur l'intérieur de l'établissement, les seuls éléments de l'établissement qui seront évalués seront ceux effectivement utilisés par le programme.

FONCTION DOMICILIAIRE La fonction domiciliaire est cet aspect de la vie caractérisé par le fait d'habiter à quelque part, habituellement à un endroit en particulier. Au minimum, la fonction domiciliaire implique l'accessibilité à un endroit où on peut dormir de façon régulière et est généralement synonyme de l'endroit où "on vit". La fonction domiciliaire peut avoir lieu

- a. à un endroit stable et à long terme, dans ce qui serait considéré comme la résidence de la personne ou
- b. à un endroit de passage et relativement à court terme.

Par exemple, les dortoirs d'un collège permettent la fonction domiciliaire alors que les hôtels, motels, auberges, camps, etc. le font rarement. Indépendamment qu'elle soit à court ou à long terme, la fonction domiciliaire se vit de façon culturellement typique et à un endroit en particulier tel que sa propre maison, celle d'une autre personne ou même celle d'une agence. En plus de la fonction domiciliaire, le citoyen typique participe à diverses autres fonctions sociales distinctes et cohérentes telles que celles de l'éducation, du travail rémunéré, des loisirs, des activités religieuses et autres.

GENÉRIQUE Est générique tout ce qui est disponible à chacun qui le désire ou en a besoin, sans que ce soit destiné ou approprié strictement à une personne ou à un groupe spécial, ni utilisé seulement par eux ou seulement conçu pour eux. Le terme est habituellement lié aux ressources ("des ressources génériques") ou aux services ("des services génériques"). Les ressources génériques comprennent par exemple les banques, les magasins, les centres de loisirs ou de spectacles, les églises, plusieurs bureaux gouvernementaux, les bureaux de poste, le transport en commun, les parcs publics, etc. Certains services humains peuvent eux-mêmes être des ressources génériques, tels que les professionnels, les agences ou organismes de la santé, d'éducation, d'embauche, etc. qui servent les citoyens en général plutôt qu'un groupe-cible (dévalorisé). Des exemples de ressources génériques typiques aux services humains peuvent être les écoles publiques, plusieurs services d'éducation aux adultes ou de formation au travail, les avocats, les dentistes, la plupart des médecins en pratique privée, la plupart des hôpitaux, les centres de main-d'oeuvre publics, les collèges, etc.

Un service n'est pas générique s'il s'adresse seulement à un groupe particulier de personnes comme le seraient un programme de travail pour personnes adultes ayant un retard mental, un programme de loisirs de fin de semaine pour les résidents d'une institution pour personnes âgées ou un programme carcéral d'intégration au marché du travail.

IMMEUBLE L'immeuble est le bâtiment ou l'édifice qui abrite le service, y compris les annexes, enseignes, etc. qui lui sont attachées. Cependant, le terrain autour de l'immeuble ne fait pas partie de celui-ci (voir la définition d'établissement de service ci-haut). Tous les services ne sont pas situés dans un immeuble bien qu'ils soient toujours dans un établissement.

INTEGRATION Il y a intégration lorsque les gens participent publiquement les uns avec les autres dans des activités, en des lieux et en quantité culturellement normatifs (voir la définition de "normatif" plus loin). Ce terme sert principalement à désigner l'inclusion et la participation de personnes dévalorisées avec celles qui ne le sont pas. L'intégration peut être d'inexistante à considérable et peut être physique et sociale.

L'*intégration physique* est la présence physique d'une ou de plusieurs personnes (dévalorisées) dans les établissements, les situations et lors d'activités ordinaires où des gens non dévalorisés sont également présents; cependant, une telle intégration physique ne signifie pas nécessairement que la ou les personnes dévalorisées interagissent avec celles non dévalorisées. Par exemple, un groupe d'enfants handicapés peut être physiquement intégré dans une école générique d'enfants et bien que les enfants partagent les mêmes lieux et participent peut-être bien aux mêmes activités (les assemblées d'école, activités sportives), les enfants handicapés peuvent ne pas avoir d'interrelations sociales véritables avec leurs pairs non handicapés.

D'un autre côté, l'*intégration sociale* consiste en la participation de la ou des personnes (dévalorisées) avec les citoyens non dévalorisés aux interactions et interrelations sociales qui sont culturellement normatives en quantité et en qualité, qui ont lieu lors d'activités normatives et dans des établissements et contextes valorisés ou au moins normatifs. Ainsi, l'intégration sociale va plus loin que la simple présence de personnes valorisées et dévalorisées en un même lieu.

INTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT L'intérieur de l'établissement est la partie de l'établissement du service qui n'est visible à l'observateur qu'à son entrée dans l'immeuble. Ainsi, l'intérieur de l'établissement comprendra habituellement

- a. des pièces, des corridors, des escaliers, des murs intérieurs, des planchers et plafonds, des portes et fenêtres, des armoires et rangements, ainsi que d'autres espaces intérieurs tels que les sous-sols et greniers,
- b. certains prolongements privés, intérieurs sans être "dedans" l'immeuble, tels que certaines lucarnes difficilement vues de l'extérieur, les patios, cours ou terrasses entourés, les garages intérieurs, etc. et
- c. tous autres prolongements de l'immeuble du service dans lequel l'observateur doit pénétrer pour les voir.

Lorsqu'un service a un établissement mais n'a pas d'immeuble, l'établissement est alors considéré comme n'ayant qu'un extérieur et, aux fins de l'évaluation du *PASSING*, il n'y a pas d'intérieur. Toutes les mesures qui ne sont applicables qu'à l'intérieur de l'établissement ne seront pas utilisées (voir la section sur le calcul au pro-rata dans le *Guidelines*).

Lorsqu'un service n'occupe qu'une partie d'un immeuble (par exemple, une salle d'une aile d'une grande institution psychiatrique), les évaluateurs n'appliqueront les mesures de l'intérieur de l'établissement qu'aux parties intérieures de l'établissement effectivement utilisées par le programme évalué et par ses clients.

NORMALISATION Le terme utilisé pour conceptualiser le principe qui a précédé la *V.R.S.*, et qui est maintenant remplacé par la *V.R.S.*

NORMATIF est normatif ce qui n'est pas perçu ou vécu par les membres de la société comme étant bizarre, curieux, étrange ou attirant l'attention de façon inhabituelle parce que:

- a. c'est culturellement typique, conventionnel et habituel dans la société (ex. typiquement, les hommes portent un pantalon dans notre culture); et/ou,
- b. selon nos expériences culturelles typiques, le phénomène fait partie de ce qu'on attend ou correspond à une norme souhaitée, même si cette norme n'est que rarement réalisée ou atteinte (ex. c'est une norme chez les adultes de voter à chaque élection, bien que ce ne soit pas fait par tous).

Normatif ne signifie pas nécessairement,

- a. normal, si pour diverses raisons, il n'y a pas de consensus sur le concept de normalité,
- b. bon ou mauvais, moral ou immoral puisque certaines choses dans une culture peuvent être typiques ou même culturellement valorisées bien que jugées immorales par plusieurs personnes,
- c. être ou agir comme tout le monde, parce que dans toutes cultures, il y a une variété de comportements typiques et acceptables et que les différents membres de cette culture peuvent se comporter de façon fort diverse tout en restant normative ou,
- d. être empêché de choisir, parce que, au moins dans la culture nord-américaine, l'indépendance et la liberté de choix de l'individu sont elles-mêmes culturellement valorisées.

PARRAIN OU ASSISTANT CIVIQUE *Le parrain ou l'assistant civique est un citoyen bénévole, volontaire, avec peu ou pas de conflit d'intérêt, qui n'est pas dirigé par l'agence évaluée et qui s'intéresse, représente et défend les intérêts et les besoins de la personne en besoin.* La personne représentée par un parrain ou l'assistant civique est appelée le "protégé". Le parrain civique peut être un parent, un ami, une personne de la communauté, un tuteur ou curateur légalement désigné, etc. Habituellement, il est engagé et appuyé par un bureau d'assistance civique indépendant (particulièrement de l'agence évaluée) dont le but est de trouver et de jumeler les parrains avec les personnes en besoin. Cependant, une personne peut jouer un rôle de parrain ou d'assistant personnel sans avoir été désignée officiellement comme parrain civique par un bureau de parrainage civique.

Les parrains ou assistants civiques ne sont pas comme les bénévoles d'un service parce que habituellement les bénévoles représentent moins les besoins des clients que ceux de l'agence de service. Souvent, il leur est demandé d'aider le personnel dans ses tâches ou de compléter certains travaux administratifs. Même si un bénévole du service peut s'occuper des clients, il doit en prendre habituellement plusieurs en charge; même s'il en prend un à la fois, ce ne sera souvent pas le même d'une fois à l'autre. De plus, ces bénévoles sont dirigés jusqu'à un certain point par l'agence, alors que l'assistant civique est un citoyen indépendant dont la relation avec la personne handicapée est libre des conflits d'intérêt qui se présenteraient s'il était rémunéré ou si l'agence qui sert le client avait quelque contrôle sur lui. C'est la raison pour laquelle les travailleurs du service affectés au parrainage des clients (et qui porteraient plutôt le titre de "parrain-maison" ou "parrain-travailleur") ne peuvent être considérés comme parrains ou assistants civiques.

PORTEE *La portée est l'étendue ou les limites de l'influence, de l'autorité, de la compétence, de la responsabilité ou de l'intérêt qui serait généralement perçu comme approprié et/ou convenablement confié à un service particulier concernant la vie de ses clients.* Différentes portées impliquent habituellement différents types de relations légitimes, possiblement même d'autorité et de contrôle envers le client. Par exemple, un service téléphonique de counseling lors d'état de crise ne sera pas perçu comme ayant dans sa portée la responsabilité de donner des repas chauds alors que la salle d'urgence d'un hôpital sera perçue comme ayant pertinemment la portée de donner des services médicaux d'urgence. La plupart des services résidentiels auront une autorité considérable envers les comportements des clients en ces lieux. Certains services, tels que divers services psychiatriques, auront même l'autorité légitime d'empêcher certains clients de quitter l'établissement, ce qui n'est habituellement pas le cas des services ayant des portées différentes tels que les programmes récréatifs, les programmes d'éducation aux adultes, les services de transport, etc.

Afin de préciser quelle serait la portée pertinente d'un service pour les personnes dévalorisées, il est important d'examiner le service équivalent pour les personnes valorisées dans la culture. Ainsi, la portée d'un foyer de groupe pour enfants perturbés sera similaire à celle d'une famille normative ou d'un foyer adoptif; la portée d'un service de travail pour des adultes handicapés sera similaire à celle des commerces ou industries types, etc. Cependant, cela *ne signifie pas* qu'un service pour les personnes dévalorisées ne doit jamais exercer davantage d'autorité, de contrôle, de responsabilité, etc. que ne le feraient ses équivalents culturellement valorisés. Par exemple, une résidence type pour personnes adultes valorisées (telle qu'un appartement partagé par plusieurs hommes célibataires et ayant un emploi) ne peut pas, selon sa portée, déterminer ce que tous les résidents feront, le soir, de leurs loisirs, quels vêtements ils devraient être encouragés ou découragés de porter, etc. Ce sera plutôt à chacun des résidents de l'appartement de faire ces choix. Cependant, un service résidentiel pour adultes aux compétences amoindries (comme foyer pour adultes ayant un retard mental) peut avoir dans sa portée le devoir de contrôler (ou d'exercer une influence importante sur) ces éléments et possiblement d'autres de la vie de ses clients.

PROGRAMME *Un programme est une activité réalisée par une agence (au sens large) de service humain afin d'aider, de faciliter ou de pourvoir à une fonction particulière dans la vie de ses clients.*

Habituellement, les programmes des services humains

- a. ont une structure bien définie (en ce qui concerne le temps, les lieux, les intervenants et les rôles),
- b. sont exécutés par des schèmes et routines de comportements et d'activités bien identifiables,
- c. tendent à viser des besoins, des problèmes et/ou des groupes de personnes supposées similaires,
- d. ont des buts et intentions précisés ou tout au moins implicites ou souhaités et,
- e. sont relativement acceptés par le public, le personnel et les clients. Par exemple, un programme résidentiel pourra fournir à certaines personnes une place pour vivre dans laquelle certains comportements et activités doivent avoir lieu; un programme éducatif pourrait être un endroit

pour aller à l'école, cinq jours par semaine, et apprendre certaines choses en petit groupe avec des gens du même âge; un service qui permet, le jour, à des adultes des activités productives et rémunérées est un programme de travail, etc.

Certaines agences de service ne donnent qu'un seul programme ou un seul type de programme alors que d'autres fournissent plusieurs programmes ou plusieurs types de programmes. Par exemple, une agence de services résidentiels peut n'offrir qu'un type de services, soit des services résidentiels, mais dispenser plusieurs programmes de ce type, tels qu'une résidence de groupe pour enfants, une série d'appartements partagés pour adultes, une résidence de groupe pour adolescents, une maison de santé pour personnes âgées, etc. D'un autre côté, une organisation communautaire de santé mentale peut offrir plus d'un type de programmes, tels qu'un centre de jour pour adultes, une résidence, un programme éducatif pour enfants et adolescents, un programme de counseling, une clinique de médication psychoactive et un programme d'autonomie personnelle pour adultes.

Un programme n'est pas l'établissement (il peut y avoir plusieurs programmes dans un établissement et, moins fréquemment, plusieurs établissements peuvent servir au même programme), l'agence (une agence peut dispenser plusieurs programmes), un nom (les noms peuvent ne pas indiquer la nature réelle ou le nombre de programmes), l'âge des clients (un programme peut servir à des gens d'âge varié) ou les caractéristiques des clients (des personnes ayant des caractéristiques différentes peuvent recevoir le même programme)

REGROUPEMENT DES CLIENTS DU PROGRAMME *Le regroupement des clients du programme est l'ensemble des clients choisis et/ou rassemblés pour recevoir un programme particulier. Les regroupements peuvent être composés d'une seule ou de plusieurs personnes. Un regroupement peut être divisé en plus petits regroupements, nommés "sous-regroupements", des clients du programme. Des exemples de regroupements et de sous-regroupements sont: dans une résidence de groupe pour adultes handicapés, le regroupement des clients du programme se compose des adultes handicapés qui y vivent; dans une école pour enfants, le regroupement des clients du programme est composé de l'ensemble des élèves et chacune des classes de l'école constituerait un sous-regroupement du programme; dans un programme d'alphabétisation, le regroupement des clients du programme serait tous les adultes qui reçoivent ce programme, et des sous-regroupements pourraient être chacun des adultes recevant l'enseignement individualisé d'un instructeur; dans un atelier de travail, le regroupement des clients du programme est composé des apprentis ou travailleurs handicapés de l'atelier et il peut y avoir des plus petits sous-regroupements du programme pour certains postes de travail; dans une maison de santé pour personnes âgées, le regroupement des clients du programme se compose des résidents de la maison de santé et les sous-regroupements sont composés des personnes placées dans les différents départements selon la sévérité de leur état; dans une institution, le regroupement des clients du programme consiste en tous les résidents et il peut y avoir des sous-regroupements (tels qu'une unité d'enfants et une unité d'adultes) qui peuvent être encore subdivisés (par départements, par ailes, par planchers), etc. Ce ne sont pas tous les programmes, même s'ils sont très gros, qui ont des sous-regroupements alors que parfois même les petits programmes en ont.*

Les clients peuvent être servis dans une série de regroupements dans un même programme. Par exemple, dans une école secondaire, les clients sont divisés en regroupements par années (étudiants de secondaire-1, de secondaire-2...) et sont de plus subdivisés en sous-regroupements selon les matières (chimie, langue, etc.). En fait, il est fréquent dans les programmes éducatifs de sous-regrouper et de sérier les clients dans le regroupement des clients du programme.

Les regroupements et sous-regroupements ne sont composés que des clients du service; les travailleurs du service, les clients et le personnel des autres services et les gens du public ne font pas partie du regroupement des clients du programme évalué.

ROLE SOCIAL *Le rôle social est un modèle de comportement socialement attendu et habituellement défini afin de faciliter la réalisation de(s) fonction(s) particulière(s) qui sont généralement attribuées à ou assumées par un individu et qui reflètent partiellement le statut social de cette personne. Les rôles sociaux offrent des attentes, des tâches, des responsabilités et des privilèges à la personne qui les remplit. Par exemple, on s'attend à ce que le rôle social de "mari" soit tenu par un homme adulte, que les hommes adultes ayant ce rôle soient responsables d'aider à fonder et à approvisionner une famille et qu'ils puissent profiter des privilèges d'une relation maritale et parentale. Ordinairement, les personnes dont le rôle social est le plus élevé et qui sont le plus valorisées socialement auront davantage de choix de rôle social. Par exemple, les personnes valorisées peuvent habituellement choisir le travail qu'ils désirent faire, s'ils désirent se marier, quels vêtements ils vont porter, etc. D'un autre côté, les personnes ayant un statut social inférieur ou qui sont socialement dévalorisées se font souvent imposer un ou des rôles sociaux.*

SERVICES CLINIQUES Les services cliniques sont les procédés d'aide, d'assistance ou de soin octroyés directement à la personne plutôt qu'indirectement (ex. par l'administration, la transmission informatique de chèques, la consultation interprofessionnelle, la formation du personnel, etc.). Un service clinique n'implique pas que le service dispensé directement au client le soit dans un établissement nommé ou fonctionnant comme clinique ou centre médical, mais qu'une interaction personnelle ait lieu entre le travailleur du service et le client.

Les services cliniques ou directs comprennent des choses telles qu'enseigner, dans son sens le plus large; la physiothérapie; la plupart des diagnostics et traitements médicaux; conseiller et donner un soutien, de l'encouragement, une direction, une formation de l'égo; donner de la compagnie, de l'affection et de l'amour; suppléer, c'est-à-dire aider une personne à accomplir des tâches ou à surmonter des défis physiques ou psychiques, par exemple, fournir un fauteuil-roulant pour que la personne se déplace d'un lieu à l'autre, ou lire pour une personne aveugle ou analphabète. Les personnes qui rendent des services cliniques ou directs dans les établissements de service humain peuvent être les médecins, les infirmières et aides-infirmières, les éducateurs, les professeurs et professeurs adjoints, les conseillers, les psychologues, les psychiatres, pourvu que ces personnes remplissent leurs rôles en interagissant directement avec la personne en besoin, plutôt qu'à titre de superviseur ou pour préparer les employés du service à travailler avec le client.

STATUT SOCIAL Le statut social est la position ou le rang perçu de la personne, en relation avec les autres dans une hiérarchie de prestige social. Le statut social est déterminé par des standards prédominants et largement reconnus (bien que non nécessairement exprimés) par la majorité des membres de la société. Les gens à qui sont attribués les statuts sociaux supérieurs sont valorisés, considérés comme importants et reçoivent le respect, le pouvoir, les privilèges et les facilités; les personnes ayant un statut social inférieur sont perçues et traitées comme étant de moindre valeur, sans importance, sans pouvoir, indignes et même, dans les cas extrêmes, comme étant non récupérables, sans droits, sans expériences, ne pouvant participer, etc. comme cela va de soi pour les personnes au statut social supérieur.

Le statut social perçu d'une personne peut varier selon les groupes auxquels elle appartient ou participe. Par exemple, bien qu'une personne puisse avoir un statut social inférieur dans la société en général, elle pourrait avoir un statut social supérieur dans un sous-groupe social, tel qu'une sous-culture ethnique, une école, une prison, sa famille, etc. Cela est rendu possible parce que les standards qui déterminent le statut social de la personne peuvent varier selon les sous-cultures sociales.

STIGMATE Un stigmat est une marque visible ou apparente qui indique que la personne est dévalorisée ou a une certaine caractéristique ou une identité socialement dévalorisée. Les stigmates sont habituellement bien visibles ou évidents; par exemple, les difformités physiques, les cicatrices faciales et autres défigurations, la couleur de la peau, une démarche traînante, des vêtements sales, en loques, non ajustés, non appropriés au sexe ou à l'âge de la personne, une tenue mal soignée, des manières et des gestes stéréotypés ou bizarres tels que l'automutilation. Les stigmates peuvent également être entendus ou sentis; par exemple, une personne peut murmurer ou crier sans cesse, ou avoir mauvaise odeur. Parfois un stigmat n'indique pas seulement que la personne est dévalorisée mais également à quel groupe dévalorisé elle appartient, c'est-à-dire, selon qu'elle a une dépendance à l'alcool ou à une drogue, qu'elle a un retard mental, etc.

TRAVAILLEUR DU SERVICE Le travailleur du service est toute personne chargée par une agence de service humain d'effectuer, de réaliser ou d'appuyer la (les) fonction(s) du service auprès de ses clients, à temps partiel ou à temps plein et qui est

- a. soit payée par le service ou,
- b. soit essentiellement contrôlée par le service, même si elle n'est pas payée.

Les travailleurs payés du service seront habituellement les personnes telles que les intervenants de première ligne et les intervenants cliniques (travailleurs sociaux, parents substitués payés, professeurs, conseillers en réadaptation), le personnel de l'entretien, les employés cléricaux, les superviseurs de programme, les administrateurs et les directeurs. Cependant, les travailleurs du service incluent également les personnes parfois appelées "volontaires" par l'agence même si elles reçoivent en fait un certain paiement (même s'il est très minime) pour leur travail. Par exemple, dans plusieurs services pour les enfants ayant un retard mental, il y a des personnes âgées, désignées "grands-parents substitués", qui sont appariées par le service avec les enfants afin de les accompagner dans leur déplacement, d'appliquer la programmation à l'enfant, de lire pour l'enfant, de donner la camaraderie et l'affection dont l'enfant a besoin, etc. Ces gens sont fréquemment appelés "volontaires" bien qu'ils reçoivent un salaire minimum pour ce travail à temps partiel. Dans le *PASSING*, ces personnes sont considérées comme travailleurs dans le service.

D'autres travailleurs dans le service peuvent ne pas être payés par le service, mais leurs actions peuvent être néanmoins fondamentalement et considérablement contrôlées par le service. Par exemple, dans un programme de popote-roulante géré par une église, les cuisiniers et les livreurs, qui accompagnent aussi le client lors de son repas, peuvent être volontaires. Cependant, ces personnes chargées de réaliser la mission du service sont virtuellement contrôlées par le service (ex. pour les heures de service, les démarches à effectuer, etc.) et sont donc considérées comme travailleurs du service. La majorité des volontaires des services (sauf habituellement les parrains civiques) font partie de cette catégorie.

Il peut y avoir certains travailleurs du service évalué qui sont payés et/ou contrôlés par une autre agence (ex. les inspecteurs ou vérificateurs d'une agence de contrôle externe, les aumôniers ou autre personnel religieux employés d'une église mais délégués pour célébrer l'office religieux pour les clients). Aux fins du *PASSING*, de telles personnes ne seront pas considérées comme travailleurs du *service évalué*, mais membres du public.

Dans certains cas, un service emploie des clients d'un autre service (ex. les élèves d'une autre classe ou école) pour aider le personnel à superviser ses clients. Aux fins du *PASSING*, de telles personnes sont considérées comme travailleurs dans le service parce que leur service est contrôlé par le programme qui est évalué. Cependant, dans d'autres cas, un service peut employer des clients du programme évalué pour effectuer des tâches que ferait généralement le personnel auprès d'autres clients du *même* programme (ex. les forçats bien notés). En de tels cas, ces personnes ne sont pas considérées comme travailleurs mais comme clients (voir la définition de "client").

VALORISATION DES ROLES SOCIAUX La valorisation des rôles sociaux est l'utilisation de moyens culturellement valorisés pour permettre aux personnes (socialement dévalorisées) d'obtenir et de conserver des rôles socialement valorisés. La valorisation des rôles sociaux implique à la fois l'atteinte de buts (la valorisation des rôles sociaux des personnes) et l'utilisation de moyens valorisés pour atteindre ces buts. Afin d'obtenir et de conserver des rôles sociaux valorisés, les personnes dévalorisées doivent avoir des conditions de vie (services de logement, de travail et de revenu, de santé et d'éducation) au moins aussi bonnes que celles du citoyen ordinaire et, dans la mesure du possible, leurs compétences, apparences, expériences, statuts et réputations aux yeux de la société doivent être améliorés et soutenus. La valorisation des rôles sociaux a de nombreuses conséquences, certaines très vastes et d'autres très spécifiques, du niveau le plus élevé de la société jusqu'au niveau individuel; ces conséquences sont davantage expliquées dans les mesures de ce volume.

VOISINAGE Le voisinage est la région autour du service (excluant le service) à une distance raisonnable de marche pour un adulte en bonne condition physique. Même si le service et son établissement sont très grands, le voisinage est cette région à distance raisonnable de marche *en dehors* des terrains du service.

NOTE DE WOLF WOLFENSBERGER SUR LA TERMINOLOGIE

Le problème des termes à utiliser lorsqu'il est question des personnes socialement dévalorisées est inévitable. La théorie de la normalisation est en grande partie responsable de cette conscientisation dans les années 70. Mais il est parfois arrivé que des personnes frôlent l'absurde en essayant à tout prix d'éliminer toute connotation négative. Certaines personnes insistent pour utiliser les euphémismes les plus nébuleux qui ne veulent rien dire, même quand il est nécessaire d'indiquer la nature de la déficience ou de l'incapacité d'une personne. Une autre absurdité est la convention qui consiste à ne jamais utiliser un adjectif pour désigner une incapacité ou un état, mais plutôt d'en faire un attribut. Par exemple, les gens n'aiment pas l'expression "personne déficiente mentale" et préfèrent utiliser l'expression "personne qui est déficiente mentale". Si les intentions qui sous-tendent ces pratiques sont louables, il n'en demeure pas moins qu'elles sont un affront à l'usage conventionnel de la langue, puisque nous ne les utilisons pas dans d'autres contextes. Par exemple, on dit que quelqu'un est "blond" plutôt qu'un "homme qui est blond." De plus, il est plus approprié de dire "personnes handicapées" que "personnes ou individus qui sont handicapés" puisque l'on parle d'un groupe de personnes, plutôt que d'un membre spécifique de ce groupe. Une troisième absurdité est de dire que des personnes "ont" une condition, comme dans personnes qui "ont un retard mental". En plus d'être une tournure de phrase artificielle, cela transmet l'impression qu'une incapacité est quelque chose que l'on a, tel un rhume ou un cancer.

Enfin il existe une intense controverse quant aux façons appropriées de qualifier les personnes que nous avons nommées, au cours des récentes décennies, les personnes retardées mentalement. Je n'aime pas (mais pourrais à la limite supporter) les plus récentes expressions telles que "déficience intellectuelle" ou "handicap intellectuel" parce que le retard mental englobe beaucoup plus que l'intellect. Par exemple, il atteint habituellement aussi la volition. Je n'aime pas non plus l'expression selon laquelle une personne "présente" une condition quelconque, tel un retard mental, parce que cette terminologie s'inspire du domaine médical et projette un rôle de malade. Je n'aime pas non plus le terme "déficience" parce qu'il prend ses origines de la théorisation honteuse de l'eugénisme. Cependant, puisqu'il ne semble pas y avoir d'alternative parfaite, je crois que l'on peut accepter un "moindre mal", ce qui, dans le français contemporain, semble être "déficience mentale", quoique je considère ce terme inférieur à "retard mental", et c'est la raison pour laquelle je l'utilise dans le *PASSING*, tant dans sa version anglaise que française.

11 IMAGE LIEE A L'ETABLISSEMENT DU SERVICE

Tout autant que les autres aspects d'un service humain, les diverses caractéristiques de l'établissement (physique) peuvent influencer l'image des personnes qui utilisent les services qui y sont offerts ou qui y sont gérés. L'établissement d'un service est tellement identifié avec le service lui-même que les personnes qui en entendent le nom en imaginent presque automatiquement l'image. Puisque l'association est si forte entre le service et l'établissement dans lequel il est situé, il est très important que l'établissement ait la meilleure image possible. Les services donnés dans un établissement ayant une image positive conféreront aux clients des images positives (ou tout au moins ne causeront pas de préjudice à leur image), alors que les services situés dans un établissement ayant une image négative ne pourront que causer du tort à l'image de leurs clients, particulièrement si ces clients sont déjà dévalorisés ou à risque de l'être. Même si l'attribution des images de l'établissement à ses usagers se fait inconsciemment, elle est néanmoins très influente.

Les images et significations communiquées par l'extérieur de l'établissement sont largement déterminées par les normes et coutumes locales alors que les images et significations transmises par l'intérieur de l'établissement sont davantage déterminées par des normes culturelles ou sociales plus grandes. Par exemple, une architecture extérieure de style espagnol est beaucoup plus courante en certains milieux d'Amérique du Nord qu'en d'autres; dans certains quartiers très riches, il peut être typique que certaines maisons soient entourées de hautes clôtures de pierres ou de sécurité; certains complexes domiciliaires ou certains développements résidentiels peuvent être caractérisés par un style très particulier ou même par l'utilisation de certains matériaux qui se retrouvent rarement à d'autres endroits. D'un autre côté, il y a peu de différence dans la composition des intérieurs en Amérique du Nord; les cuisines se ressemblent beaucoup et seraient facilement identifiées comme telles partout en Amérique du Nord, tout autant que les chambres, etc.

Plusieurs caractéristiques de l'établissement projettent des messages concernant les statuts, les rôles, les compétences, les ressemblances aux gens valorisés et diverses autres caractéristiques de ses usagers. Ces caractéristiques portent sur: a) l'harmonie de l'établissement et des programmes du service avec le voisinage où il est situé, b) l'esthétique de l'établissement, c) la similarité de l'apparence de l'établissement avec les établissements offrant des programmes équivalents aux personnes valorisées, d) l'image de l'âge des clients projetée par l'apparence de l'établissement, e) la proximité de l'établissement à d'autres endroits et à leurs images, f) l'histoire de l'établissement et, g) diverses autres caractéristiques physiques internes. Plusieurs de ces caractéristiques sont analysées et évaluées par plus d'une mesure.

111 HARMONIE DU SERVICE AVEC LE VOISINAGE

Un service humain qui s'harmonise avec le voisinage favorise une meilleure identification de ses clients avec le voisinage et renforce symboliquement la perception positive selon laquelle les clients ont droit à une place dans la communauté. Ainsi, l'établissement du service humain et les fonctions du programme du service doivent d'harmoniser avec: a) les autres établissements et, b) les autres programmes ou fonctions de vie du voisinage.

Les caractéristiques et particularités du contexte, des services, des établissements et immeubles peuvent être clairement identifiées dans l'esprit de la majorité des observateurs comme étant d'un certain type tel que âgé, moderne, urbain, rural, commercial, industriel, récréatif ou culturel, résidentiel, etc. Des décrets et règlements de zonage ont longtemps obligé les immeubles d'une région donnée à se conformer à une variété de styles particuliers et ont restreint généralement le type d'activités, de services ou programmes pouvant avoir lieu dans une région particulière. Au moyen de ces mesures, les communautés tentent de réduire la disparité des établissements et des fonctions dans un voisinage qui créerait une dissonance *inconsciente* et mènerait à la diminution de la valeur des propriétés et/ou au départ des propriétaires du voisinage. Ces problèmes sont fréquemment soulevés lors d'audiences sur le zonage pour la construction de nouveaux édifices ou l'amélioration ou la rénovation d'édifices existants, de même que lors de la vente de propriétés immobilières ou pour d'autres considérations commerciales.

La question de l'harmonie avec le voisinage est particulièrement importante pour un service humain puisqu'elle influence le transfert et la communication de l'image sociale au moins de deux façons:

1. Les établissements et les programmes qui ne s'harmonisent pas avec leur voisinage favorisent un sentiment général d'incohérence et de désordre. Pour une raison similaire, les gens pourraient ressentir une dissonance et pourraient même être (inconsciemment) inconfortables si un édifice présentait trois types bien différents d'architecture.

2. Si un service humain ne se conforme pas aux attentes culturelles typiques relatives aux sortes d'établissements et de programmes d'un voisinage particulier, alors un message (parfois subtil) de différence est communiqué et des images négatives sont générées et peuvent être transférées aux clients du programme. Ainsi, par exemple, si un édifice "ne semble pas faire partie" du voisinage, alors les observateurs seront portés à penser que les personnes qui l'utilisent et possiblement même les concepteurs et les propriétaires ne font pas non plus partie du voisinage. De telles perceptions négatives tendent à provoquer des attentes de rôle négatif et empêchent le développement de relations sociales (positives). Ainsi, toute discordance qui met en évidence le programme peut créer des barrières qui peuvent diminuer beaucoup l'assimilation du client dans le voisinage.

Même si la caractéristique du service qui le différencie n'est pas en elle-même une valeur négative, tout sentiment de différence concernant un service peut se généraliser en un sentiment de différence relatif au gens qui y sont associés. Si ces personnes ne sont pas dévalorisées et ne sont donc pas confrontées à des problèmes majeurs (et possiblement insurmontables) d'acceptation et de participation sociales alors les perceptions de différence seront habituellement sans conséquences. Cependant, les personnes qui sont déjà dévalorisées, perçues comme déviantes ou qui risquent de l'être, ne peuvent se permettre d'être davantage mises à part ou perçues encore plus différentes.

La majorité des observateurs pourront assez facilement identifier la fonction, la nature du programme et l'ambiance architecturale d'un voisinage donné et auront en conséquence des attentes bien définies sur le type de programme ou d'immeuble qu'on devrait ou ne devrait généralement pas y retrouver. Plus il y a de caractéristiques distinctes dans le voisinage, plus il y aura de fortes attentes et il y aura conséquemment moins de types de services pouvant s'harmoniser avec le voisinage. D'un autre côté, dans certains voisinages (hétérogènes), il y a déjà tellement de variétés de services et de types d'architectures que peu de services viendraient défaire l'harmonie du voisinage.

Les deux mesures suivantes évaluent, avec le voisinage, le degré d'harmonie: a) de l'établissement du service et, b) la fonction du programme qui a lieu dans cet établissement.

M1111 HARMONIE DE L'ÉTABLISSEMENT AVEC LE VOISINAGE

Présentation générale

L'*établissement physique* dans lequel le service humain se déroule doit s'harmoniser avec l'environnement physique du voisinage, par exemple, en étant de dimension ou de style similaire ou au moins en s'harmonisant avec les autres établissements du voisinage et en semblant servir à des fonctions semblables à celles auxquelles semblent servir les autres établissements.

Il semble y avoir deux sources majeures de désaccord entre l'établissement et son voisinage:

1. L'apparence de l'établissement peut être d'un style qui tranche avec l'apparence des autres établissements du voisinage. Par exemple, l'établissement peut: a) être beaucoup plus gros ou (moins fréquemment) beaucoup plus petit, b) être d'un style architectural différent ou inhabituel, c) être beaucoup plus moderne que le reste des établissements du voisinage ou sembler "vieillot" parce qu'il est beaucoup plus âgé ou, d) avoir certaines autres caractéristiques inhabituelles, telles qu'une enseigne et d'autres symboles, une aile moderne jointe à un vieil immeuble, etc.

La plupart des nouveaux immeubles tendent à différer de quelque façon des établissements existants du voisinage, à moins que le voisinage lui-même soit relativement nouveau ou encore en plein développement. Cependant, même certains établissements déjà existants ne réussissent pas à s'harmoniser avec le voisinage. Ainsi, il peut n'y avoir qu'un seul immeuble de quatre étages et de vingt pièces de style victorien dans un quartier qui a surtout des immeubles à deux ou trois étages logeant une ou deux familles.

Parfois, un établissement de service peut s'harmoniser très bien avec le voisinage avant que des modifications (rénovation, ajout d'une nouvelle aile, d'une sortie d'urgence, d'une palissade, etc.) soient effectuées; de plus, certaines modifications à l'extérieur de l'établissement peuvent aggraver une différence déjà apparente entre l'établissement et le voisinage.

2. Deuxièmement, l'apparence de l'établissement peut suggérer à l'observateur une fonction qui la différencie des fonctions suggérées par l'apparence des autres établissements du voisinage en général. Par exemple, un immeuble qui ressemble à une école ressortira des immeubles qui semblent loger diverses industries, de même s'il n'y avait qu'un seul immeuble avec un terrain de jeux pour enfant dans un parc industriel.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1111 HARMONIE DE L'ETABLISSEMENT AVEC LE VOISINAGE

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>L'apparence physique de l'établissement du service doit s'harmoniser avec le voisinage (physique) et ne doit pas être en désaccord avec d'autres établissements du voisinage à cause de différences de style, des ajouts, des rénovations ou d'autres caractéristiques physiques ou en semblant servir une fonction différente de celle que les autres établissements semblent servir.</p>	<p>Un édifice de briques de deux étages ressemblant à une maison familiale est dans un quartier résidentiel comprenant des maisons familiales de une ou deux étages et d'apparence similaire.</p> <p>Un immeuble industriel est dans un quartier industriel comprenant plusieurs immeubles dont la majorité semblent être industriels ou commerciaux.</p>	<p>Un programme résidentiel pour huit femmes ayant des problèmes d'alcoolisme est situé dans une maison de même type que les autres maisons du voisinage et a des accessoires de parterre de même style et en même quantité. (Très positif)</p> <p>La cuisine d'un restaurant sert d'atelier protégé à trois personnes adultes ayant un handicap physique. Le restaurant est situé dans un centre d'achat où tous les magasins sont d'un même type de sorte que l'immeuble du restaurant s'harmonise bien avec son voisinage.</p>	<p>Un immeuble logeant un centre récréatif pour des personnes ayant un handicap physique est peint à l'extérieur de vives couleurs et est situé au milieu d'un quartier industriel conservateur composé de grosses usines d'allure austère. (Extrêmement négatif)</p> <p>Une maison de type résidentiel loge huit garçons adolescents jugés légalement comme délinquants et est située dans un quartier d'immeubles construits spécifiquement à des fins commerciales et ne comportant que deux autres résidences.</p> <p>Un édifice industriel loge un atelier protégé pour personnes ayant un retard mental et est situé dans un voisinage principalement industriel, cependant c'est le seul immeuble ayant un terrain de jeux et une énorme enseigne sur le toit visible de plusieurs coins de la ville alors que les autres édifices ont de plus petites enseignes.</p>

Différences entre "M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage" et les autres mesures

1. Cette mesure est l'une de celles ("M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement", "M1131 Apparence extérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge") qui évaluent les images communiquées par l'aspect de l'*extérieur* de l'établissement du service et ne doit donc pas être prise pour elles.

- a. Toute caractéristique externe qui diminue la beauté de l'immeuble (ex. une peinture qui s'écaille) devrait être évaluée par "M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement", ainsi que d'autres aspects tels le style architectural, l'entretien et l'embellissement. Evidemment, un établissement peut être laid et ne pas s'harmoniser avec le reste du voisinage.
- b. "M1131 Apparence extérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés" évalue l'appariement de l'apparence extérieure de l'établissement avec la fonction du programme qui a lieu à l'intérieur et non l'appariement de l'apparence de l'établissement avec l'apparence des autres établissements du voisinage.
- c. "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge" évalue la pertinence des caractéristiques externes de l'établissement pour l'âge des clients du service indépendamment de l'harmonie de ces caractéristiques avec l'apparence des autres établissements de service du voisinage.

2. Cette mesure ne doit être prise pour aucune ayant trait à l'*intérieur* des établissements. Par exemple, "M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes" évalue toutes images négatives communiquées ou provenant de caractéristiques internes du service.

3. Une distinction doit être faite entre cette mesure, qui a trait à l'harmonie ou au désaccord de l'*établissement* avec les autres établissements du voisinage, et "M1112 Harmonie du programme avec le voisinage" qui concerne l'harmonie ou le désaccord entre le *programme* du service et ceux du voisinage.

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1111 HARMONIE DE L'ETABLISSEMENT AVEC LE VOISINAGE

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
<p>Afin de déterminer l'ambiance du voisinage, il peut être parfois utile d'imaginer que l'établissement n'existe pas afin de se représenter le voisinage comme il est (ou serait) sans le service.</p> <p>Regardez les caractéristiques structurales typiques (dimension des édifices, style, modèle, matériaux, construction, âge, principaux ameublements extérieurs, etc) des autres établissements du voisinage. Ne considérez que l'apparence extérieure de l'établissement mais incluez tout élément extérieur tel que la dimension, les ajouts, les rénovations, les accès, les enseignes, les terrains, etc.</p> <p>Certains services ont un établissement administratif ou principal mais réalisent plusieurs ou la majorité de leurs services dans divers établissements de la communauté, comme c'est le cas de la popote-roulante, des placements d'enfants, etc. Dans de tels cas, l'établissement ou l'immeuble logeant les bureaux administratifs ou les services principaux ou majoritaires doit être évalué par cette mesure.</p> <p>Plus l'ambiance du voisinage est hétérogène (mélangée), plus il y a d'établissements de service pouvant s'intégrer sans créer de désaccord avec l'image ou les attentes.</p> <p>Certains services peuvent être en situation de déracinement avec isolation; voir le "Lexique de la terminologie particulière à <i>PASSING</i>" et le niveau 3c.</p> <p>Toute caractéristique externe qui ne semble pas être évaluée ailleurs est probablement évaluée ici.</p>	<p>Quelle est la caractéristique physique générale du voisinage dans lequel est situé le programme?</p> <p>Quelle est la caractéristique physique externe de l'établissement du service?</p> <p>Est-ce que la caractéristique physique externe de l'établissement est bien appariée aux caractéristiques physiques générales des autres établissements du voisinage?</p> <p>Si l'établissement s'harmonise avec le voisinage, améliore-t-il l'image des clients? S'il est en désaccord avec le voisinage, quels types d'images négatives communique-t-il sur les clients?</p> <p>Le personnel intervenant et de direction (ex. directeur, membre du conseil d'administration) est-il conscient et engagé au regard de ce facteur?</p>	<p>Visite du voisinage; visite autour de l'établissement;</p> <p>photographies de l'établissement et du voisinage;</p> <p>plans de l'architecte, entrevue avec les intervenants du service;</p> <p>descriptions verbales et écrites et observations des fonctions du programme.</p>

M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image extrêmement négative est imposée aux clients (peut-être totalement inconsciemment) à cause d'une importante disparité entre l'apparence externe de l'établissement du service et l'apparence générale des autres établissements du voisinage. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme étant dangereux, inutiles...), même si ces mêmes images feraient peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, dans un voisinage fortement peuplé et comprenant plusieurs petites maisons familiales, il y a, pour personnes ayant un retard mental, une grosse institution constituée de trois édifices imposants couvrant plusieurs rues de facade; un édifice de trois étages des plus modernes, situé dans un voisinage de maisons d'une étage de type ranch, sert de résidence pour des jeunes ayant un trouble mental; un centre de traitement de jour pour jeunes aux prises avec des problèmes de toxicomanie est entouré d'une clôture haute de quatre mètres et surmontée de barbelés, au contraire de tous les autres établissements du voisinage.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort significatif mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que la combinaison du type et/ou degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, dans un voisinage peuplé comprenant plusieurs petites maisons familiales, il y a une petite institution pour personnes handicapées physiques composée de plusieurs édifices attachés et organisés pour ressembler à des maisons appartements de deux étages; un édifice de trois étages et d'architecture unique et très moderne sert de centre récréatif et communautaire principalement pour des personnes âgées et pauvres, il est situé dans un quartier plus vieux composé de split-level d'un étage de type ranch; un édifice d'apparence industrielle pour personnes ayant un retard mental est situé dans un parc industriel avec d'autres immeubles industriels, cependant le service pour ces personnes est le seul à avoir un terrain de jeux et de ballon-panier alors que les autres immeubles semblent plus d'"affaires". (Le désaccord avec le voisinage provenant de ces caractéristiques est évalué ici alors que les caractéristiques de l'image de l'âge sont évaluées par "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge".)

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement par le degré d'harmonie de l'établissement avec le voisinage. Cela peut être causé par une des conditions suivantes:

- a. Il n'y a que quelques inconvénients *mineurs* ou quelques caractéristiques positives *mineures* concernant l'harmonie de l'établissement avec le voisinage.
- b. Bien que le service n'ait pas de caractéristiques extérieures que les autres établissements n'ont pas, il y manque certaines caractéristiques qu'ont les autres établissements, ex. dans un quartier industriel où toutes les autres industries ont une enseigne, l'atelier protégé pour personnes adultes handicapées n'en a aucune.
- c. L'établissement n'est pas en harmonie ou en désaccord parce qu'il est en "déracinement isolant" (voir le "Lexique de la terminologie particulière à *PASSING*").

Niveau 4. Le degré d'harmonie entre l'apparence extérieure de l'établissement et le voisinage favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, ex. il y a un centre de consultation dans un des édifices typiques du voisinage comprenant de petits édifices de magasins, ateliers ou bureaux, **ou**

- b. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et le directeur du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par une harmonie maximum entre l'ensemble de l'établissement et son voisinage qu'aucune amélioration significative n'est concevable, ex. un programme de travail pour personnes adultes physiquement handicapées est bien situé dans un parc industriel et a une aire de stationnement, une clôture, des enseignes et d'autres éléments choisis consciemment pour être similaires à ceux des autres établissements du parc industriel.

M1112 HARMONIE DU PROGRAMME AVEC LE VOISINAGE

Présentation générale

Dans notre culture, les établissements qui logent certaines fonctions sont fort probablement situés dans des quartiers ou voisinages regroupant des établissements servant à des fonctions similaires ou associées. Par exemple, les endroits où vivent les personnes, tout autant que les programmes d'éducation primaire, sont typiquement situés dans des quartiers résidentiels; les fonctions gouvernementales et les autres fonctions civiques sont habituellement situées au centre-ville ou dans un quartier à usages multiples, etc. Le fait qu'il est culturellement valorisé et attendu que certaines fonctions de service soient situées dans certains types de voisinage plutôt que dans d'autres a d'importantes conséquences au regard de la situation des programmes de service humain.

Si la nature du programme est clairement appariée à la nature du voisinage, alors un tel appariement communiquera un message d'harmonie congruent avec les attentes culturelles générales, et les clients d'un tel programme auront plus probablement une image positive. Donc, les programmes d'ateliers protégés ou d'apprentissage au travail doivent optimalement être situés dans un parc industriel, un quartier des affaires ou à usages multiples; les services résidentiels doivent être dans les quartiers résidentiels, etc.

L'image sociale des clients et leurs potentiels d'assimilation dans et par les systèmes sociaux avoisinants sont influencés de deux façons par le degré d'harmonie entre la nature du programme du service humain et son voisinage:

1. On s'attend assez naturellement à interagir différemment avec les personnes dans des établissements différents. Lorsqu'on est confronté à des gens et des "demandes" d'interactions interpersonnelles qu'on ne s'attend pas à trouver dans un établissement donné, on est quelque peu surpris et on trouve difficile d'agir adéquatement. Par exemple, les citoyens typiques s'attendent et sont portés à interagir assez différemment les uns avec les autres dans des contextes résidentiel, récréatif, d'affaires ou industriel. Il est donc beaucoup plus valorisant de présenter le client de façon à faciliter des types d'interactions appropriées avec les autres citoyens dans des établissements où ils se rencontrent.

2. Différents types de ressources se retrouvent plutôt dans divers types de voisinages. Il y a habituellement des restaurants ou cafétérias peu dispendieux dans les quartiers industriels ou des affaires; on devrait habituellement être à une distance de marche d'une église dans un quartier résidentiel, etc. Ainsi, un programme situé dans un quartier apparié devrait également être bien situé au regard de ressources communautaires pertinentes, maintenant ou ultérieurement. De plus, tel qu'il sera noté par "M212 Disponibilité des ressources communautaires pertinentes", les clients devraient rencontrer et interagir avec les citoyens typiques de ces ressources. (Cependant, l'existence véritable d'une telle proximité est évaluée ailleurs.)

Cette mesure évalue l'harmonie entre le voisinage dans lequel est situé le service et la fonction perçue, apparente ou effective du programme du service, même si ce que fait le service n'est pas ce que la plupart des observateurs percevraient ou déduiraient. Par exemple, la fonction majeure déclarée d'un programme d'atelier protégé peut être de faire des apprentissages au travail et de donner un travail protégé. Aussi, une équipe menant une évaluation d'un tel atelier protégé aura à déterminer si la fonction de travail ou d'apprentissage au travail est harmonieuse avec le voisinage dans lequel il est situé, même si l'atelier fournit peu ou pas de travail ou d'apprentissage au travail mais un travail de façade, de bohème, et beaucoup de loisirs et d'éducation. De même, une maison de convalescence pour personnes âgées ou handicapées peut déclarer offrir un programme de traitement médical et de réadaptation mais en réalité elle peut donner à peine plus que des soins de base. Dans ce cas, l'équipe d'évaluation doit mesurer le degré d'harmonie de la fonction généralement perçue, apparente ou déclarée du programme médical résidentiel avec le voisinage dans lequel est situé la "maison de convalescence".

La raison pour laquelle cette mesure demande d'évaluer l'appariement entre le voisinage et la fonction du programme que l'agence déclare ou semble offrir, plutôt qu'entre le voisinage et ce que le programme donne effectivement, est que cette mesure porte sur les images et que l'observateur relativement naïf (i.e. une personne du public) jugera de la pertinence de la situation du service en fonction de sa perception de la nature du service. Puisque, en général, ce que l'agence "semble" être pour l'observateur naïf correspond relativement bien à ce que l'agence prétend être, la perception de l'observateur sur la fonction du programme est conforme à la fonction déclarée du service. Lorsque le service fournit un programme qui n'est pas conforme à sa fonction apparente ou

déclarée, la dissonance est habituellement plus en rapport avec l'échec du service à réaliser le but positif déclaré qu'avec le service qui déclare effectuer quelque chose de négatif alors qu'il réalise des fonctions positives d'un programme. Ainsi, entre autres choses, cette mesure demande au service d'être situé dans un voisinage conforme à sa fonction déclarée, c'est-à-dire, qu'il y a généralement une attente implicite que le service réalisera les buts positifs qu'il déclare.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1112 HARMONIE DU PROGRAMME AVEC LE VOISINAGE

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Il doit y avoir complète harmonie entre la nature du programme qu'un service humain semble et vise à offrir et la nature de son voisinage.</p>	<p>Les programmes d'éducation élémentaire, les églises et les lieux où vivent les gens sont généralement situés dans les quartiers résidentiels.</p> <p>Les industries légères, les entrepôts et usines sont habituellement situés dans les parcs industriels.</p> <p>Les bureaux du gouvernement sont généralement situés au centre-ville ou dans le quartier des affaires.</p>	<p>Un petit service d'alimentation distribuant des repas quotidiens gratuits aux personnes âgées est situé dans un quartier commercial et résidentiel avec plusieurs autres petits commerces.</p> <p>Le bureau d'un programme de parrainage civique est situé dans un quartier de bureaux en banlieue où de nombreuses petites entreprises d'affaires et de services professionnels (ex. dentiste, avocats, comptables) sont également situés (très positif).</p>	<p>Un programme récréatif d'été pour jeunes adolescents provenant de familles pauvres est situé dans un quartier commercial du centre-ville ayant de nombreux bars, clubs et sex-shops (extrêmement négatif).</p> <p>Un programme intensif d'éducation précoce pour jeunes enfants handicapés est situé en plein centre d'un parc industriel.</p>

Différences entre "M1112 Harmonie du programme avec le voisinage" et les autres mesures

1. Une distinction doit être faite entre cette mesure qui porte sur l'appariement du *programme* du service avec le voisinage et "M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage" qui a trait à l'appariement de l'*établissement* du service avec les autres établissements du voisinage.

2. "M1131 Apparence extérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés" porte sur le degré de conformité entre la nature du programme et l'apparence de l'établissement dans lequel il a lieu, indépendamment des autres types de programmes qui peuvent avoir lieu autour dans d'autres établissements.

**RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1112 HARMONIE DU
PROGRAMME AVEC LE VOISINAGE**

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
<p>Certains établissements logent des services de nature ambiguë (ex. apprentissage au travail) ou mènent plusieurs programmes dans un établissement; dans ces cas, il peut être (non nécessairement) plus difficile d'atteindre une bonne harmonie entre le programme et le voisinage.</p> <p>La fonction du <i>service</i> (ex. apprentissage au travail) doit ici être mesurée et non la fonction sociétale plus profonde qu'il pourrait servir (ex. maintenir la personne dépendante).</p> <p>L'étendue des services pouvant s'intégrer dans le voisinage sans créer une image ou des attentes disparates est d'autant plus grande que la nature du voisinage est hétérogène (mêlée).</p> <p>Certains programmes peuvent être en situation de "déracinement avec isolation"; voir le "Lexique de la terminologie particulière à <i>PASSING</i>" et le niveau 3.</p>	<p>Quelle est la nature du programme offert par le service?</p> <p>Quelle est la nature ou le caractère général du voisinage où est situé le programme?</p> <p>La nature du programme s'apparie-t-elle à la nature générale du voisinage? De quelle(s) façon(s) tranche(nt)-ils?</p> <p>Si le programme s'harmonise avec le voisinage, le fait-il en améliorant l'image des clients? Si le programme ne s'harmonise pas, quelles sortes d'images négatives sont communiquées sur les clients?</p> <p>Les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) et le personnel sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>Observations du programme; visite du voisinage;</p> <p>entrevue avec les clients, les travailleurs du service, les voisins et autres;</p> <p>descriptions du programme; énoncé de la mission;</p> <p>prospectus du service;</p> <p>articles de journaux.</p>

M1112 Harmonie du programme avec le voisinage

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients à cause d'une importante disparité entre la nature du programme et le caractère ou l'ambiance générale du voisinage. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme étant dangereux, inutiles...), même si ces mêmes images faisaient peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, un service résidentiel pour mères célibataires est situé dans un quartier d'entrepôts près du port.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort significatif mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que la combinaison du type et/ou degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice à l'image du client est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, un programme d'éducation pour enfant sourd est dans un voisinage qui a presque tous les services médicaux (hôpitaux, cliniques, centre de réadaptation physique, bureau de médecin...) renforçant ainsi l'image du rôle de malade.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement par le degré d'harmonie de la nature du programme avec le voisinage. Possiblement, la situation du service dans le voisinage peut à peine attirer l'attention plutôt que donner une image négative, comme un programme d'apprentissage au travail pour adolescent situé dans un quartier principalement résidentiel ou encore un service en situation de "déracinement isolant" (voir le "Lexique de la terminologie particulière à *PASSING*).

Niveau 4. Le degré d'harmonie entre la nature du programme et le voisinage favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, ex. un atelier protégé est situé dans un voisinage qui comprend divers types de programmes et de fonctions, tels des magasins, boutiques et résidences, **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et le directeur du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par une harmonie maximum entre la nature du programme et son voisinage qu'aucune amélioration significative n'est concevable, ex. un atelier protégé est au coeur d'un quartier des affaires et commercial, un projet d'appartements pour personnes âgées est dans un quartier résidentiel et commercial qui comprend des appartements, une résidence pour jeunes adultes qui ont eu des problèmes de toxicomanie est située dans un quartier résidentiel ou vivent la majorité des professeurs d'université.

112 ESTHETIQUE DE L'ETABLISSEMENT

L'appréciation de la beauté semble être une caractéristique humaine innée. Il n'est donc pas surprenant que la majorité des gens désirent un bel environnement et s'efforcent d'embellir les lieux où ils vivent, travaillent, etc. Par exemple, les employés de bureau modernisent et ordonnent leurs bureaux, les employés d'une industrie peignent et nettoient leur milieu de travail, les professeurs et étudiants décorent leurs classes, les familles remeublent et rénovent leurs maisons, les représentants embellissent leurs salles et kiosques d'exposition et ainsi de suite. Un bel environnement démontre également l'appréciation et le respect du "bon goût" des personnes qui utilisent l'environnement.

L'image, la valeur, le statut social, la dignité, les rôles, les compétences, etc. attribués aux clients d'un service peuvent donc être améliorés de beaucoup si l'établissement du service est attrayant. L'embellissement des établissements de service communique des messages positifs indiquant que les usagers de ces services ont droit à la beauté de leur environnement et l'apprécient. D'un autre côté, les établissements ternes ou même laids communiquent comme messages négatifs que les clients sont insensibles (et peut-être même inconscients) à la présence ou l'absence d'un environnement esthétiquement plaisant (possiblement parce qu'ils sont perçus dans des rôles sociaux dévalorisés, tels ceux d'animaux, de légumes, etc.) ou qu'ils n'ont pas droit à un établissement de service attrayant possiblement parce qu'ils sont perçus comme ayant un statut social inférieur, incompetents, ou qu'ils sont bénéficiaires d'une charité aigre et minime.

Non seulement l'image des usagers de l'établissement est influencée par la beauté de l'établissement, mais leurs compétences et performances peuvent également en être influencées. Un établissement terne ou laid communique des messages clairs et très négatifs à ses usagers sur leurs rôles, leurs valeurs et leurs capacités, qui peuvent diminuer leur estime de soi, leur vigilance et leur productivité. Au contraire, des établissements attrayants communiquent des messages positifs sur le rôle de leurs usagers qui sont susceptibles d'améliorer leur performance.

L'intérieur tout autant que l'extérieur de l'établissement du service peuvent être embellis. Cependant, l'esthétique de l'intérieur de l'établissement a beaucoup plus d'influence sur les clients et le personnel qui fréquentent ces lieux la majorité du temps que sur le public qui passe généralement moins de temps dans un immeuble de service humain. D'un autre côté, l'aspect externe de l'établissement a beaucoup plus d'influence sur l'image que le public a des clients et a un impact moindre sur l'image et les attentes que le personnel a à propos des clients, de même que sur l'image de soi des clients eux-mêmes.

Généralement, un mélange harmonieux de couleurs, de décor, de style, etc. est plus attrayant qu'un mélange soit a) monotone ou b) non harmonieux. Ainsi, un service doit faire attention au résultat global des divers éléments d'embellissement qu'il introduit. De plus, la préoccupation de l'esthétique de l'établissement et les efforts d'embellissement doivent être routiniers et continus.

Les goûts personnels de l'évaluateur concernant un style, un modèle, d'une décoration, etc. ne sont pas pertinents ici. Plutôt, les évaluateurs doivent porter attention à deux éléments. Premièrement, déterminer si l'environnement représente un style faisant partie de la gamme des styles considérés comme normatifs dans la culture valorisée, même s'il n'y a qu'une minorité significative de personnes qui adoptent ce style. Par exemple, seulement une petite minorité de personnes ont un style de maison colonial espagnol, mais ce style fait néanmoins partie des styles normatifs de la culture. Il est très improbable que le style de l'établissement de service n'entre pas dans cette gamme de style (ce qui est plus susceptible de se produire pour l'esthétique extérieure de l'établissement que pour l'environnement intérieur); les évaluateurs auront la tâche difficile de décider si l'esthétique de ce style est susceptible de communiquer une image de déviance ou de valorisation des clients au yeux de la plupart des observateurs. Le transfert d'image autre que celui provenant de l'esthétique sera évalué avec les mesures "M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage", "M1131 Apparence extérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés", "M1132 Apparence intérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et "M1153 Image projetée par l'établissement; autres caractéristiques internes". Deuxièmement, dans les limites données d'un style culturel normatif, les évaluateurs doivent évaluer le degré d'expression et de bon goût du style, puisque l'expression esthétique cohérente transmettra généralement des images positives sur les clients alors que des expressions esthétiquement déficitaires, incomplètes ou incohérentes transmettront des images négatives.

Indépendamment du style, la beauté de l'établissement est également améliorée par la propreté et l'ordre qui contribuent au sentiment d'harmonie esthétique. Cependant, certains types de propreté ont davantage trait au confort physique qu'à la beauté, tel qu'expliqué ailleurs.

L'esthétique de l'établissement est évaluée par deux mesures: l'une a trait à la beauté externe de l'établissement et l'autre à la beauté interne.

M1121 ESTHETIQUE DE L'EXTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT

Présentation générale

Cette mesure porte seulement sur les caractéristiques *externes* de l'établissement du service, c'est-à-dire, les aspects de l'établissement a) qui sont à l'extérieur de l'immeuble (s'il y en a un) ou b) qui sont à l'intérieur de l'immeuble mais sont facilement visibles par un observateur de l'extérieur (un exemple serait des plantes suspendues à l'intérieur des fenêtres).

Une reconnaissance à la fois de la valeur des clients et de leur sens esthétique peut se manifester par l'embellissement de l'extérieur, tel un style architectural plaisant, un immeuble et une façade attrayants (s'il y a un immeuble), un jardin de fleur et un terrain paysager, un équipement extérieur bien entretenu et coloré comme diverses balançoires sur un terrain de jeux, un entretien régulier de l'extérieur de l'immeuble (ex. peindre les édifices), les entretiens saisonniers (ex. ramasser les feuilles à l'automne), les décorations appropriées aux saisons (ex. poser des lumières sur le sapin à l'avant du terrain lors de la période de Noël, placer une citrouille allumée dans la fenêtre lors de l'Halloween), etc.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1121 ESTHETIQUE DE L'EXTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Afin d'améliorer l'image sociale et l'image de soi des personnes qui utilisent le service, l'extérieur de l'établissement de service humain doit être esthétiquement plaisant.</p>	<p>Les personnes font généralement très attention à l'état extérieur de leur maison; ils passent souvent beaucoup de temps et font beaucoup d'efforts (particulièrement les fins de semaine et lors des vacances) afin de maintenir l'extérieur attrayant.</p> <p>Plusieurs commerces nettoient fréquemment le stationnement et l'aire de chargement, la véranda et les entrées; ils ramassent tout déchet pouvant traîner sur le terrain.</p> <p>A diverses périodes de fêtes, les familles, les complexes domiciliaires, les écoles, les magasins, les bureaux et les commerces décorent l'extérieur de leurs immeubles avec les décorations de saison.</p>	<p>Le terrain autour d'une petite résidence de groupe est très joliment paysagé, avec une terrasse fleurie sur le côté et à l'arrière de la maison. La maison est repeinte environ aux quatre ans, la véranda est nettoyée et arrosée à chaque fin de semaine; les balançoires et l'ameublement extérieur ont été choisis pour s'appareiller aux couleurs de la maison. (Très positif)</p> <p>Un architecte paysagiste a dessiné le plan du terrain et des aménagements de l'école pour enfants ayant des handicaps multiples; l'école a un jardinier à temps partiel et un autre employé à temps plein qui travaillent sur le terrain de l'immeuble pour planter, couper, ramasser le gazon, peindre l'édifice et les accessoires du terrain.</p>	<p>La peinture extérieure de la résidence de groupe pour adultes aveugles est très écaillée, les fenêtres sont très sales, il y a des traînées et des déchets poussés par le vent sur le terrain.</p> <p>Le terrain d'une maison de santé pour personnes âgées est couvert de terre séchée, dénudée et parsemée d'îlots de gazon jauni et de mauvaises herbes. (Extrêmement négatif)</p>

Différences entre "M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement" et les autres mesures

1. La beauté de l'intérieur de l'établissement est évaluée par "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement".

2. Cette mesure est l'une de celles qui évaluent les images communiquées par les caractéristiques de l'extérieur de l'établissement du service ("M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage", "M1131 Apparence extérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge") et ne doit pas être prise pour elles. L'extérieur de l'établissement peut être esthétiquement très plaisant mais:

- a. être décoré de façon tout à fait inappropriée pour l'âge des clients (évalué par "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge"), **ou**
- b. communique des images négatives pour d'autres raisons (évalué par "M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage" et "M1131 Apparence extérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés").

3. Divers aspects du milieu qui peuvent améliorer le confort ("M213 Confort de l'établissement") peuvent ou non en améliorer également l'attrait et vice-versa. Par exemple, une chaise longue et une balançoire sur la véranda d'une résidence de groupe augmentent probablement le confort; cependant, elles en améliorent la beauté en fonction de leurs conditions, couleurs et entretiens.

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1121 ESTHETIQUE DE L'EXTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
<p>Avant de parvenir au consensus final sur cette mesure, l'équipe doit s'assurer que <i>tous</i> les membres partagent la <i>même</i> définition de l'extérieur de l'établissement du (des) programme(s) évalué(s).</p> <p>L'extérieur de l'établissement comprend tout ce qui peut être facilement vu de l'extérieur, même si c'est dans l'immeuble, ex. une décoration suspendue au plafond peut être vue par un passant de la rue.</p> <p>Les évaluateurs doivent examiner l'impact probable de l'esthétique de l'extérieur de l'établissement sur le citoyen typique. Il faut que les évaluateurs mettent de côté leurs préférences personnelles, soient rigoureux à évaluer la présence de la beauté, vérifient si la question de la beauté est comprise, examinent si des efforts d'embellissement sont faits, même si les résultats ne correspondent pas aux goûts des évaluateurs. Aussi, si le style de l'établissement est assez cohérent, assez courant, attrayant même pour une minorité significative des membres de la culture alors il doit être positivement évalué. Certains exemples seraient les styles espagnol, italien, bauhaus, rustique, colonial, etc.</p> <p>Les évaluateurs doivent accorder plus d'importance aux aspects les plus visibles et les plus durables à l'extérieur de l'établissement. Par exemple, une agence recevra plus de points pour l'embellissement de l'extérieur de la résidence de groupe que pour des décorations extérieures saisonnières et temporaires.</p> <p>Certaines personnes dévalorisées risquent davantage d'être perçues comme sales, à mettre de côté, ou ayant autrement une image d'ordure. Les évaluateurs devront accorder plus d'importance aux défauts relatifs à cet aspect lorsque les personnes sont à risque.</p> <p>Contrairement aux prétentions habituelles des services humains, une portion importante d'embellissement de l'établissement peut être faite sans ou à peu de frais de façons multiples et ingénieuses, s'il y a une conscience minutieuse et un engagement idéologique.</p> <p>La plupart des établissements de services sociaux ont tendance à présenter un extérieur plutôt neutre ou mat, tel que décrit dans les critères du niveau 3. Cependant, les attentes de plusieurs personnes quant aux aspects esthétiques des établissements de services sociaux sont si basses, que les évaluateurs, surtout les novices, ont tendance à attribuer un niveau 4 ou 5 alors qu'un niveau 3 est indiqué.</p>	<p>Les divers aspects de l'extérieur de l'établissement sont-ils attrayants? Repoussants?</p> <p>Dans l'ensemble, l'établissement paraîtrait-il attrayant ou repoussant pour la majorité des observateurs?</p> <p>Quelles sont les évidences qu'il y a des efforts continus d'embellissement de l'extérieur de l'établissement? Jusqu'à quel point ces efforts sont-ils exhaustifs et efficaces?</p> <p>L'extérieur est-il décoré adéquatement et conformément à la saison?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés en regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>Visite autour de l'établissement;</p> <p>entrevues avec les travailleurs du services et les clients.</p>

M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée aux clients (peut-être totalement inconsciemment) à cause de l'esthétique incohérente, laide et/ou totalement dénudée de l'extérieur de l'établissement. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme inutiles, sous-humains, destructeurs...), même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, un refuge de nuit pour les gens de la rue qui sont sans foyer est situé dans un édifice dont la peinture est presque toute écaillée, des briques sont tombées, les vitres sont sales et plusieurs sont brisées, les fenêtres sont sans décorations, des tas de déchets sont répandus sur le terrain; un centre de jour pour les personnes âgées et pauvres est situé dans un immeuble abandonné, en état grave de délabrement, juste à côté d'un dépotoir dont les déchets se sont répandus jusque sur le terrain de l'immeuble.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, une résidence de groupe pour des enfants handicapés est dans un édifice dont la peinture extérieure commence à écailler, les marches de la véranda sont brisées, la maison est plutôt sale bien que la pelouse et le reste du terrain soient dans un état acceptable; le centre communautaire d'un voisinage est situé dans un édifice abandonné, en état grave de délabrement, juste à côté d'un dépotoir dont les déchets se sont répandus jusque sur le terrain de l'immeuble.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement parce que l'apparence extérieure de l'établissement peut ne pas sembler laide à l'observateur ni éveiller son sens esthétique. (Plusieurs, sinon la majorité des établissements de service humain sont dans cette situation.) Par exemple, l'extérieur du service présente une image neutre: l'immeuble et le terrain sont entretenus régulièrement mais aucun effort n'est fait afin de rendre l'établissement esthétiquement plus plaisant et intéressant ou pour attirer le regard du passant par son charme.

Niveau 4. L'attrait de l'intérieur de l'établissement favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, des boîtes de fleurs pourraient être ajoutées à certaines fenêtres du bureau-chef d'un service régional par ailleurs attrayant; la seule chose manquante à un autre service est un entretien plus régulier de l'entrée automobile et du stationnement, **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et le directeur du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par l'esthétique de l'extérieur de l'établissement qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, un service éducatif pour enfants ayant une infirmité physique est situé dans un édifice très attrayant, bien entretenu, ayant un terrain soigné; une fois l'an, les enfants peignent de belles murales sur les murs de l'édifice et sur le plancher du terrain de jeu.

M1122 ESTHETIQUE DE L'INTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT

Présentation générale

Une reconnaissance à la fois de la valeur des clients et de leur sens esthétique peut se manifester par l'embellissement de l'intérieur, tel un plan d'aménagement intérieur plaisant (s'il y a un établissement) un ameublement, une peinture, des décorations, etc. de couleurs et de style harmonieux, la présence de décorations et d'objets d'art tels que des plantes, des sculptures, des peintures, des affiches ou des bibelots, les lumières et jeux d'ombres, les décorations de saison (ex. un sapin de Noël), un entretien, une peinture et un nettoyage réguliers et ainsi de suite.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1122 ESTHETIQUE DE L'INTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT			
Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Afin d'améliorer l'image sociale et l'image de soi des personnes qui utilisent le service, l'intérieur de l'établissement du service humain doit être esthétiquement plaisant.</p>	<p>Le hall d'entrée d'un grand hôtel a des lustres de cristal, des fauteuils et canapés attrayants ainsi que plusieurs grandes fenêtres laissant voir une fontaine dans le jardin intérieur.</p> <p>Une classe d'enfants typiques est décorée de photographies, d'un billard (recouvert par exemple d'annonces et de feuilles séchées) et des travaux saisonniers d'étudiants.</p>	<p>Les chambres d'une unité résidentielle spéciale d'un hôpital pour enfants ayant des besoins médicaux majeurs sont décorées de rideaux imprimés et de couvre-lits appariés; il y a des draps et taies d'oreillers à motifs, de la tapisserie et des cadres attrayants. (Très positif)</p> <p>Un service de refuge résidentiel de courte durée pour adolescents et adultes est magnifiquement entretenu même lorsqu'il est inoccupé. Par exemple, les chambres ont un ameublement attrayant et apparié (i.e. commodes, bureaux et lits), tapisseries, cadres et plantes. (Très positif)</p> <p>La cafétéria d'un service industriel pour adultes présentant un retard mental a des rideaux, des cadres sur les murs, des plantes dans les coins et des chaises et des tables modernes et attrayantes. (Très positif)</p> <p>Une maison de santé a un jardin intérieur décoré de statues agréablement intégrées avec les plantes ou dans des niches ou des endroits inattendus.</p>	<p>Les bureaux d'entrevue et de consultation d'une agence de services divers à la famille sont sales, ternes et dénudés; les planchers sont recouverts de tuiles sombres et l'ameublement n'est pas attrayant.</p> <p>Il n'y a ni cadre, ni décoration d'aucune sorte sur les murs d'une classe spéciale pour enfants ayant une paralysie cérébrale, dans une école publique; de plus, les murs et le plancher sont de couleur gris sale. (Extrêmement négatif)</p> <p>Les chambres d'une résidence de groupe pour femmes âgées indiquent peu d'effort d'embellissement sinon quelques fleurs ou coussins brodés mais ces chambres sont généralement dénudées et ternes.</p>

Différences entre "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement" et les autres mesures

1. La beauté de l'extérieur de l'établissement est évaluée par "M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement".

2. L'intérieur de l'établissement peut être esthétiquement très plaisant mais a) être décoré de façon tout à fait inappropriée à l'âge des clients (évalué par "M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge") ou b) communique des images négatives pour d'autres raisons (évalué par "M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes").

3. Les établissements de service esthétiquement plaisants ne sont pas toujours confortables ("M213 Confort de l'établissement"); par exemple, les chaises de l'école peuvent être très belles mais tout à fait inconfortables. L'inverse peut également être vrai, i.e., certains établissements confortables peuvent ne pas être attrayants. Les tapis et les rideaux ajoutent presque toujours au confort mais l'embellissement qu'ils introduisent dépend de leur état, couleurs, entretien et des jeux de lumière. Enfin, l'élimination de la saleté et de la poussière améliore le confort et la beauté mais pas nécessairement au même degré.

4. Toutes caractéristiques de l'environnement interne qui résultent de l'expression personnelle des clients (par exemple, des objets d'artisanat placés aux murs ou sur les tables) et qui influencent l'apparence esthétique de l'établissement doivent être évaluées ici et par "M224 Appui du programme à l'individualisation du client".

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1122 ESTHETIQUE DE L'INTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT

<p align="center">Quelques considérations importantes concernant la mesure</p>	<p align="center">Quelques questions clefs à répondre</p>	<p align="center">Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure</p>
<p>Avant de parvenir au consensus final sur cette mesure, l'équipe doit s'assurer que <i>tous</i> les membres partagent la <i>même</i> définition de l'intérieur de l'établissement du (des) programme(s) évalué(s).</p> <p>Les évaluateurs doivent examiner l'impact probable de l'esthétique de l'intérieur de l'établissement sur le citoyen typique. Il faut que les évaluateurs mettent de côté leurs préférences personnelles et soient rigoureux à évaluer la présence de la beauté. Aussi, si le style de l'aménagement et de l'ameublement intérieur est assez cohérent, assez courant et considéré comme attrayant, même pour une minorité significative des membres de la culture alors il doit être positivement évalué. Certains exemples seraient les ameublements de style colonial ou scandinave, les affiches orientales, les peintures modernes, etc.</p> <p>Les évaluateurs doivent accorder plus d'importance aux aspects les plus visibles et les plus durables à l'intérieur de l'établissement. Par exemple, une école recevra plus de points pour avoir repeint ses murs intérieurs (pourvu que cette peinture améliore l'esthétique de l'intérieur) que pour l'utilisation de plantes en pot pour décorer.</p> <p>Certaines personnes dévalorisées risquent davantage d'être perçues comme sales, à mettre de côté, ou ayant autrement une image d'ordure. Les évaluateurs devront accorder plus d'importance aux défauts relatifs à cet aspect lorsque les personnes sont à risque.</p> <p>Contrairement aux prétentions habituelles des services humains, une portion importante d'embellissement de l'établissement peut être faite sans ou à peu de frais de façons multiples et ingénieuses, (ex. avec quelques plantes, cadres et tapisseries) s'il y a une conscience minutieuse et un engagement idéologique.</p> <p>Si le service a lieu dans un établissement qui n'a pas d'immeuble (tel un camp de jour ou une pergola) alors cette mesure ne doit pas faire partie du score total; plutôt, le score total sera calculé par la méthode du prorata (voir la section pertinente dans <i>Guideline for Evaluators During a PASS, PASSING, or Similar Assessment of Human Service Quality</i>). La plupart des établissements de services sociaux ont tendance à présenter un extérieur plutôt neutre ou mat, tel que décrit dans les critères du niveau 3. Cependant les attentes de plusieurs personnes quant aux aspects esthétiques des établissements de services sociaux sont si basses que les évaluateurs, surtout les novices, ont tendance à attribuer un niveau 4 ou 5 alors qu'un niveau 3 est indiqué.</p>	<p>Les divers aspects de l'intérieur de l'établissement sont-ils attrayants? Repoussants?</p> <p>Dans l'ensemble, l'établissement paraîtrait-il attrayant ou repoussant pour la majorité des observateurs?</p> <p>Quelles sont les évolutions qu'il y a des efforts continus d'embellissement de l'intérieur de l'établissement? Jusqu'à quel point ces efforts sont-ils exhaustifs et efficaces?</p> <p>L'intérieur est-il décoré adéquatement et conformément à la saison?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés quant au facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>Visite de l'intérieur de l'établissement;</p> <p>entrevues avec les travailleurs du service et les clients.</p>

M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients à cause de l'esthétique incohérente, laide et/ou dénudée de l'intérieur de l'établissement. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme inutiles, sous-humains, destructeurs...), même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, il n'y a aucune décoration dans une maison de santé pour personnes âgées; dans un service de travail pour personnes adultes handicapées, la peinture des murs est écaillée, le plâtre est craquelé et tombe des murs et les surfaces intérieures sont sales.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, quelques plantes et bibelots décorent les chambres d'une maison de santé mais il y a peu d'autre chose pour la rendre attrayante; dans un centre post-scolaire pour les jeunes pauvres des minorités, il y a la peinture de certains murs qui s'écaille, il y a quelques craquelures dans le plâtre et certaines surfaces intérieures sont sales.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement parce que l'apparence intérieure de l'établissement peut ne pas sembler laide à l'observateur mais elle n'éveille pas son sens esthétique. (Plusieurs, sinon la majorité, des établissements de service humain sont dans cette situation.) Par exemple, un immeuble est moyennement propre et décoré et l'éclairage est fonctionnel mais sans attrait particulier.

Niveau 4. L'attrait de l'intérieur de l'établissement favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, bien que les autres chambres d'une résidence soient bien décorées, la salle de bain et la cuisine sont encore ternes et sans couleurs **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et le directeur du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par l'esthétique de l'intérieur de l'établissement qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, l'intérieur d'une résidence de groupe est si bien aménagé et meublé que les visiteurs non prévenus peuvent penser qu'il s'agit d'une maison modèle.

M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients à cause de l'esthétique incohérente, laide et/ou dénudée de l'intérieur de l'établissement. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme inutiles, sous-humains, destructeurs...), même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, il n'y a aucune décoration dans une maison de santé pour personnes âgées; dans un service de travail pour personnes adultes handicapées, la peinture des murs est écaillée, le plâtre est craquelé et tombe des murs et les surfaces intérieures sont sales.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, quelques plantes et bibelots décorent les chambres d'une maison de santé mais il y a peu d'autre chose pour la rendre attrayante; dans un centre post-scolaire pour les jeunes pauvres des minorités, il y a la peinture de certains murs qui s'écaille, il y a quelques craquelures dans le plâtre et certaines surfaces intérieures sont sales.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement parce que l'apparence intérieure de l'établissement peut ne pas sembler laide à l'observateur mais elle n'éveille pas son sens esthétique. (Plusieurs, sinon la majorité, des établissements de service humain sont dans cette situation.) Par exemple, un immeuble est moyennement propre et décoré et l'éclairage est fonctionnel mais sans attrait particulier.

Niveau 4. L'attrait de l'intérieur de l'établissement favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, bien que les autres chambres d'une résidence soient bien décorées, la salle de bain et la cuisine sont encore ternes et sans couleurs **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et le directeur du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par l'esthétique de l'intérieur de l'établissement qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, l'intérieur d'une résidence de groupe est si bien aménagé et meublé que les visiteurs non prévenus peuvent penser qu'il s'agit d'une maison modèle.

113 APPARENCE DE L'ETABLISSEMENT CONFORME A SES EQUIVALENTS CULTURELLEMENT VALORISES

Les observateurs auront différentes attentes à propos de ce qui se passe dans un établissement donné selon l'apparence de cet établissement, tout au moins dans les cultures occidentales ou technologiquement avancées. C'est-à-dire qu'à la fois l'extérieur et l'intérieur de l'établissement indiquent qu'il s'agit d'un endroit où les personnes vivent, travaillent, s'instruisent, se récréent, reçoivent des services médicaux ou prient, etc. Cependant, pour toute fonction, il peut y avoir une grande variété d'apparences d'établissement qui entrent dans la gamme de ce qui est culturellement normatif pour les établissements servant cette fonction. Par exemple, les types d'endroit où vivent les gens peuvent s'étendre de l'apparence d'une maison unifamiliale au gratte-ciel d'appartements ou au complexe domiciliaire. Cependant, tous ces endroits "ont l'air" de résidences et seraient rarement confondus pour des milieux de travail ou d'éducation.

Si l'apparence de l'établissement de service humain ressemble au type d'apparence attendue et existant des établissements servant des fonctions similaires auprès des personnes valorisées (i.e., les établissements qui sont les équivalents culturellement valorisés), alors il ne sera pas fait de tort à l'image de la personne qui utilise le service et elle pourrait même être améliorée. Si l'apparence de l'établissement ne correspond pas à l'attente culturelle des apparences des établissements servant des fonctions similaires pour les personnes valorisées, les clients sont susceptibles d'être vus comme bizarres, inhabituels et différents des personnes valorisées. Particulièrement si les clients sont déjà dévalorisés, une apparence non conforme aux équivalents culturellement valorisés peut amener une perception encore plus négative des clients.

La valorisation des rôles sociaux exige donc la conformité entre l'apparence de l'établissement du service humain et l'apparence des équivalents culturellement valorisés. En d'autres mots, l'établissement du service humain doit ressembler à ses parallèles culturellement valorisés, et ce, de la façon la plus susceptible d'améliorer les clients. Plus les clients risquent d'avoir une image négative, plus il est important que le service ressemble à l'équivalent le plus valorisé des équivalents les plus valorisés.

Pour la plupart des services, il est habituellement assez facile de déterminer si l'apparence de l'établissement est congruente aux équivalents culturellement valorisés puisque la majorité des types de services ont des équivalents culturellement valorisés. Par exemple, les services résidentiels doivent ressembler aux endroits où habitent les personnes valorisées; les programmes de travail doivent ressembler aux endroits où travaillent les personnes valorisées; les services qui donnent des traitements médicaux doivent ressembler aux endroits où les personnes valorisées reçoivent des traitements médicaux; les programmes éducatifs doivent ressembler aux écoles et collèges typiques et ainsi de suite. Cependant, la congruence de l'image de certains services est extrêmement difficile à juger, habituellement, pour une des deux raisons suivantes:

1. *Un service de nature ambiguë.* La nature de certains services peut être si diffuse ou ambiguë qu'il est pratiquement impossible de déterminer l'apparence optimale de l'établissement qui serait congruente à un équivalent valorisé de ce type de service. Cette situation provient habituellement du fait que différentes fonctions de programme sont mélangées dans un même service, par exemple, un programme d'"activité de jour" peut donner du travail, des loisirs, de l'éducation, de la consultation, de l'enseignement ménager dans ce même programme. Evidemment, étant donné que ces différents programmes ne se retrouvent généralement pas dans un service ou un type de services dans la société valorisée, il n'y a pas d'équivalent culturellement valorisé d'un établissement pertinent pour tous ces services combinés. Ce type de service est susceptible d'être pénalisé à la fois au regard des mesures de l'apparence de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés et sur "M131 Séparation des fonctions du programme pertinente à la culture". Au mieux, il pourrait obtenir le niveau 3 pour les deux mesures, bien qu'il puissent recevoir un niveau plus bas.

2. *Un service sans équivalent culturellement valorisé.* Certains programmes spécialisés peuvent avoir peu de ressemblances avec les équivalents culturellement valorisés. Cependant, il est difficile de penser à un service qui n'a pas d'équivalent culturellement valorisé, du moins dans les cultures occidentales, autre que les prisons. Tout programme sans équivalent culturellement valorisé ne doit pas tenter d'imiter l'identité d'un établissement différent ou sans lien mais plutôt doit répondre aux attentes culturelles à l'égard de ce type de programme (unique?), et ce, de façon la moins dommageable possible pour l'image des clients bien qu'un certain tort à l'image des clients puisse être inévitable.

Il arrive fréquemment que ce qu'un service humain prétend donner ne correspond pas à ce que les clients ont besoin ni finalement à ce qui est effectivement donné. Par exemple, une maison de santé, c'est-à-dire un immeuble de résidence à long terme qui a pour fonction de donner des soins médicaux étendus et spécialisés, peut ne pas être du tout ce dont la plupart des personnes âgées qui y vivent ont effectivement besoin. Elles peuvent n'avoir besoin que de diverses aides pratiques afin de continuer à vivre dans leurs propres maisons; mais si ces aides ne sont pas disponibles, elles peuvent avoir été obligées (on peut même leur avoir demandé) de vivre dans une maison de santé. Également, malgré ses prétentions, l'énoncé de sa mission, son permis, etc. ce qui est supposé être une maison de santé peut réellement donner très peu de soins médicaux et infirmiers. Cependant, les deux mesures suivantes doivent évaluer *la conformité de l'apparence de l'établissement avec l'apparence des établissements des équivalents culturellement valorisés qui ont la même fonction de programme et/ou service que prétend avoir le service*, plutôt que sa fonction réelle, même si la fonction annoncée n'est pas réalisée ni n'est ce dont ont besoin les clients. Dans l'exemple ci-dessus, un équivalent pertinent et culturellement valorisé d'une maison de santé serait un hôpital à l'ancienne mode (i.e., comme chez-soi), même si aucune des personnes de la maison de santé n'a besoin de services médicaux et même si elles n'en reçoivent aucun. Un autre exemple serait un refuge de nuit pour les personnes de la rue sans foyer dont le seul but est d'offrir aux personnes une place où se laver et dormir chaque soir bien que certaines des personnes qui l'utilisent puissent s'en servir comme "leur maison" durant des années. Cela ne signifie pas que les refuges de nuits doivent ressembler à un équivalent des résidences ordinaires de la culture; l'apparence d'un refuge de nuit peut légitimement ressembler à un hôtel ou motel, une auberge, une pension ou même à un arrêt de camionneurs où ils peuvent se laver, dormir et manger.

Bien sûr, si les fonctions réelles et apparentes et/ou prétendues d'un service ne sont pas les mêmes, il peut obtenir ici certains points si l'établissement se conforme aux attentes des fonctions du programme prétendu; cependant, il perdra des points sur plusieurs autres mesures ("M1252 Appariement de l'image des travailleurs aux clients", "M1231 Image liée à la valeur du regroupement des clients du service", "M2212 Compétence liée à la composition du regroupement des clients dans le service", "M231 Réponse du programme aux besoins des clients"). En fait, le service perdra probablement plus de points, parce qu'il n'est pas ce qu'il semble ou prétend être, que ce qu'il peut gagner par l'amélioration de l'image qu'il pourrait possiblement obtenir ici.

Ces questions font l'objet de deux mesures; l'une a trait à l'apparence externe de l'établissement et l'autre examine l'intérieur de l'établissement.

Le texte qui suit (en italique) s'applique aux apparences à la fois extérieure et intérieure conformes aux équivalents culturellement valorisés. Il porte sur certaines considérations qui s'appliquent lorsqu'un service n'a pas d'équivalent culturellement valorisé. Puisque les prisons sont, jusqu'à maintenant, le seul service déterminé qui n'a pas d'équivalent culturellement valorisé dans les cultures occidentales, les évaluateurs ont seulement à lire ce qui suit s'ils évaluent une prison ou un service de détention similaire.

La raison probable pour laquelle les prisons n'ont pas d'équivalent culturellement valorisé est qu'il est incertain qu'elles puissent porter le titre de "services". A moins d'être franchement organisées pour ne servir à aucune autre fonction que la réhabilitation des contrevenants, leur véritable mission est typiquement de détenir et punir la personne qui y est envoyée ou de servir une fonction de dissuasion ou autre fonction symbolique dans la société. Aussi, la prison peut possiblement être conçue comme un service à la société mais peut difficilement être considérée comme une sorte de "service" à ses clients.

De même, par leur nature et définition, les prisons sont seulement pour des personnes dévalorisées; les personnes valorisées n'ont pas de "besoin" similaire et ne reçoivent pas de réponse similaire à ce "besoin", c'est-à-dire tant qu'elles ne sont pas accusées et reconnues coupables d'un crime pour lequel elles perdront généralement leur statut valorisé.

Aussi, afin d'avoir une bonne évaluation sur cette mesure, la prison doit ressembler à ce que toute personne s'attend qu'un centre de détention ressemble, selon la culture, bien qu'elle ne doive pas nécessairement avoir des emplacements pour des mitrailleuses ou manquer de tout charme. Cependant, si une prison ressemble plus à une maison de campagne qu'à un lieu de détention, l'observateur sera probablement surpris et plusieurs réponses négatives pourront être suscitées. D'un autre côté, dans certaines cultures, du moins, l'apparence extérieure des petites prisons se distingue à peine de celle d'un certain nombre d'autres établissements. Aussi, l'image sociale des prisonniers et la réponse sociale à ces personnes seront probablement plus améliorées en les logeant dans des établissements qui ne ressemblent pas à des prisons qu'en faisant le contraire. Cependant, il n'y a aucun mérite d'organiser intentionnellement une prison qui semble menaçante.

M1131 APPARENCE EXTERIEURE DE L'ETABLISSEMENT CONFORME A SES EQUIVALENTS CULTURELLEMENT VALORISES

Présentation générale

Cette mesure évalue la conformité de l'*extérieur* (voir "Lexique de la terminologie particulière à *PASSING*") de l'établissement avec les apparences des équivalents culturellement valorisés du service. Quatre aspects majeurs de l'apparence de l'extérieur de l'établissement portent sur ce facteur.

1. *Le style de l'extérieur.* La forme et le style architectural de l'établissement du service doivent être typiques de la forme et du style des établissements qui hébergent des fonctions équivalentes pour les gens valorisés. Par exemple, si un service est supposé être une école, l'extérieur doit ressembler à ceux des autres immeubles scolaires de la société typique plutôt qu'à ceux des résidences ou des bureaux. S'il s'agit d'un endroit où vivent les personnes, il doit être du même style extérieur que les maisons ou appartements typiques et non du style des couvents, des bureaux, des usines, des prisons, etc.

2. *La taille de l'établissement.* Un établissement de service humain ne doit pas être plus gros que les établissements équivalents pour les personnes valorisées. Par exemple, l'extérieur d'une résidence de groupe ne doit pas sembler plus gros qu'une grosse maison familiale.

3. *Les accessoires extérieurs de l'établissement.* Tous les accessoires extérieurs de l'établissement, comme des rajouts, des sorties de feu, des enseignes, des clôtures, des rénovations et autres modifications externes, influencent la perception de l'établissement et influent de façons subtiles sur la conformité de l'apparence de l'établissement. Par exemple, une enseigne dans la cour d'une résidence qui a, d'autre part, une apparence typique indique qu'il s'agit du bureau d'un médecin, d'un dentiste, d'un courtier en immeuble, etc. ou que la propriété est à vendre. De même, une enseigne ou une annonce sur le toit ou le côté d'un immeuble signifie qu'il s'agit d'un immeuble commercial, d'une usine, d'un bureau, mais rarement d'une résidence sauf en certaines circonstances particulières.

4. *Le terrain de l'établissement.* Le terrain de l'immeuble, y compris la pelouse, l'entrée des automobiles, les trottoirs, les jardins, les piscines extérieures ou les aires récréatives (sauf celles entourées par l'immeuble), etc. doivent tous être conformes au style, à la taille, à la forme de ceux se trouvant à l'extérieur des services équivalents pour les personnes valorisées. De plus, même la présence de certains de ces éléments dans l'établissement doit être évaluée pour sa conformité avec les équivalents culturellement valorisés. Par exemple, une pergola sur le terrain d'un établissement de service peut être fort similaire à ceux de la société valorisée mais si la pergola est sur le terrain d'une usine, l'établissement du service est, jusqu'à un certain point, en contradiction avec les apparences des autres établissements de ce type dans la société valorisée.

TABEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1131 APPARENCE EXTERIEURE DE L'ETABLISSEMENT CONFORME A SES EQUIVALENTS CULTURELLEMENT VALORISES

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Afin d'améliorer l'image de ses clients, l'extérieur de l'établissement d'un service humain, y compris son style, sa taille, ses accessoires et son terrain, doit être conforme aux attentes relatives aux extérieurs des établissements qui donnent des services ou combinent des fonctions similaires pour les personnes valorisées, et ce, de la façon la plus positive possible.</p>	<p>L'éducation se donne dans des édifices dont l'extérieur ressemble à des écoles.</p> <p>Un édifice dont l'extérieur ressemble à une église sert à l'exercice du culte religieux.</p>	<p>Un programme spécial d'éducation pour les enfants atteints de surdité est situé dans un édifice qui ressemble à une �cole primaire régulière. (Très positif)</p> <p>L'établissement d'un atelier protégé pour un groupe de personnes handicapées de la vue est situé dans un gros édifice de type industriel. (Très positif)</p> <p>Le siège social administratif d'une agence qui gère un système très étendu de petites résidences pour personnes âgées est situé dans un édifice qui ressemble à un immeuble à bureaux. (Très positif)</p> <p>Un service résidentiel de soins à long terme pour les personnes âgées et handicapées ressemble à un petit hôpital.</p>	<p>Un programme de travail pour des adultes ayant un retard mental est situé dans un édifice qui ressemble à une �cole. (Extrêmement négatif)</p> <p>Une classe d'alphabétisation a lieu dans un édifice dont l'extérieur ressemble à un bar. (Extrêmement négatif)</p>

Différences entre "M1131 Apparence extérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et les autres mesures

1. Cette mesure est l'une de celles qui évaluent les images provenant des aspects de l'*extérieur* de l'établissement de service ("M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage", "M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement" et "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge") et ne doit pas être prise pour elles.

2. La congruence entre l'*intérieur* de l'établissement et les normes culturelles concernant les établissements similaires pour les personnes valorisées est évaluée par "M1132 Apparence intérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés".

3. Un service peut combiner diverses fonctions de programme dans un établissement qui se retrouveraient habituellement séparées dans la société normative ou il peut effectuer certaines activités dans un programme qui ne sont généralement pas effectuées dans des programmes de cette nature auprès des personnes valorisées. Ces sortes de mélanges de *programmes* ou de désaccords de *programmes* (non d'*établissement*) sont présentées et mesurées par "M131 Séparation des fonctions du programme pertinente à la culture" plutôt qu'ici.

4. Certains services peuvent exercer une fonction qui n'est pas pertinente ou qui n'est pas nécessaire à tous ou à certains de ses clients. Par exemple, plusieurs personnes âgées vivant dans les maisons de santé ne sont pas malades, ni malades, et n'ont pas besoin des soins médicaux qu'on attend d'un établissement de soins. Cependant, si un service que la majorité des gens percevraient probablement comme devant être donné dans une maison de santé, était dans un édifice semblable à ses équivalents culturellement valorisés (ex. un hôpital), il aurait une excellente note sur cette mesure. S'il sert en réalité le mauvais type de client, il serait pénalisé par les mesures: "M2212 Compétence liée à la composition du regroupement des clients dans le service", "M1231 Image liée à la valeur sociale du regroupement des clients", "M1252 Appariement de l'image des travailleurs aux clients" et "M231 Réponse du programme aux besoins des clients".

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1131 APPARENCE EXTERIEURE DE L'ETABLISSEMENT CONFORME A SES EQUIVALENTS CULTURELLEMENT VALORISES

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
<p>Avant de parvenir au consensus final sur cette mesure, l'équipe doit s'assurer que <i>tous</i> les membres ont la <i>même</i> définition de l'extérieur de l'établissement pour le(s) programme(s) évalué(s).</p> <p>Les évaluateurs doivent s'assurer d'évaluer la conformité de l'apparence de l'établissement avec un équivalent normatif valorisé de la fonction à laquelle l'établissement semblerait servir aux yeux de la majorité des citoyens.</p> <p>Les évaluateurs doivent considérer le style et la taille de l'immeuble et ses terrains, ainsi que ses enseignes, rénovations, rajouts, équipements extérieurs, pelouse et sol, etc.</p> <p>Les évaluateurs doivent évaluer seulement l'image de la conformité de l'établissement du (des) service(s) évalué(s) et <i>non</i> d'autres programmes qui pourraient également avoir lieu dans le même établissement.</p> <p>Certaines personnes courent plus de risques que d'autres de recevoir une image négative. Les évaluateurs doivent donner plus de poids à l'apparence problématique d'un établissement qui crée ou renforce les stéréotypes négatifs existants pour ces clients.</p> <p>Si un service mélange diverses fonctions qui sont habituellement séparées dans la société normative (ex. des clients qui vivent et vont à l'école dans le même édifice) ou si un service n'a pas d'équivalent culturellement valorisé, alors une bonne conformité de l'image aux équivalents culturellement valorisés sera difficilement atteinte.</p> <p>Afin de déterminer le niveau de cette mesure, les évaluateurs peuvent examiner l'établissement en faisant abstraction de son environnement, i.e., en ignorant l'apparence et les images des autres immeubles ou les lieux du voisinage.</p>	<p>Quelle fonction de la vie (éducation, loisirs, aide médicale, lieu pour habiter, etc.) le service semblerait-il servir aux yeux de la majorité des citoyens? Si l'établissement offre plus d'un type de programme, faites-en la liste.</p> <p>Quelle apparence extérieure ont les établissements qui fournissent des fonctions de vie similaires aux personnes valorisées?</p> <p>Quelle(s) fonctions de vie suggère l'extérieur de l'établissement à un observateur attentif et non familier du programme?</p> <p>Un observateur s'attendrait-il à trouver certaines caractéristiques, ameublements et/ou installations extérieures d'un équivalent normatif et typique du service évalué (i.e., une place où les personnes typiques étudient, vivent, travaillent, etc.) qui ne sont pas présents dans l'établissement du service? Un observateur s'attendrait-il à <i>ne pas</i> trouver des caractéristiques, ameublements et/ou installations qui <i>sont</i> présents à l'extérieur de l'établissement du service?</p> <p>De quelles façons l'appariement entre le type de service et l'apparence extérieure de l'établissement améliore-t-il ou rabaisse-t-il l'image des personnes servies? Quelles sont les images positives ou négatives des clients transmises par la conformité ou la non-conformité de l'établissement avec ses équivalents culturellement valorisés?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>La description des programmes;</p> <p>l'observation des programmes;</p> <p>les entrevues avec les travailleurs du service et le public;</p> <p>l'examen de l'extérieur de l'établissement y compris ses terrains et accessoires.</p>

M1131 Apparence extérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients à cause de la non-conformité extrême de l'apparence extérieure de l'établissement avec l'apparence de ses équivalents culturellement valorisés. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme sous-humains, menaçants, inutiles, incompetents, contagieux...), même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, un programme de réadaptation pour des hommes handicapés mentaux est dans un édifice qui ressemble à une prison.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, un programme d'éducation aux adultes, non d'apprentissage au travail, est situé dans un édifice dont l'extérieur ressemble à une usine; un programme d'apprentissage au travail pour adolescent prend place dans ce qui ressemble de l'extérieur à une maison familiale typique; un service de nutrition pour personnes âgées est situé dans un édifice qui a déjà été un gros garage commercial et qui y ressemble encore.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement par la conformité de l'établissement avec ses équivalents culturellement valorisés. Par exemple, l'apparence extérieure de l'établissement est ambiguë et permet de multiples interprétations, tel un édifice préfabriqué qui abrite un centre de jour pour personnes âgées; la nature du programme lui-même est légitimement ambiguë ou équivoque, et il est alors difficile de trouver un établissement qui en est l'équivalent, tel un service qui intègre des jeunes dans des activités communautaires et des expéditions dans la nature sauvage et qui serait géré dans un édifice ayant l'air à la fois d'un restaurant, d'un magasin et d'un bureau.

Niveau 4. La conformité de l'apparence extérieure à ses équivalents culturellement valorisés favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, la taille d'un édifice, par ailleurs conforme, peut être légèrement trop grosse ou petite, compte tenu du type de service, **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et le directeur du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur, et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par la conformité de l'apparence extérieure à ses équivalents culturellement valorisés qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, une résidence de groupe est située dans ce qui ressemble, de l'extérieur, à une résidence familiale; un programme de développement précoce pour jeune enfant est situé dans un édifice qui ressemble, de l'extérieur, à une petite école ou à une garderie.

M1132 APPARENCE INTERIEURE DE L'ETABLISSEMENT CONFORME A SES EQUIVALENTS CULTURELLEMENT VALORISES

Présentation générale

Cette mesure évalue la conformité de l'*intérieur* (voir "Lexique de la terminologie particulière à *PASSING*") de l'établissement avec les apparences des intérieurs des équivalents culturellement valorisés du service. Il y a trois aspects majeurs de l'apparence de l'intérieur de l'établissement qui portent sur ce facteur.

1. *La forme de l'intérieur.* La forme intérieure de l'immeuble doit être typique de la forme intérieure des établissements qui hébergent des fonctions équivalentes pour les gens valorisés. Par exemple, si la personne habite un établissement, l'intérieur doit ressembler à un des *multiples* types de résidences (ex. un appartement), plutôt qu'à un bureau, une usine, une toilette publique, etc.

2. *Les accessoires intérieurs.* Les accessoires tels que les décorations, les rideaux et les draperies, les tapisseries, etc. doivent être conformes à ceux que l'on trouverait dans les établissements équivalents pour les personnes valorisées dans la culture en général. Par exemple, les tapisseries à motifs de bouquets de fleurs ne sont pas typiques dans les écoles et amèneraient (possiblement inconsciemment) à l'esprit de l'observateur des questions sur les étudiants de l'école.

3. *L'ameublement intérieur.* Le type et le style d'ameublement d'un service humain doivent être typiques du type et du style d'ameublement qu'on trouverait dans les établissements équivalents pour les personnes valorisées. Par exemple, on ne s'attend à trouver des lits que dans les résidences, les hôtels et les services hospitaliers; s'il y avait des lits dans un service de travail ou de scolarisation pour les personnes dévalorisées (plutôt qu'une civière à l'infirmerie peut-être), les attentes culturelles typiques seraient enfreintes et l'image des clients servis dans cet établissement serait à risque sinon effectivement diminuée; par exemple, ils seraient perçus comme des patients malades. De même, certains types de bureaux, de chaises et de tables ne se trouvent habituellement que dans les programmes éducatifs et il est inattendu, incongru et bizarre de les trouver (au moins en certain nombre) dans d'autres types d'établissement.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1132 APPARENCE INTERIEURE DE L'ETABLISSEMENT CONFORME A SES EQUIVALENTS CULTURELLEMENT VALORISES

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Afin d'améliorer l'image sociale de ses clients, la forme, les accessoires et les décorations d'un service humain doivent s'apparier aux attentes culturelles sur les intérieurs des établissements qui offrent des services ou servent des fonctions similaires auprès des personnes valorisées.</p>	<p>Les programmes éducatifs ont habituellement lieu dans ce qui ressemble à des classes d'école plutôt que dans des chambres, des corridors ou des toilettes.</p> <p>Les programmes de travail ont surtout lieu dans des usines ou des immeubles à bureaux plutôt que dans des églises, des théâtres ou des gymnases.</p> <p>Les chambres de bain des maisons typiques dans la culture des personnes valorisées ont une douche et/ou un bain, une toilette et un lavabo. S'il était nécessaire d'avoir plus d'un de ces éléments afin de satisfaire les besoins du nombre de personnes vivant à cet endroit, il y aurait une deuxième chambre de bain d'installée plutôt que d'avoir plusieurs de ces éléments dans la même chambre de bain comme c'est fréquemment le cas dans les édifices publics tels que les centres communautaires, les édifices à bureaux, les écoles ou les aéroports.</p>	<p>Un centre culturel pour femmes et hommes âgés est meublé de gros fauteuils et de sofas bien rembourrés et décoré d'affiches de théâtre, de photographies de paysages et de reproductions d'oeuvres d'art classiques majeures.</p>	<p>Une classe pour enfants présentant un retard mental est en réalité la salle de banquet d'un vieux château.</p> <p>Une table et des bancs de pique-nique servent de table et de chaises à dîner dans une résidence pour hommes ayant des troubles mentaux.</p>

Différences entre "M1132 Apparence intérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et les autres mesures

1. Cette mesure est l'une de celles qui évaluent les images transmises par certains aspects de l'*intérieur* de l'établissement du service ("M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement", "M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge" et "M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes") et ne doit pas être prise pour elles.

2. L'appariement entre l'*extérieur* de l'établissement et les extérieurs des établissements équivalents valorisés est mesuré par "M1131 Apparence extérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés".

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1132 APPARENCE INTERIEURE DE L'ETABLISSEMENT CONFORME A SES EQUIVALENTS CULTURELLEMENT VALORISES

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
<p>Avant d'arriver au consensus final sur cette mesure, l'équipe doit s'assurer que <i>tous</i> les membres ont la <i>même</i> définition de l'intérieur de l'établissement pour le(s) programme(s) évalué(s).</p> <p>Les évaluateurs doivent s'assurer d'évaluer la conformité de l'apparence de l'établissement avec un équivalent normatif et valorisé de la fonction qu'il semblerait servir aux yeux de la majorité des citoyens.</p> <p>Les évaluateurs doivent évaluer seulement la conformité de l'établissement aux équivalents des services valorisés et non d'autres programmes de cet établissement.</p> <p>Si le service est situé dans un établissement qui est partagé avec d'autres programmes qui ne font pas l'objet de l'évaluation, les critères de la mesure ne seront appliqués qu'aux endroits intérieurs de l'établissement contrôlé ou utilisé par le programme évalué.</p> <p>L'apparence des endroits intérieurs de l'établissement où les clients passent le plus de temps et que l'établissement contrôle le mieux doit obtenir le plus d'importance dans l'attribution du niveau de la mesure.</p> <p>Certaines personnes courent plus de risque que d'autres de recevoir une image négative. Les évaluateurs doivent donner plus de poids aux images qui créent ou renforcent les stéréotypes négatifs existants.</p> <p>Si un service mélange diverses fonctions habituellement séparées dans la société normative (ex. des clients qui vivent et vont à l'école dans le même édifice) ou si un service n'a pas d'équivalent culturellement valorisé, alors la conformité de l'image aux équivalents culturellement valorisés sera difficilement atteinte.</p> <p>Lorsque les services servent un plus grand nombre de personnes que les "services" équivalents aux personnes valorisées, ils entraînent inévitablement la présence dans l'établissement de certains ameublements et/ou accessoires qui sont culturellement inappropriés.</p> <p>Advenant que le service n'a pas d'immeuble, cette mesure ne doit pas faire partie du calcul du score total; plutôt, le score total sera obtenu par la méthode du prorata (voir les sections pertinentes de <i>Guideline for Evaluators During a PASS, PASSING, or Similar Assessment of Human Service Quality</i>).</p>	<p>Quelle fonction de la vie (éducation, loisirs, aide médicale, lieu pour habiter, etc.) le service semblerait-il servir aux yeux de la majorité des citoyens dans l'établissement? Si l'établissement offre plus d'un type de programme, faites-en la liste.</p> <p>Quelle(s) fonctions de vie suggère l'intérieur de l'établissement à un observateur attentif et non familier du programme?</p> <p>Un observateur s'attendrait-il à trouver certaines caractéristiques, ameublements et/ou installations de l'intérieur d'un équivalent normatif et typique du service évalué (i.e., une place où les personnes typiques étudient, vivent, travaillent, etc.) qui ne sont pas présents dans l'établissement du service? Un observateur s'attendrait-il à <i>ne pas</i> trouver des caractéristiques, ameublements et/ou installations qui <i>sont</i> présents à l'intérieur de l'établissement du service? De quelles façons l'appariement entre le type de service et l'apparence intérieure de l'établissement améliore-t-il ou rabaisse-t-il l'image des personnes servies? Quelles sont les images positives ou négatives des clients transmises par la conformité ou la non-conformité de l'établissement avec ses équivalents culturellement valorisés?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>Les descriptions des programmes;</p> <p>les observations des programmes;</p> <p>la visite et l'examen de l'intérieur de l'établissement du service;</p> <p>les entrevues avec les clients et les travailleurs du service.</p>

M1132 Apparence intérieure de l'établissement conforme à ses équivalents culturellement valorisés

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients par la non-conformité extrême de l'apparence intérieure de l'établissement avec l'apparence intérieure de ses équivalents culturellement valorisés. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme sous-humains, menaçants, inutiles, incompetents, contagieux), même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, les murs d'un grand et haut salon d'un établissement résidentiel sont recouverts de tuiles de chambre de bain et le passage est décoré de façon à ressembler à une rue de ville avec ses panneaux indicateurs de rues, ses enseignes de signalisation et d'arrêt, et des bordures jaunes de trottoirs.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, un établissement de travail pour des adultes handicapés a des paniers de ballon-panier sur les murs et une scène à l'extrémité de la pièce, possiblement parce que l'établissement fut autrefois une église.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement par la conformité de l'apparence intérieure de l'établissement. Par exemple, l'apparence interne de l'établissement du service est ambiguë et permet plusieurs interprétations; la nature du programme est *légitimement* (i.e., selon les critères culturels) équivoque ou ambiguë, il serait donc difficile de trouver un établissement qui serait un équivalent clair et harmonieux, tel un centre récréatif postscolaire pour les jeunes situé dans une salle multifonctionnelle du sous-sol d'une église.

Niveau 4. La conformité de l'apparence intérieure de l'établissement à ses équivalents culturellement valorisés favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, la majorité des aspects d'une résidence de groupe ressemblent à ce qu'on s'attendrait à trouver dans les résidences des gens typiques sauf en ce qui a trait à l'équipement de la cuisine (cuisinière, réfrigérateur/congélateur, évier...), **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et le directeur du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par la conformité de l'intérieur de l'établissement à ses équivalents culturellement valorisés qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, l'intérieur d'un programme de travail ressemble non seulement de toutes les façons possibles à un endroit où travaillent des gens mais présente également dans son hall d'entrée un étalage d'échantillons des meilleurs produits de l'industrie.

114 IMAGE DE L'ETABLISSEMENT APPROPRIÉE A L'ÂGE

Dans notre culture, certaines apparences d'édifices sont associées à certains groupes d'âge. Par exemple, les gens s'attendent à trouver des balançoires et des glissoires sur les terrains des établissements pour enfants, diverses décorations représentant des contes de fées ou des contes rimés seulement dans les établissements pour jeunes enfants, des affiches de groupes de musique rock ou de vedettes du rock principalement dans les établissements pour adolescents ou jeunes adultes, des reproductions d'oeuvres d'art célèbres, des vases, des figurines de porcelaine, une collection de bibelots orientaux, etc. dans les établissements pour les personnes d'âge mûr, etc. Lorsque l'image de l'âge projetée par l'établissement s'accorde à l'âge réel des personnes servies par l'établissement, les attentes culturelles sont satisfaites et l'image des clients est susceptible d'être améliorée ou au moins aucun tort ne lui est fait. Lorsque l'apparence de l'établissement ne concorde pas avec les attentes culturelles relatives aux établissements des personnes du même âge que les clients, alors

- a. il y a une discordance et les discordances provoquent souvent des réponses négatives de la part des observateurs,
- b. l'accent est mis sur le désaccord et les observateurs examineront (consciemment ou non) une situation à laquelle ils n'auraient pas, autrement, porté attention et,
- c. les clients qui utilisent l'édifice risquent davantage d'être perçus négativement.

Afin d'améliorer l'image sociale de ses clients, un service humain doit accorder l'image de l'âge de ses clients projetée par l'établissement à leur âge réel de façon au moins similaire à ce qui se fait dans la société en général (et même qui améliore davantage l'image des clients). En d'autres mots, la valorisation du rôle social exige que l'apparence d'un établissement du service humain souligne les aspects positifs de l'identité liée à l'âge de ses clients.

Un établissement peut transmettre des images d'âge qui feront du tort aux clients en rabaisant ou en rehaussant de façon inappropriée leur âge. Le rabaissement de leur âge se fait lorsqu'une image ou une interprétation des personnes les présentent comme plus jeunes qu'elles ne le sont; un rehaussement non approprié de leur âge se fait lorsqu'une image ou une interprétation les montrent beaucoup plus âgées qu'elles ne le sont. Ordinairement, il est plus dommageable pour les personnes d'avoir une image d'âge rabaisée que rehaussée, sauf si le rehaussement de l'âge les présente comme beaucoup plus âgées qu'elles ne le sont ou excessivement âgées. Par exemple, il peut être assez favorable pour une jeune personne ayant un retard mental d'être servie dans un établissement qui la présente comme une personne d'âge mûr, mais il ne lui serait pas bénéfique d'être présentée comme plus jeune ou beaucoup plus vieille.

Les personnes suivantes risquent davantage d'avoir une image déformée de leur âge. Habituellement, les personnes handicapées mentales et parfois les personnes handicapées physiques sont présentées comme plus jeunes; souvent, les personnes âgées ont une image qui les présente comme des enfants. Dans notre société, le groupe de personnes les plus susceptibles d'avoir, de façon non appropriée, une image rehaussée de leur âge sont les jeunes adolescentes qui sont parfois présentées comme s'approchant ou étant au début de la vingtaine; elles sont alors qualifiées de "précoces".

Les deux mesures de cette section ("M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge" et "M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge") évaluent la pertinence de l'image de l'âge de l'extérieur et de l'intérieur de l'établissement.

M1141 IMAGE DE L'EXTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT APPROPRIEE A L'AGE

Présentation générale

Deux aspects majeurs de l'apparence extérieure de l'établissement portent sur l'image de l'âge des clients:

1. *Le style extérieur de l'établissement.* La forme et le style architectural de l'extérieur d'un établissement doivent être typiques de la forme et du style extérieurs des établissements où sont servies les personnes valorisées du même âge que les clients. Par exemple, les édifices scolaires peuvent presque toujours être distingués les uns des autres selon l'âge de leurs étudiants. (C'est-à-dire que les édifices scolaires élémentaires et les universités peuvent partager certaines caractéristiques communes mais sont néanmoins habituellement différenciables.) Donc, si un édifice sert d'école pour enfants, l'extérieur doit ressembler à une école primaire et non à un collège ou à une université; s'il s'agit d'une usine (pour les adultes), l'extérieur doit ressembler à un édifice pour adultes et non pour enfants, etc.

2. *Les accessoires permanents et semi-permanents et les autres caractéristiques.* Les accessoires extérieurs, tels les rajouts, les enseignes, les clôtures, les rénovations et autres modifications influencent souvent la perception que l'on peut avoir d'un établissement et peuvent modifier l'image de l'âge projetée par un établissement qui aurait, autrement, une image appropriée de l'âge de ses clients. Par exemple, un établissement résidentiel ayant une petite piscine d'enfant sur le gazon transférerait une image adéquate si effectivement des enfants y vivaient. Au contraire, une résidence pour adolescents aurait une image très discordante s'il y avait des accessoires de terrains de jeux pour jeunes enfants sur le terrain, tels que des petites balançoires, des glissoires, des balançoires à bascules, etc.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1141 IMAGE DE L'EXTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT APPROPRIEE A L'AGE

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Afin d'améliorer l'image sociale de ses clients, l'extérieur d'un service humain doit refléter adéquatement l'âge de ses clients et même, si possible, faire ressortir les aspects positifs de l'identité liée à l'âge des clients.</p>	<p>Les décorations des jours de fête à l'extérieur d'une école pour enfants sont habituellement différentes de celles à l'extérieur d'un établissement d'affaires ou d'un autre type pour adultes.</p> <p>De grosses enseignes de couleurs vives présentant des silhouettes formées de bâtonnets placées à l'entrée d'un édifice soulignent qu'il s'agit habituellement d'un édifice logeant un service pour des enfants.</p> <p>Un immeuble à bureaux où travaillent des adultes a un extérieur impeccable et convenant aux adultes: les portes extérieures et les fenêtres sont d'une hauteur adéquate pour les adultes; une enseigne, très normative et projetant une image d'adulte à l'avant du terrain, présente la liste des bureaux de l'édifice.</p>	<p>Un programme spécial pour les enfants de six à dix ans ayant une surdité est situé dans un édifice qui ressemble à une école primaire régulière. (Très positif)</p> <p>Le programme d'apprentissage au travail pour un groupe d'adultes aveugles est situé dans un gros édifice de type industriel. (Très positif)</p>	<p>Une classe d'alphabétisation pour adultes est située dans ce qui fut et qui ressemble encore à une école primaire. (Extrêmement négatif)</p> <p>Des personnes âgées et pauvres reçoivent des repas gratuits dans une aile inutilisée d'une école secondaire qui a encore l'apparence d'une école secondaire.</p> <p>Un terrain et les paniers de ballon-panier sont sur le terrain d'un établissement de travail pour des adultes ayant un retard mental.</p>

Différences entre "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge" et les autres mesures

1. L'image de l'âge des clients projetée par l'*intérieur* de l'établissement est évaluée par "M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge".

2. Cette mesure est l'une de celles qui évaluent les images provenant des aspects de l'*extérieur* de l'établissement du service ("M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage", "M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement" et "M1131 Apparence extérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés") et ne doit pas être prise pour elles.

a. Il est possible que l'extérieur de l'établissement soit très attrayant ("M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement") mais soit néanmoins non approprié à l'âge de ses clients.

b. La conformité de l'apparence de l'établissement aux standards culturels pour les établissements servant les personnes valorisées, indépendamment de l'image de l'âge, est évaluée par "M1131 Apparence extérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés". Par exemple, la question de savoir si l'extérieur d'un établissement scolaire ressemble à l'extérieur d'un établissement pour les personnes culturellement valorisées est évalué par M1131; la mesure présente évalue si l'extérieur de l'établissement scolaire pour des enfants ressemble aux extérieurs d'établissements scolaires pour enfants, si celui pour des adolescents ressemble aux extérieurs d'établissements scolaires servant des adolescents, si celui pour des adultes ressemble à ceux pour des adultes, etc.

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1141 IMAGE DE L'EXTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT APPROPRIEE A L'AGE

<p align="center">Quelques considérations importantes concernant la mesure</p>	<p align="center">Quelques questions clefs à répondre</p>	<p align="center">Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure</p>
<p>Avant de parvenir au consensus final sur cette mesure, l'équipe doit s'assurer que <i>tous</i> ses membres partagent la <i>même</i> définition de l'extérieur de l'établissement du (des) programme(s) évalué(s).</p> <p>Evaluez l'établissement seulement en fonction des programmes évalués et non au regard d'autres programmes pouvant partager le même établissement.</p> <p>Seuls les aspects majeurs et/ou relativement permanents doivent être ici évalués. Par exemple, un ballon d'enfant traînant sur le terrain du service ne sera pas pris en compte alors qu'un terrain équipé pour le ballon-panier ou la gymnastique le sera.</p> <p>Certains types de personnes dévalorisées sont particulièrement susceptibles d'être perçues comme plus jeunes qu'elles ne le sont et d'être conséquemment servies dans des établissements non appropriés à leur âge réel. Particulièrement dans les établissements servant ces groupes de personnes, les travailleurs du programme doivent "redresser les torts" pour améliorer l'image de l'âge de leurs clients; de plus, les évaluateurs doivent garder à l'esprit le degré de risque pour l'image des clients lorsqu'ils attribueront le niveau.</p> <p>Un établissement qui n'a pratiquement pas d'éléments culturellement normatifs qui communiquent habituellement des messages sur l'âge des clients, comme des décorations, ne recevra probablement ni le plus haut niveau ni le plus bas, à moins de circonstances très particulières.</p>	<p>Quel âge ont les clients du service évalué?</p> <p>Quel âge donnerait aux clients un observateur s'il n'examinait que la forme et les accessoires de l'extérieur de l'établissement?</p> <p>L'image de l'âge des clients projetée par l'extérieur de l'établissement s'accorde-t-elle à leur âge réel et/ou améliore-t-elle les aspects positifs de l'identité liée à leur âge?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>La visite de l'extérieur de l'établissement du service;</p> <p>les dossiers des clients;</p> <p>l'observation des clients;</p> <p>les entrevues avec les clients et les travailleurs du service.</p>

M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients par une discordance très dégradante pour leur âge entre l'apparence externe de l'établissement et l'âge réel des personnes servies. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme enfantins, éternels enfants, incompetents, etc.) même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, un service de restauration pour les personnes âgées est situé dans un édifice qui fut déjà une école pour jeunes enfants, qui a été construit d'évidence à cette fin et qui en a encore l'allure; un programme de travail pour les adultes ayant un retard mental est situé dans un édifice qui fut une garderie et un centre récréatif pour les enfants.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1. A ce niveau, la discordance peut encore rehausser de façon non appropriée l'âge (i.e., elle présente les personnes comme beaucoup plus vieilles qu'elles ne le sont) ou rabaisser l'âge, probablement parce que:

- a. la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, des enfants sont servis dans un milieu qui ressemble à ceux pour les adultes; un programme de travail pour adultes ayant un retard mental est situé dans un édifice qui fut et ressemble encore beaucoup à l'extérieur d'une école d'apprentissage au travail pour les adolescents, **ou**
- b. pour la majorité des clients ou pour la plupart du temps les niveaux 3, 4 ou 5 sont valables, mais les conditions du niveau 1 existent pour au moins quelques clients ou durant certaines périodes, par exemple la décoration et la forme de l'extérieur de l'établissement peuvent être incompatibles avec l'âge de seulement une petite partie des clients, possiblement à cause d'une infraction aux règles de regroupement.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement parce que le milieu extérieur de l'établissement est soit:

- a. totalement dénudé de caractéristiques qui transmettraient des images sur l'âge des clients (et qui obtiendrait probablement un niveau peu élevé à "M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement"), **ou**
- b. utilisé habituellement et adéquatement par des gens de tous les âges (par exemple, une maison unifamiliale) **ou**,
- c. autrement, ambigu au regard de l'âge.

Niveau 4. La pertinence de l'apparence extérieure de l'établissement à l'âge des clients favorise beaucoup l'amélioration de leur image mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, un établissement de travail pour adultes semble tout à fait approprié à l'âge sauf qu'il y a une décoration d'Halloween en papier de construction à la porte d'entrée, **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour certains mais pas pour tous les clients; l'image de certains clients peut même possiblement en souffrir, par exemple, bien que tous les aspects de l'extérieur de l'établissement soient parfaitement appropriés pour la majorité des clients, qui sont des adultes, il y a quelques enfants pour qui l'apparence extérieure de l'établissement est non appropriée **ou**

- c. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et les dirigeants du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par l'apparence extérieure appropriée à l'âge des clients qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, un service développemental pour les enfants est situé dans un établissement spécifiquement adapté aux besoins des enfants et qui a un terrain de jeux très attrayant pour les jeunes enfants, et évidemment, pour ceux qui leur ressemblent.

M1142 IMAGE DE L'INTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT APPROPRIEE A L'AGE

Présentation générale

Trois aspects majeurs de l'apparence intérieure de l'établissement portent sur l'image de l'âge des clients:

1. *La structure de l'intérieur de l'établissement.* Il y a certains éléments structuraux de l'immeuble qui transmettent des images sur l'âge de ses utilisateurs. Habituellement, ces caractéristiques ont trait à la hauteur ou à la grosseur de divers éléments permanents et/ou encastrés dans la structure. Ainsi, un édifice servant de garderie peut avoir des fenêtres, des éviers, des commutateurs, et des étagères des porte-vêtements muraux qui sont bas; les toilettes peuvent être basses et petites; les prises électriques peuvent être faites de façon à ce que les enfants ne puissent y entrer quoi que ce soit, etc. D'un autre côté, les établissements pour adultes doivent avoir des armoires et penderies à hauteur d'adulte, des éviers et des porte-manteaux muraux plus hauts que ceux des établissements pour enfants, de grands miroirs, des toilettes et urinoirs pour adultes, etc.

2. *L'ameublement intérieur de l'établissement.* Le type et le style d'ameublement d'un service humain doivent être conformes au type et au style d'ameublement présent dans les autres établissements pour les personnes valorisées du même âge que les clients. Par exemple, on s'attendrait à trouver des lits à barreaux pour enfant seulement dans les lieux où dorment les très jeunes enfants et non où dorment les enfants de six ou sept ans ou, encore pire, les adolescents. De même, la taille des bureaux et des chaises ainsi que la hauteur des babillards et des tableaux noirs dans les écoles indiquent l'âge probable des étudiants. Dans un établissement réservé exclusivement aux enfants, on serait surpris de trouver une table de billard ou des machines-outils industrielles.

3. *Les accessoires intérieurs et les décorations de l'établissement.* Tous les accessoires intérieurs de l'établissement tels que les décorations, les rideaux et draperies, les tapisseries, etc. doivent être conformes au type d'accessoires qu'on trouverait dans les établissements pour les personnes valorisées du même âge dans la culture en général. Par exemple, un couvre-pied et des rideaux appariés aux noms et aux logos des équipes de football imprimés de couleurs vives indiqueraient qu'il s'agit d'une chambre d'enfant ou d'adolescent et non celle d'un adulte.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1142 IMAGE DE L'INTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT APPROPRIEE A L'AGE

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Afin d'améliorer l'image sociale de ses clients, l'intérieur d'un service humain doit refléter adéquatement l'âge de ses clients et même, si possible, faire ressortir les aspects positifs de l'identité liée à leur âge.</p>	<p>Les classes dans les écoles sont typiquement meublées de bureaux, de chaises, de tables, de billards, et décorés d'images et d'affiches s'accordant à l'âge des élèves de la classe.</p> <p>Les décorations d'une chambre d'enfant sont très différentes de celles d'une chambre d'adolescent ou d'adulte.</p> <p>Dans les établissements pour enfants (tels que les écoles primaires), les fontaines et les fenêtres sont basses.</p>	<p>Les chambres d'une résidence de groupe à court terme pour enfants attendant l'adoption sont peintes en bleu et jaune pâles, ont des images présentant des personnages de fables et ont des animaux en peluche sur les lits. Il y a des fauteuils-sac-de-fèves dans le coin de chaque chambre. (Très positif)</p>	<p>Les murs d'un centre d'apprentissage au travail pour adolescents ayant un retard mental sont décorés de découpages en papier-construction représentant les machines et les outils utilisés par les travailleurs ainsi que des dessins d'enfants présentant les métiers que pourront exercer les apprentis lorsqu'ils auront "grandi". (Extrêmement négatif)</p>

Différences entre "M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge" et les autres mesures

1. Cette mesure est l'une de celles qui évaluent les images transmises par les aspects de l'intérieur de l'établissement de service ("M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement", "M1132 Apparence intérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et "M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes") et ne doit pas être prise pour elles.

- a. Il est possible que l'intérieur de l'établissement soit très attrayant mais soit néanmoins incompatible avec l'âge de ses clients. Donc, cette mesure n'est pas la même que "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement". De plus, un établissement peut être totalement dénudé de tous éléments culturellement normatifs (tel des décorations) qui transmettent aux observateurs des messages sur l'âge des utilisateurs de l'établissement. Lorsqu'un environnement est ainsi dénudé, il sera probablement pénalisé sur "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement". Cependant, tant qu'il ne communique pas une image *fausse* sur l'âge des clients (i.e. qu'ils sont des enfants alors qu'ils sont effectivement des adultes), le programme ne sera probablement pas évalué à un bas niveau sur cette mesure. Néanmoins, il ne sera probablement pas placé à un niveau élevé non plus en considérant les exigences des niveaux 4 et 5.
- b. La conformité de l'intérieur de l'établissement aux standards culturels pour les établissements servant les personnes valorisées est évaluée par "M1132 Apparence intérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés". Par exemple, le degré de ressemblance de l'intérieur de l'établissement avec l'intérieur d'une usine, d'une fonderie, d'un commerce, etc. est évalué par "M1132 Apparence intérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés", alors que le degré de ressemblance à un établissement pour adultes plutôt que pour enfants est évalué par la présente mesure.

2. Finalement, une caractéristique physique peut être pertinente à l'âge des clients sans favoriser leur croissance et leur développement. Aussi, cette caractéristique peut recevoir une bonne note sur la présente mesure mais non sur "M214 Caractéristiques de sécurité et de défi de l'établissement".

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1142 IMAGE DE L'INTERIEUR DE L'ETABLISSEMENT APPROPRIEE A L'AGE

<p align="center">Quelques considérations importantes concernant la mesure</p>	<p align="center">Quelques questions clefs à répondre</p>	<p align="center">Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure</p>
<p>Avant de parvenir au consensus final sur cette mesure, l'équipe doit s'assurer que <i>tous</i> ses membres partagent la <i>même</i> définition de l'intérieur de l'établissement du (des) programme(s) évalué(s).</p> <p>Évaluez l'établissement seulement en fonction des programmes évalués et non en tenant compte d'autres programmes pouvant être situés dans le même établissement.</p> <p>Certains types de personnes dévalorisées sont particulièrement susceptibles d'être perçues comme plus jeunes qu'elles ne le sont et d'être conséquemment servies dans des établissements non appropriés à leur âge réel. Particulièrement dans les services pour ces groupes de personnes, les travailleurs du programme doivent "redresser les torts" pour améliorer l'image de l'âge de leurs clients; de plus, les évaluateurs doivent garder à l'esprit le degré de risque pour l'image des clients lorsqu'ils attribueront le niveau.</p> <p>Lorsqu'un programme regroupe des personnes d'âge (particulièrement très) différent dans un même établissement, il devient presque impossible que le service reçoive même un niveau 4 sur cette mesure et encore moins le niveau optimal.</p> <p>Un établissement qui n'a pratiquement pas d'éléments culturellement normatifs qui communiquent habituellement des messages sur l'âge des clients, tels des décorations, ne recevra probablement ni les deux plus hauts niveaux ni les deux plus bas, à moins de circonstances très particulières.</p>	<p>Quel âge ont les clients du service évalué?</p> <p>Quel âge donnerait aux clients un observateur s'il n'examinait que la forme, l'ameublement et les décorations de l'intérieur de l'établissement?</p> <p>L'image de l'âge des clients projetée par l'intérieur de l'établissement s'accorde-t-elle à leur âge réel et améliore-t-elle les aspects positifs de leur identité liée à leur âge?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>La visite de l'intérieur de l'établissement du service;</p> <p>les dossiers des clients;</p> <p>l'observation des clients;</p> <p>les entrevues avec les clients et les travailleurs du service.</p>

M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients par une discordance très dégradante pour leur âge entre l'apparence interne de l'établissement et l'âge réel des personnes servies. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme enfants, éternels enfants, incompetents, etc.) même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, un immeuble principalement utilisé par des adultes ayant un retard mental a beaucoup de décorations pour enfants et elles sont placées à la hauteur des yeux des enfants; les chambres d'une résidence de groupe pour des femmes dans la vingtaine et la trentaine ayant une paralysie cérébrale ressemblent à celles de jeunes filles.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1. A ce niveau, la discordance peut encore rehausser de façon non appropriée l'âge (i.e., elle présente les personnes comme beaucoup plus vieilles qu'elles ne le sont) ou rabaisser l'âge, probablement parce que:

- a. la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, un milieu pour enfants ressemble à ceux pour adultes; un immeuble principalement utilisé par des adolescents âgés ou de jeunes adultes a beaucoup de décorations pour les enfants; les chambres d'une résidence de groupe pour des hommes dans la vingtaine et la trentaine, ayant un retard mental, ressemblent à celles d'adolescents; **ou**
- b. pour la majorité des clients ou pour la plupart du temps les niveaux 3, 4 ou 5 sont valables, mais les conditions du niveau 1 existent pour au moins quelques clients ou durant certaines périodes, par exemple, la décoration et la forme de l'intérieur de l'établissement peuvent être incompatibles avec l'âge de seulement une petite partie des clients, possiblement à cause d'une infraction aux règles de regroupement.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement parce que le milieu intérieur de l'établissement est soit:

- a. totalement dénué de caractéristiques qui transmettraient des images sur l'âge des clients (et qui obtiendrait probablement un niveau peu élevé à "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement"), **ou**
- b. utilisé habituellement et adéquatement par des gens de tous les âges (par exemple, une maison unifamiliale) **ou**,
- c. ambigu au regard de l'âge pour d'autres raisons.

Niveau 4. La pertinence de l'apparence intérieure de l'établissement à l'âge des clients favorise beaucoup l'amélioration de leur image mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, des oeuvres d'artisanat quelque peu enfantines des personnes âgées habitant une maison de santé sont exposées dans les corridors à hauteur un peu plus basse que celle du niveau habituel des yeux des adultes, rappelant ainsi subtilement l'enfance; il peut y avoir une seule des classes d'une école qui a une décoration non appropriée à l'âge des élèves; il y a seulement quelques rares éléments mineurs inappropriés à l'âge et ils sont contrebalancés par le reste de l'environnement par ailleurs tout à fait approprié à l'âge, **ou**

- b. l'amélioration de l'image est optimale pour certains mais pas pour tous les clients; l'image de certains clients peut même possiblement en souffrir, par exemple, bien que tous les aspects de l'intérieur de l'établissement soient parfaitement appropriés pour la majorité des clients, qui sont des adolescents, il y a quelques adultes plus âgés pour qui l'apparence intérieure de l'établissement est non appropriée, **ou**
- c. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et les dirigeants du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par l'apparence extérieure appropriée à l'âge des clients qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Possiblement, l'image projetée de l'âge des enfants et jeunes adultes est légèrement plus adulte que l'âge réel des clients. Par exemple, non seulement le mobilier et la décoration dans la maison pour enfants sont-ils appropriés aux enfants mais il y a également beaucoup d'oeuvres d'enfants comme décoration et les cadres sont placés à hauteur des yeux des enfants; la décoration d'un service résidentiel pour personnes âgées a non seulement une allure adulte mais, également, elle est de nature à dégager nettement et favoriser une maturité.

115 AUTRES ASPECTS DE L'IMAGE DE L'ETABLISSEMENT

En plus des caractéristiques telles que la beauté de l'établissement, sa conformité aux équivalents culturellement valorisés, son image de l'âge des clients, etc., il y a encore trois autres caractéristiques physiques de l'établissement qui peuvent influencer l'image des clients.

Premièrement, l'histoire de l'établissement où est donné ou géré le service porte des images de son passé, lesquelles peuvent être transférées aux clients qui reçoivent le service.

Deuxièmement, les images liées aux autres lieux et établissements du voisinage de l'établissement du service peuvent être transmises (au moins, jusqu'à un certain point) à la fois au service lui-même et, de façon plus importante, aux clients qui utilisent l'établissement.

Troisièmement, il y a encore certaines autres caractéristiques physiques de l'intérieur de l'établissement ou de l'immeuble qui ne sont pas liées à sa conformité aux équivalents culturellement valorisés, à l'image de l'âge des clients, à sa beauté, à son histoire ou à quelque autre mesure déjà présentée, mais qui transmettent néanmoins certains messages sur la valeur sociale, les statuts, les rôles, les compétences, etc. des clients de l'établissement.

Ces trois caractéristiques physiques de l'établissement sont présentées dans les trois mesures suivantes.

Au regard de ces trois aspects de l'établissement de service, les évaluateurs doivent noter que l'histoire de l'établissement et sa proximité des autres lieux et services, etc. transféreront des images aux clients, indépendamment que le programme serve des personnes valorisées ou des clients dévalorisés. Cependant, puisque habituellement l'image des personnes valorisées risque peu d'être amoindrie et n'est certainement pas mauvaise, leur image pourra tolérer davantage de juxtapositions d'images négatives que peut le faire l'image des personnes dévalorisées. Par exemple, si une maison de santé pour personnes âgées était située sur le lieu d'un ancien cimetière ou près d'un cimetière, leur image en serait dévastée puisqu'elles sont (plutôt inconsciemment) perçues comme mortes, presque mortes ou pouvant être mieux mortes; cependant, un tel endroit ne ferait aucun tort à l'image des résidents, s'il s'agissait d'un complexe domiciliaire dispendieux pour les citoyens valorisés. De même, un centre d'apprentissage au travail ou un programme de fin de semaine préparatoire au collège pour les étudiants typiques de niveau secondaire situé dans un quartier pauvre du bas de la ville causera moins de tort à leur image que s'ils étaient handicapés ou des jeunes d'une minorité pauvre.

Néanmoins, certains lieux présentent des défauts même pour les services aux personnes valorisées. D'une part, à moins de le devoir absolument, les personnes valorisées utiliseront moins volontiers un service situé dans un quartier ayant une image négative, particulièrement si elle est extrêmement négative. Deuxièmement, l'endroit peut ne pas être facilement accessible, du moins pour les clients et leurs familles, puisqu'il est peu probable que beaucoup de personnes valorisées vivront dans un secteur dévalorisé et que les transports publics, les aires de stationnement et les voies d'accès sécuritaires ne sont pas souvent de qualité dans de tels quartiers, bien que ce soit là des facteurs contribuant à l'accessibilité de l'établissement. Troisièmement, et particulièrement si moins de personnes valorisées utilisent le service que souhaité ou requis, il peut être très difficile pour certains services de ne pas accepter beaucoup de clients dévalorisés et possiblement de changer la nature même du service afin de les accueillir, créant ainsi encore un autre service déviant dans un voisinage ayant une image déviante. Enfin, la valorisation du rôle social ne recommande ni n'appuie l'amélioration de l'image sociale des personnes dévalorisées aux dépens de l'image des personnes valorisées ou en piégeant ces dernières dans un statut social inférieur. Plutôt, la valorisation du rôle social encourage la diminution des images négatives des personnes dévalorisées tout en préservant l'image positive des personnes valorisées.

De ce qui précède, il ressort que, généralement, aucun service humain n'améliore son image en étant situé dans un quartier ayant ou transférant une image négative, particulièrement s'il est situé, en plus, à proximité de services pour des personnes dévalorisées. Malheureusement et conséquemment, dans certains quartiers, il sera pratiquement impossible et même indésirable pour un service d'y être situé sans avoir une image déviante.

Cette situation est encore plus probable lorsque les personnes dévalorisées auront été regroupées et isolées en si grand nombre que le service, qui pourrait être par ailleurs raisonnablement accessible aux clients (potentiels) dévalorisés, est presque totalement inaccessible aux personnes non dévalorisées ou, du moins, beaucoup moins susceptible d'être utilisé par ces personnes non dévalorisées. Des exemples en seraient les ghettos déviants comme Watts à Los Angeles ou Harlem à New York.

Ce genre de situation est souvent le résultat de politiques sociales destructives à long terme. Cependant, *PASSING* n'excuse pas les défaillances d'un service qui compromettent l'amélioration de l'image et/ou des compétences des clients, même si elles résultent davantage des politiques sociales que des pratiques du service, et même si les conditions optimales (ainsi que les niveaux des mesures) ne peuvent pas être atteintes pour certains services.

Bien que la valorisation des rôles sociaux indique certaines façons dont un service donné peut éviter d'être compromis par de telles politiques et puisse même travailler à les changer quelque peu (par exemple, en utilisant des étiquettes qui améliorent l'image du service et des clients, en améliorant l'apparence des clients, en ne regroupant pas trop de personnes dévalorisées en un endroit...), certaines questions politiques qui nuisent à la qualité du service doivent être résolues à un niveau social plus élevé.

M1151 IMAGE PROJÉTÉE PAR L'ÉTABLISSEMENT: PROXIMITÉ PHYSIQUE

Présentation générale

Cette mesure porte sur les images que peut transmettre (de façon inconsciente habituellement) l'établissement de service à cause de la proximité physique de certains autres lieux et établissements, et *exclut* les autres services humains (mesurés par "M121 Image projetée par la juxtaposition interprogrammes"). Ces images proviennent de l'apparence, de l'image de l'âge des utilisateurs, des fonctions, de l'histoire, et des autres associations d'images des édifices et des lieux voisins.

La proximité d'un service avec un autre établissement se définit par au moins une des relations spatiales suivantes:

1. Un emplacement *dans* un établissement. Par exemple, un service humain peut louer un emplacement dans un édifice où sont situées plusieurs autres corporations ou organisations, tel un centre de main-d'oeuvre et de référence situé dans un centre d'achat.
2. Un emplacement *autour* d'un établissement. Par exemple, un service peut être tellement gros qu'il inclut un autre établissement indépendant, comme serait le cas d'un service entourant un cimetière.
3. Un emplacement à *coté* d'un établissement. Par exemple, un service peut être proche voisin d'une magnifique résidence d'un riche entrepreneur, d'une épicerie, d'un dépotoir, etc.
4. Un emplacement *près* d'un établissement. Par exemple, un service peut être situé à deux maisons d'un cimetière, à un coin de rue d'une fourrière d'animaux ou dans le voisinage de plusieurs usines et entrepôts.

Malheureusement, les programmes pour les personnes dévalorisées se retrouvent fréquemment près d'établissements ou de voisinages projetant des images et associations profondément négatives aux clients. Les services sont fréquemment situés dans, ou près, des quartiers pauvres du bas de la ville, dans les quartiers associés aux délits sexuels (ex. près des sex-shops, des tripots de striptease), des cimetières et salons funéraires, des dépotoirs ou des incinérateurs à ordures, des centres animaliers, des zoos, etc. Les services (du moins pour les personnes dévalorisées) sont rarement dans les endroits très valorisés: les districts commerciaux et les parcs industriels recherchés, près des musées, des bibliothèques, des centres communautaires, des Chambres de commerce, en face de la maison du maire, dans un quartier résidentiel historique, etc.

Les services ne doivent pas seulement être situés près des établissements et dans des endroits habituellement valorisés par la culture, mais également près des établissements qui améliorent l'image de l'âge des clients. Par exemple, bien qu'il n'y ait aucune image de mort, de maladie, d'animalité, d'inutilité, etc. transmise par un programme de jour d'activité pour personnes âgées situé près d'un terrain de jeux pour enfants, une image infantilisante sera projetée plutôt qu'une image de maturité, même si le terrain de jeux est là pour les enfants valorisés de la communauté.

Souvent, l'image négative projetée par le service à cause de son emplacement provient d'une dévalorisation inconsciente et de la perpétuation actuelle et passée de l'image négative par les citoyens, les fondateurs du service et ses commanditaires, les planificateurs et les administrateurs, les législateurs, les conseillers municipaux, les bureaux de zonage, etc. Cependant, dans cette mesure, comme dans toutes les autres, seule la *présence* des images favorables ou défavorables sera évaluée et non leurs causes.

Des images peuvent également être transmises à un service humain par l'apparence des établissements du voisinage. Par exemple, si un service humain est situé près d'une maison qui semble très menaçante, possiblement parce qu'elle est entourée de hautes clôtures et de barrières de sécurité, ou est face à un établissement très délabré, ces images visuelles seront négativement transmises aux clients du service humain.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1151 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: PROMIXITE PHYSIQUE

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Afin d'améliorer les rôles, les statuts sociaux et les images de compétence de ses clients, un service doit être situé à côté ou près d'autres voisinages qui ont une image positive et qui ne rabaisse pas l'image de l'âge des clients.</p>	<p>L'appartement autonome de quatre hommes aveugles est situé dans un nouveau complexe domiciliaire de prestige et à côté du terrain d'un club de golf. (Très positif)</p> <p>Un centre de consultation et d'orientation pour adolescentes mères célibataires est situé dans un édifice de cliniques médicales et au-dessus de la clinique d'un plasticien réputé.</p> <p>Dans une école, une classe spéciale pour enfants présentant une surdité est devant l'entrée du gymnase et entre la bibliothèque et la classe de musique.</p>	<p>Habituellement, les gens tentent de choisir des quartiers ou des voisinages bien tenus pour y vivre et évitent les quartiers d�prici�s.</p> <p>Afin d'améliorer son image et celle de ses produits, une firme recherche un endroit projetant des associations positives, comme le dernier étage d'un édifice à bureau, à côté d'autres entreprises ayant des images très positives et dans un quartier industriel recherché.</p>	<p>Un édifice à appartements pour les citoyens âgés et pauvres est situé de l'autre côté de la rue face au cimetiere municipal pour les indigents. (Extrêmement négatif)</p> <p>Le service d'assistance financière (bien-être social) du comté est situé devant le bureau du service de ramassage de chiens errants et à côté de la fourrière. (Extrêmement négatif)</p> <p>Un programme de formation au travail surtout pour des jeunes pauvres est près du seul édifice abandonné et délabré d'une rue, par ailleurs, bien entretenue.</p>

Différences entre "M1151 Image projetée par l'établissement: proximité physique" et les autres mesures

1. La mesure présente porte seulement sur la proximité du service aux lieux positivement et négativement valorisés autres que ceux des services humains alors que "M121 Image projetée par la juxtaposition interprogrammes" évalue les associations d'images provenant de la proximité du service avec d'autres *services humains*.

2. Cette mesure ne prend pas en considération l'histoire de l'établissement de service évalué ("M1152 Image projetée par l'établissement: histoire"), mais elle tient compte de l'histoire du quartier où est situé le service ainsi que de celles des lieux du voisinage. Par exemple, si un programme résidentiel était situé à côté de ce qui fut une maison de prostitution récemment fermée par la police, l'histoire négative de l'édifice avoisinant serait prise en considération par la présente mesure. Cependant, l'histoire de l'édifice abritant le programme résidentiel lui-même est évaluée ailleurs.

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1151 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: PROXIMITE PHYSIQUE

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
--	-------------------------------------	--

<p>Cette mesure porte sur la proximité du service aux établissements <i>autres</i> que ceux des services humains, lesquels sont évalués ailleurs.</p> <p>La proximité d'un service à un établissement est définie comme un service qui est dans, autour, à côté ou près d'un établissement.</p> <p>Les lieux ayant des images négatives ne transmettent pas tous des messages négatifs équivalents. Par exemple, les établissements qui symbolisent le crime, la mort, l'inutilité et les déchets, projettent davantage de messages malsains que ceux symbolisant la frivolité et l'infantilité. Plus une association d'image sera négative moins les évaluateurs devront lui donner de points.</p> <p>Les évaluateurs doivent accorder une plus grande pondération aux juxtapositions d'images qui renforcent ou transmettent des stéréotypes déjà existants aux clients tels que "infantile", "presque mort", "dangereux", etc.</p> <p>Certains établissements sont si près les uns des autres, et d'architecture si semblable, qu'ils ne peuvent facilement être perçus séparément comme, par exemple, les maisons rattachées et en rangées de certains quartiers, ou lorsqu'un service humain partage le même édifice ou immeuble avec d'autres. A ce moment, un transfert d'image est des plus probable.</p>	<p>Sans tenir compte des autres programmes de service humain, le service est situé:</p> <ol style="list-style-type: none"> à côté de quoi? en face de quoi? dans le même édifice que quoi? dans le même voisinage que quoi? <p>Quelles sont les histoires des lieux et des établissements autres que celles des services humains entourant le service?</p> <p>Quelles sont les images positives et négatives des lieux et des établissements, autres que celles des autres services humains, près ou à côté du service?</p> <p>Quels sont les âges des clients du service?</p> <p>Y a-t-il des images des lieux et des établissements, autres que celles des autres services humains, près du service, qui diminuent ou améliorent l'image de l'âge des clients?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>La visite du voisinage à pied ou en automobile;</p> <p>la visite du quartier en automobile;</p> <p>les rapports sur l'origine et le développement du service et de l'endroit où il est situé;</p> <p>les entrevues avec les travailleurs du service, les historiens locaux et les citoyens.</p>
---	--	--

M1151 Image projetée par l'établissement: proximité physique

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée aux clients par l'imagerie des établissements (*autres que ceux des services humains*) à proximité du service évalué parce que cette imagerie transmet ou renforce fortement et inutilement (bien que peut-être de façon totalement inconsciente) des images très négatives a) de sous-humanité, de vice, de mort, de contagion, de corruption, de délabrement, de menace, de sans-valeur et/ou b) de dépendance beaucoup plus grande, d'infirmité, d'incapacité, etc. que c'est le cas. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Cette situation sera particulièrement vraie pour plusieurs services s'ils sont situés dans, autour, près ou très près de cimetières, morgues, salons funéraires, zoos, magasins d'animaux, refuges et services de protection d'animaux, laboratoires de recherche animale, services d'extermination, dépotoirs, usines de récupération, égouts, services de salubrité publique, lieux délabrés, lieux abandonnés, quartiers de dépravations sexuelles, lieux clôturés ou surveillés tels que des centres de recherche très sécuritaires. Par exemple, une résidence de transition pour jeunes femmes handicapées mentales est située dans un quartier de prostitution et sur la même rue que plusieurs maisons de prostitution; une maison de santé pour personnes âgées est entre deux cimetières.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que:

- a. la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, il y a des images très négatives, telles celles du type du niveau 1, liées aux établissements et aux lieux du voisinage du service mais ces établissements et ces lieux sont seulement moyennement près du service et non très près, par exemple, ils sont éloignés d'un grand coin de rue; un magasin tenu par une association pour personnes aveugles est en face de l'édifice d'assureurs médicaux plutôt qu'à l'intérieur, ce qui associe subtilement le handicap visuel avec la maladie; une résidence pour personnes adultes présentant un handicap physique est à l'extrémité d'un grand parc de jeux pour enfant, **ou**
- b. les niveaux 3, 4 ou 5 prédominent pour la plupart des clients mais le niveau 1 existe pour au moins quelques-uns.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement par la proximité des établissements ou lieux de services *autres que ceux des services humains*. Par exemple, le service est près d'établissements ou de lieux qui ne transmettent ni images positives ni images négatives, tels une buanderie automatique, une station-service, un nettoyeur et quelques petits magasins; le service est isolé d'autres lieux.

Niveau 4. La proximité du service à des établissements positivement valorisés *autres que ceux des services humains* favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, un programme de consultation sur l'alcoolisme est situé près ou à côté de plusieurs banques et hôtels, **ou**
- b. l'amélioration de l'image est bonne pour certains des clients mais pas pour tous; les images de certains clients peuvent possiblement même être quelque peu amoindries, **ou**

- c. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et les dirigeants du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par la proximité du service à d'autres établissements ou lieux *autres que ceux des services humains* qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, un service résidentiel a refusé plusieurs endroits parce qu'ils étaient situés près de lieux tels que la morgue, l'incinérateur municipal, le service de refuge des animaux, ce qui retarda l'inauguration d'une année; cependant, l'endroit finalement trouvé fut dans un milieu très valorisé.

M1152 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: HISTOIRE

Présentation générale

L'histoire de l'établissement peut influencer l'image des gens qui y reçoivent un service. Comme pour plusieurs autres facteurs de la valorisation des rôles sociaux et du *PASSING*, on peut voir ce principe en action même en dehors des services humains. Par exemple, si un meurtre a eu lieu dans une maison, les propriétaires peuvent trouver difficile de la vendre même à prix réduit (particulièrement si le meurtre est assez récent). De même, plusieurs personnes de notre culture ont des sentiments négatifs à propos des maisons où des groupes de "hippies" ont vécu. D'un autre côté, les lieux qui ont une histoire positive (e.g., les ex-maisons de personnes renommées) seront généralement perçus comme désirables et peuvent même devenir des musées ou des lieux historiques.

Ce même phénomène est également important dans les services humains. La valorisation des rôles sociaux demande qu'un service humain soit situé dans un lieu qui n'est pas accablé d'histoires négatives mais qui a, par bonheur, une histoire positive; ainsi, les images historiques positives de l'établissement seront transmises à ses utilisateurs (dévalorisés) et susciteront des perceptions valorisantes pour ces clients, à savoir qu'ils ont des rôles sociaux valorisés, qu'ils sont membres de bon droit de la société, qu'ils ont un statut et une compétence élevés, etc. Les établissements de service ayant des images historiques négatives ne font que confirmer les perceptions négatives largement répandues sur les rôles, les statuts sociaux, les compétences, etc. des personnes dévalorisées. Par exemple, un service pour des personnes dévalorisées verra plus probablement son image améliorée s'il est situé sur un lopin de terre où était autrefois un séminaire préparant les jeunes hommes à la prêtrise que s'il est placé sur plusieurs acres de terre où il y avait un cimetière ou une prison. De même, un programme d'alimentation pour les personnes âgées serait mieux situé, à ce propos, s'il est dans un édifice qui a logé un Y.M.C.A. qui transmet des images de santé physique et de bon voisinage plutôt que dans une ex-école qui donne des images infantilissantes.

C'est particulièrement problématique si l'établissement du service pour les personnes dévalorisées a déjà été utilisé par un autre groupe de personnes dévalorisées. A ce moment, les images et stéréotypes négatifs liés aux occupants dévalorisés précédents seront probablement "hérités" par le nouveau groupe d'utilisateurs dévalorisés et leur seront associés. Cela est particulièrement dommageable si les utilisateurs dévalorisés précédents de l'établissement étaient stigmatisés d'une condition *différente* ou *encore plus dévalorisée* que les utilisateurs actuels. Par exemple, si un programme pour personnes aveugles emménage dans un édifice qui logeait un service pour personnes ayant un retard mental, les personnes aveugles risquent d'être perçues comme non intelligentes, incompetentes ou éternels enfants, toutes des images négatives fréquemment associées aux personnes ayant un retard mental.

Parfois, un service peut être situé dans un endroit ou un établissement qui n'a pas d'histoire positive ni négative pour l'une ou l'autre des raisons suivantes:

1. L'endroit peut n'avoir jamais été utilisé auparavant, ex. une résidence de groupe pour personnes handicapées physiques est construite dans un nouveau développement domiciliaire sur une nouvelle bande de terre auparavant non développée.
2. L'établissement peut avoir déjà été utilisé mais a été si longtemps non occupé que toutes images de son histoire sont disparues du souvenir public; par exemple, un nouveau service est construit sur un terrain où une maison a été détruite par le feu voilà plusieurs années et où rien n'a été construit depuis.
3. La (ou les) fonction(s) à laquelle (auxquelles) l'établissement servait présente(nt) des images relativement neutres dans la culture, par exemple, un édifice dans un quartier commercial a abrité, à divers moments, un petit restaurant, un magasin de cadeaux et un magasin de variétés.

Si le service est situé dans un établissement qui a une des trois histoires précédentes, il recevra probablement le niveau 3 (voir aussi "Recommandations pour amasser et utiliser les indices").

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1152 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: HISTOIRE

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>L'histoire des lieux ou de l'établissement d'un service humain ne doit pas rendre une image simplement neutre mais très positive et qui améliore les rôles, les compétences, les statuts sociaux, etc. de ses clients.</p>	<p>Les gens cherchent à avoir leurs maisons, leurs entreprises, leurs immeubles éducatifs, etc. en des lieux ayant une histoire positive, prestigieuse et même fascinante.</p>	<p>Un programme récréatif de fin de semaine pour les jeunes présentant un retard mental sévère a lieu dans ce qui fut un gymnase et un édifice d'entraînement athlétique d'un collège de la communauté. (Très positif)</p> <p>Une entreprise manufacturière employant plusieurs personnes handicapées est située dans un édifice qui fut une usine de pièces d'automobile. (Très positif)</p> <p>Un service privé de consultation loue un bureau dans un édifice qui a transformé des petits magasins en petits bureaux.</p>	<p>Un programme d'intervention précoce pour enfants ayant des handicaps sensoriels multiples est situé sur les terrains de ce qui fut une ferme laitière et à bestiaux. (Extrêmement négatif)</p> <p>Une maison de santé pour personnes très malades et ayant besoin de soins médicaux continus est construit à l'arrière d'un cimetière. (Extrêmement négatif)</p> <p>Un programme d'activité et de travail pour adultes sévèrement et profondément handicapés est situé dans un édifice qui logeait récemment un même programme pour des personnes handicapées visuelles.</p> <p>Les centres d'activité pour personnes âgées gérés par un centre psychiatrique local sont situés dans ce qui furent récemment des écoles maternelles.</p>

Différences entre "M1152 Image projetée par l'établissement: histoire" et les autres mesures

1. "M1151 Image projetée par l'établissement: proximité physique" tient compte, jusqu'à un certain point, de l'histoire des établissements qui entourent ou sont près de l'établissement du service, mais elle n'évalue pas l'histoire du service lui-même, comme c'est le cas ici.

2. L'histoire de l'établissement doit être évaluée indépendamment de son allure actuelle qui est évaluée par "M1121 Esthétique de l'extérieur de l'établissement", "M1131 Apparence extérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et "M1141 Image de l'extérieur de l'établissement appropriée à l'âge".

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1152 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: HISTOIRE

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
<p>Même si l'histoire de l'établissement n'est généralement pas très bien connue, elle peut néanmoins avoir une certaine influence sur les clients du service. De plus, le choix d'un établissement ayant une histoire négative, même si elle n'est pas très bien connue, peut indiquer la difficulté des responsables du service à évaluer l'importance du "corollaire du conservatisme" et de "redresser les torts" pour éviter de mettre en péril l'image des personnes dévalorisées.</p> <p>Certaines personnes risquent davantage d'avoir, d'une certaine façon, une image négative que d'autres personnes. Les évaluateurs doivent donc accorder plus de poids aux images historiques négatives qui transmettent ou renforcent des stéréotypes négatifs déjà existants sur le groupe de client.</p> <p>Si le service est situé dans un établissement qui a une image historique plutôt neutre, il sera probablement évalué au niveau 3.</p>	<p>A quelle(s) fin(s) l'immeuble ou l'établissement de service a-t-il été utilisé autrefois, particulièrement dans un passé assez récent?</p> <p>Y a-t-il quelques images positives ou négatives liées à l'histoire de l'immeuble, de l'emplacement ou de l'établissement du service?</p> <p>Si l'établissement fut déjà utilisé par un autre service humain, quelles images ou perceptions négatives étaient généralement liées au groupe d'usagers précédents? Certaines de ces images diffèrent-elles de celles généralement attribuées aux clients dévalorisés utilisant actuellement l'établissement?</p> <p>Quel est l'âge des clients du service?</p> <p>L'histoire de l'établissement projette-t-elle des images incohérentes à l'âge de ses clients actuels? Si oui, sont-elles positives ou négatives?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>Les documents présentant l'origine et le développement du programme;</p> <p>les dossiers de la communauté locale (par exemple, à l'hôtel de ville) sur ce quartier particulier;</p> <p>des entrevues avec les travailleurs et les clients du service, les historiens et les résidents locaux.</p>

M1152 Image projetée par l'établissement: histoire

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée (peut-être totalement inconsciemment) aux clients à cause de l'histoire de l'établissement du service. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme sous-humains, menaçants, inutiles, incompetents, contagieux) même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, une résidence de groupe pour mères célibataires est située dans ce qui fut une "maison de mauvaise réputation"; un programme de formation au travail pour adolescents "décrocheurs" est dans un immeuble qui servait de maison de transition aux ex-détenus; un gros programme pour les enfants sévèrement handicapés est dans un ex-entrepôt; un gratte-ciel résidentiel pour personnes âgées est construit sur un bout de terrain qui fut un cimetière.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que:

- a. la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, une résidence de groupe pour mères célibataires est située dans ce qui fut une clinique médicale; un programme postsecondaire pour jeunes est situé dans un ex-entrepôt; des adultes ayant des handicaps physiques travaillent dans un immeuble qui servait d'école spéciale pour des enfants ayant des handicaps physiques; un programme d'éducation de soir pour adultes ayant un handicap visuel a lieu dans un immeuble qui servait aux activités de personnes âgées, **ou**
- b. les niveaux 3, 4 ou 5 valent pour plusieurs ou pour la majorité des clients mais le niveau 1 s'applique au moins à certains clients.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement par l'histoire de l'établissement du service. Par exemple, l'établissement du service n'avait jamais servi à d'autres fins; une résidence de groupe pour des adolescents ayant un retard mental a déjà été le bureau d'un médecin, mais cela fait dix ans et ce fait n'est pas très connu parce que le voisinage a beaucoup changé.

Niveau 4. L'histoire de l'établissement du service favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, par exemple, un service de gestion de cas et de référence est situé dans un édifice qui logeait des petits magasins et bureaux, **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour certains des clients mais pas pour tous, possiblement même qu'un tort peut être causé à l'image de certains des clients, **ou**
- c. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et les dirigeants du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par l'histoire de l'établissement qu'aucune amélioration significative n'est concevable. Par exemple, le directeur du programme

d'éducation spéciale a négocié longuement, difficilement, mais avec succès pour avoir la première classe pour enfants handicapés d'une certaine école dans la même classe qui avait servi au programme accéléré des enfants doués.

M1153 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: AUTRES CARACTERISTIQUES INTERNES

Présentation générale

Tel qu'indiqué dans toutes les autres mesures sur l'établissement, un service humain doit s'efforcer d'éviter toutes caractéristiques de l'établissement qui menacent l'image sociale de ses clients et, au contraire, doit posséder des caractéristiques qui améliorent les perceptions positives sur la valeur des clients, leurs statuts, leurs rôles, leurs compétences, etc.

En plus de tous les autres aspects internes et externes de l'établissement de service, il y a encore quelques *caractéristiques internes non comprises dans les autres mesures* de l'établissement. Ces éléments peuvent être le plan (design) intérieur de l'établissement, son ameublement, sa décoration et son apparence, qui transmettent des messages positifs ou négatifs sur les clients. Par exemple, une image de charité pourrait être donnée par une plaque commémorative indiquant qu'une pièce en particulier, un meuble, etc. était un don; une image médicale serait projetée par la présence de lits d'hôpitaux, d'un bureau de contrôle médical, d'un poste d'infirmiers; une image de menace serait transmise par des fenêtres de sécurité incassables, des meubles rivés au plancher et de multiples serrures; une image d'animal pourrait être projetée par des cages ou une imagerie de cage, un manque de papier hygiénique dans les chambres de bain; une image d'incompétence serait transmise par la présence d'installations extraordinaires pour le feu et une image ridicule pourrait être donnée par des affiches de cirque et de poubelles décorées pour ressembler à des clowns.

Au contraire, des images positives seraient habituellement transmises par des caractéristiques de l'établissement qui soulignent la santé, au moins une richesse de classe moyenne, la beauté, la force, la puissance, l'habileté, le patriotisme, etc. Ainsi, des trophées athlétiques pourraient être exposés mais les détecteurs de fumée devraient être à peine visibles, etc.

Une caractéristique physique particulière peut être véritablement nécessaire afin de rencontrer les besoins d'amélioration de compétence des clients, mais peut néanmoins transmettre des images négatives. Un exemple serait une résidence pour les personnes profondément handicapées et auto-mutilatrices, incontinentes et qui ont d'autres comportements destructeurs ou perturbants. Dans de tels services, il peut être nécessaire d'avoir des meubles, des murs, des recouvrements de plancher qui semblent et sont incassables, faciles d'entretien, et d'avoir un environnement qui soit relativement libre d'objets pouvant être pris, mal utilisés ou malmenés. Cette mesure ne pénalisera pas un service pour des caractéristiques qui sont *véritablement requises* par l'état des clients comme dans l'exemple ci-haut. Cependant, même des caractéristiques spéciales de l'établissement qui peuvent être nécessaires pour servir un certain groupe de clients n'ont pas toujours à être bien en évidence et stigmatisantes; de plus, tout message nuisible transmis par de telles caractéristiques doit être *le moins négatif possible*. Les efforts pour minimiser les images négatives des caractéristiques nécessaires doivent être crédités comme s'ils étaient des efforts pour améliorer l'image positive.

TABLEAU DES EXIGENCES ET DES EXEMPLES DE LA MESURE M1153 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: AUTRES CARACTERISTIQUES INTERNES

Exigences de la V.R.S.	Exemples génériques choisis	Exemples très positifs de services	Exemples d'infraction
<p>Autant que possible, les caractéristiques physiques internes d'un établissement de service humain doivent transmettre des images positives relativement aux rôles sociaux des clients, leurs statuts, leur compétence, leur appartenance à la société et à diverses autres caractéristiques.</p>	<p>Les halls de plusieurs entreprises présentent des photographies et des peintures, telles celles des fondateurs ou des réalisations de l'entreprise, qui donnent des images de grand prestige.</p> <p>Les trophées et les photographies des équipes athlétiques de l'école sont souvent exhibés dans l'entrée ou le hall.</p> <p>Le meuble vieux ou antique, même s'il est parfois peu attrayant, est très valorisé pour sa valeur affective ou commerciale.</p>	<p>La décoration des murs des pièces d'un centre d'intégration pour les jeunes enfants handicapés ou non a été spécifiquement choisie pour montrer des thèmes comme le progrès, l'éducation, la famille et la force; elle comprend des images de l'école, des héros et héroïnes, des livres de comiques pour enfants, des parents avec leurs enfants, et des enfants traversant la rue avec des brigadiers. (Très positif)</p> <p>Un centre récréatif et d'action communautaire, surtout pour les membres des minorités pauvres, exhibe à l'entrée, dans le hall et les corridors, les prix gagnés par les membres pour leurs actions et responsabilités civiques, les trophées gagnés par l'équipe sportive dans les compétitions locales, des photographies et des courtes biographies des personnes réputées qui sont membres des minorités locales.</p> <p>La cuisine de la "soupe populaire" pour les "pauvres de la rue" affiche des reproductions de peintures classiques célèbres montrant diverses scènes de gens mangeant ensemble.</p>	<p>Dans un centre pour les citoyens âgés, chaque porte arbore une plaque indiquant à la mémoire de qui la chambre est léguée, et par qui.</p> <p>Chaque peinture et photographie d'une résidence pour personnes adultes ayant un retard mental montre un animal.</p>

Différences entre "M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes" et les autres mesures

1. Cette mesure est l'une de celles qui évaluent les images projetées par divers aspects de l'intérieur de l'établissement de service ("M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement" "M1132 Apparence intérieure conforme à ses équivalents culturellement valorisés" et "M1142 Image de l'intérieur de l'établissement appropriée à l'âge") et ne doit pas être prise pour elles.

- a. Des caractéristiques internes peuvent être à la fois conformes à ses équivalents valorisés et pertinentes à l'âge tout en transmettant d'autres images. Par exemple, des dessins de clowns, de fermes, d'animaux, etc. sur les murs de certains établissements pour jeunes enfants sont conformes aux équivalents valorisés et appropriés à leur âge. Cependant, si les enfants servis dans ces établissements sont dévalorisés, ces décorations peuvent faire du tort à leur image parce qu'elles transmettent la perception négative historique selon laquelle les personnes dévalorisées sont objets de ridicule, des sous-humains, presque des animaux, et ainsi de suite.
- b. "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement" évalue l'attrait et l'entretien du service sans tenir compte de l'imagerie inhérente à ce qui est beau ou embellissant. Par exemple, un service peut être bien évalué sur "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement" parce qu'il maintient (inutilement) des lits médicaux propres et bien peints dans une résidence de groupe tout en obtenant une mauvaise évaluation pour ces mêmes caractéristiques physiques à la mesure présente. Bien sûr, il est possible qu'une caractéristique soit à la fois laide et ait une image négative ou soit belle et ait une image positive et qu'ainsi elle soit bien ou mal évaluée à la fois sur la mesure présente et sur "M1122 Esthétique de l'intérieur de l'établissement".

2. "M145 Image liée à divers aspects du service" évalue toutes l'imageries provenant de maintes sources autres que les *caractéristiques physiques de l'établissement*, telles que les diverses activités, les lois et règlements.

3. Il est vrai, bien sûr, que l'image du client peut être influencée par virtuellement n'importe quelle caractéristique interne, y compris celles évaluées par les mesures liées à la compétence telles que "M213 Confort de l'établissement", "M214 Caractéristiques de sécurité et de défi de l'établissement" et "M215 Caractéristiques d'individualisation de l'établissement". Cependant, cette mesure porte seulement sur l'image des caractéristiques physiques internes; les influences de ces mêmes caractéristiques physiques internes sur la compétence seront également évaluées par M213, M214 et M215.

RECOMMANDATIONS POUR AMASSER ET UTILISER LES INDICES M1153 IMAGE PROJETEE PAR L'ETABLISSEMENT: AUTRES CARACTERISTIQUES INTERNES

Quelques considérations importantes concernant la mesure	Quelques questions clefs à répondre	Certaines sources de données et/ou faits pertinents concernant la mesure
<p>Avant de parvenir au consensus final sur cette mesure, l'équipe doit s'assurer que <i>tous</i> ses membres partagent la <i>même</i> définition de l'intérieur de l'établissement du (des) programme(s) évalué(s).</p> <p>Cette mesure inclut l'imagerie transmise par toute caractéristique interne de l'établissement non spécifiquement comprise par les autres mesures physiques internes de l'établissement.</p> <p>Toutes caractéristiques <i>externes</i> qui ne semblent pas incluses dans une autre mesure doivent probablement être évaluées par "M1111 Harmonie de l'établissement avec le voisinage".</p> <p>Toute imagerie transmise par des caractéristiques encastrées ou "immuables" de l'environnement doivent recevoir davantage de poids que l'imagerie transmise par des caractéristiques environnementales plus facilement modifiables, par exemple, le plan architectural est beaucoup plus difficile à changer que la sorte d'ameublement ou la décoration des murs.</p> <p>Advenant que l'établissement de service n'ait pas d'immeuble, cette mesure ne doit pas faire partie du calcul du score total; plutôt, le score total sera obtenu par la méthode du prorata (voir la section pertinente du <i>Guidelines for Evaluators During a PASS, PASSING, or Similar assessment of Human Service Quality</i>).</p>	<p>Y a-t-il des caractéristiques physiques de l'intérieur de l'immeuble qui ne font pas partie d'autres mesures de l'image de l'établissement et qui transmettent des images culturellement (dé)valorisées?</p> <p>Quel est l'effet de ces images sur les images sociales des clients?</p> <p>Le personnel intervenant et les dirigeants (ex. directeurs, membres du conseil d'administration) sont-ils conscients et engagés au regard du facteur en jeu dans cette mesure?</p>	<p>La visite et l'observation de l'intérieur de l'établissement;</p> <p>les entrevues avec les travailleurs du service.</p>

M1153 Image projetée par l'établissement: autres caractéristiques internes

Critères et exemples pour l'attribution d'un niveau

Niveau 1. Une image *extrêmement* négative est imposée inutilement (et peut-être totalement inconsciemment) aux clients par les messages provenant des diverses caractéristiques de l'établissement. Les images communiquées par le service peuvent faire beaucoup de tort à ses clients, particulièrement si les clients dévalorisés risquent déjà d'être négativement stéréotypés (comme animaux, objets de ridicule, menaces, incompetents) même si ces mêmes images pourraient faire peu ou pas de tort à d'autres personnes (même dévalorisées). Même la présence de certaines caractéristiques positives peut ne pas être pertinente si les images qui ont le plus d'impact sur le public en général sont très négatives. Par exemple, un immeuble résidentiel pour les enfants en attente de jugement pour des délits mineurs a des fenêtres incassables, des chaises rivées aux tables pour que les enfants "ne puissent les prendre et les lancer!"; des décorations et d'autres imageries de clown sont omniprésentes dans un établissement pour personne ayant un retard mental.

Niveau 2. L'image des clients subit un tort important mais moins sévère qu'au niveau 1, probablement parce que:

- a. la combinaison du type et/ou du degré de risque pour l'image des clients et de la juxtaposition symbolique particulière liée au service est telle que le préjudice pour l'image des clients est moins substantiel qu'au niveau 1. Par exemple, il y a des portes coupe-feu, des sonneries rouges d'alarme pour incendies et des signaux de sortie bien en évidence dans une résidence pour personnes présentant un trouble mental; des plaques commémoratives présentes partout dans un immeuble pour les personnes dévalorisées rappellent les cadeaux et dons offerts au service; il y a un bureau de contrôle médical et des meubles d'hôpitaux dans un édifice pour des personnes qui ne sont pas malades, **ou**
- b. les niveaux 3, 4 ou 5 prédominent pour la plupart des clients mais le niveau 1 existe pour au moins quelques-uns.

Niveau 3. L'image des clients n'est ni améliorée ni diminuée significativement par les caractéristiques internes de l'établissement. Par exemple, quelques lits d'hôpitaux dans un service non médical pour enfant ont été peints afin de cacher leur caractère médical; il n'y a que deux images de clown parmi plusieurs autres décorations plus positives dans une classe pour enfants physiquement handicapés.

Niveau 4. L'imagerie liée aux diverses caractéristiques internes favorise beaucoup l'amélioration de l'image des clients mais n'atteint pas le niveau 5, possiblement parce que:

- a. l'amélioration de l'image est bonne dans l'ensemble mais non optimale, **ou**
- b. l'amélioration de l'image est optimale pour certains des clients, mais pas pour tous; l'image de certains clients peut possiblement même être quelque peu amoindrie, **ou**
- c. l'amélioration de l'image est optimale pour tous les clients, comme au niveau 5, mais le personnel intervenant et les dirigeants du service ne semblent pas être conscients ou engagés au regard de ce facteur; il y a donc une insuffisance majeure pour défendre le programme contre une éventuelle détérioration.

Niveau 5. Les intervenants et le personnel de direction du service semblent être très conscients et engagés au regard de ce facteur et l'image des clients est tellement susceptible d'être améliorée par diverses caractéristiques internes de l'établissement qu'aucune amélioration significative n'est pratiquement concevable. Par exemple, le directeur vivant dans une résidence groupe de jeunes garçons handicapés a exhibé ses trophées de baseball dans le salon de la maison.

