

DÉMOCRATIE SCOLAIRE

COMMENT GAGNER L'INTÉRÊT DU PUBLIC ?

Marie Blouin
Conseillère en
communications
à la FCSQ
mblouin@fcsq.qc.ca

Les commissions scolaires sont la cible de critiques diverses sur la place publique et c'est en grande partie dû à une mauvaise compréhension ou interprétation de leur rôle et de celui des élus scolaires qui les représentent. Pour améliorer le regard que le public porte sur la démocratie scolaire, il s'avère fondamental de persister à être présent dans l'espace public et de soigner ses communications, tant à l'interne qu'à l'externe.

En 2007, juste avant la période des élections scolaires de novembre, la Fédération a conçu et diffusé un guide *Valorisation de la démocratie scolaire* qui donne aux commissions scolaires des moyens d'améliorer les communications avec leurs publics internes et externes. Le but ultime de ce guide est d'encourager la mobilisation du personnel et de la population par des gestes simples, des communications constantes véhiculées à des moments propices durant l'année scolaire. Nous n'insisterons jamais assez sur le fait d'être constant dans ses actions de communication, et ce, pour améliorer les perceptions que le public a de la commission scolaire. Ce geste que nous posons maintenant contribuera à favoriser la votation et à véhiculer un message plus positif de l'école publique et du réseau scolaire québécois.

De petites actions posées régulièrement

Les commissions scolaires utilisent une gamme de moyens de communication qu'il faut poursuivre et accentuer dans certains cas. Parmi les actions de communication à privilégier pour valoriser la démocratie scolaire, à plus ou moins long terme, notons la messagerie électronique des élus scolaires, l'identification d'un réseau de diffuseurs clés (personnel enseignant, parents, élus scolaires et représentants d'organismes socioéconomiques) pour favoriser le dialogue entre la commission scolaire et le public. D'autres moyens sont aussi fort intéressants à exploiter pour améliorer les perceptions envers le réseau public d'éducation, comme l'annonce des services offerts dans les publications d'autres organismes, l'exploitation accrue des sites Internet pour se faire connaître ainsi que les réalisations du milieu scolaire et l'identification d'événements clés dans la région pour favoriser la représentation de la commission scolaire.

Les commissions scolaires ayant de larges territoires ont particulièrement intérêt à exploiter Internet et toutes ses possibilités. Il en est de même pour l'utilisation accrue de systèmes de visioconférences, et ce, pour favoriser le rapprochement des publics et contrer la distance. Ces liens directs peuvent être privilégiés et même encouragés un peu partout au Québec, car il s'agit d'une façon de communiquer surtout pour la génération Y et les autres qui la suivront, la génération C notamment, âgée actuellement de 12 à 24 ans environ.

L'ÉLÉMENT CENTRAL – BIEN CONNAÎTRE SES PUBLICS

L'élément central pour bien réussir ses communications demeure la connaissance plus approfondie des publics visés, soit l'étude du profil de la population, l'âge, leurs intérêts, la particularité socioéconomique, la scolarité, avec ou sans enfants, etc. Autant de questions fondamentales à se poser avant d'entreprendre toute action de communication dans son milieu. S'ajoute à cela l'analyse des perceptions internes de l'image projetée par la commission scolaire auprès de son personnel et des parents engagés dans les comités, c'est-à-dire poser un diagnostic sur l'organisation.

Les meilleurs ambassadeurs du réseau scolaire sont tous ceux et celles qui participent dans leur vie de tous les jours à l'éducation des élèves, les élus scolaires, les gestionnaires, le personnel et les parents engagés bénévolement dans les comités. On doit donc s'assurer que ces personnes, incluant les élèves, qui exercent beaucoup d'influence dans leur environnement respectif, portent un regard des plus positifs sur le milieu scolaire québécois.

À l'intérieur du guide, disponible sur le site Internet de la FCSQ, on retrouve une stratégie de communication à l'interne et à l'externe. Des modèles de communications écrites pour mieux faire connaître la commission scolaire et le rôle important joué par les élus, d'interventions publiques de la commission scolaire auprès des partenaires socioéconomiques, d'articles sur la démocratie scolaire, de notes internes acheminées aux parents engagés dans les divers comités sont proposés. On retrouve aussi d'autres types de message à envoyer avant la période électorale pour susciter la participation électorale.

