

La communication des enjeux en éducation

Il y a deux raisons particulières pour que les élus scolaires « professionnalisent » un peu plus leur présence publique : la raison d'être de la commission scolaire peu ou mal connue de même que le rôle des commissaires.

En contexte électoral, la mise en public de soi-même ne peut pas se faire en une seule fois. C'est pourquoi faire campagne, c'est aussi susciter des occasions pour se faire connaître, expliquer ses préoccupations et son rôle comme élu scolaire, critiquer la personne qu'on veut remplacer ou ses concurrents et montrer que les commissions scolaires et la démocratie scolaire, c'est important. On peut profiter des cérémonies officielles des écoles et de la commission scolaire, se faire inviter et s'organiser une tournée des autres acteurs sociaux (clubs sociaux, municipalités, associations...).

Après l'élection, si on est élu, c'est encore plus l'institution scolaire qu'il faudra faire connaître. L'exigence de travailler systématiquement les interventions en public devient un devoir de la charge, une exigence morale. Car la commission scolaire, et en particulier sa gestion démocratique, donc les postes de commissaire, ne saurait survivre longtemps si personne ne souligne ses services, son rôle, ses activités, ses bons coups et ses efforts pour relever les défis en éducation dans sa communauté.

Quatre questions préalables

La mise en public de soi-même, de ses opinions, de son « message » est une opération qui demande du travail. Bien sûr, une grande partie du travail de préparation à intervenir en public, comme les rapports avec les médias, peut être accomplie avec l'aide des professionnels à l'emploi de la commission scolaire.

Par contre, il y a un aspect de la préparation qui peut être réalisé par le candidat à l'élection ou par l'élu scolaire lui-même. C'est celui qui semble le plus souvent aller de soi : le message. Il faudrait se demander : qu'est-ce qui est vraiment important

à mes yeux, que je dois dire et que je veux dire? Comment faire pour que mon message soit vraiment au centre de mon apparition en public et que mon public n'en soit pas distrait?

L'expérience montre que de manière instinctive ou explicite, quatre questions préalables se posent lors de la préparation de l'opération de communication publique.

Quel est le public précis auquel je vais m'adresser lors de cette action communicationnelle?

Quelles sont les préoccupations de ce public par rapport à la question scolaire (le ou les enjeux en éducation)? Les taxes? Les bulletins? Le multiculturalisme?

Que puis-je tirer de ma connaissance du milieu scolaire qui va illustrer et soutenir ce que je veux dire? Des expériences personnelles, des problèmes bien identifiés, des services offerts par « ma » commission scolaire mais peu connus, des succès, des prix obtenus, des initiatives heureuses, des solutions à proposer...

Enfin, **parmi toutes les choses que je pourrais dire en public, qu'est-ce qui est important?** Quel devrait être le cœur de mon message? Est-ce que c'est un événement qui s'en vient? Est-ce que c'est pour corriger une information fautive? Est-ce pour annoncer une décision?

Somme toute, c'est quand on met ensemble les réponses à ces quatre grandes questions que le message central émerge et qu'il est possible d'attirer vraiment l'attention sur ce qui est important à nos yeux. Ainsi, les faux-pas et d'autres messages parasites sont évités.



François Demers
Ph. D.
Professeur titulaire
au Département
d'information et
de communication
Université Laval
francois.demers@
com.ulaval.ca



Au cours de l'atelier, trois présidents ont livré des témoignages sur des enjeux en éducation, notamment l'exode des jeunes, l'amélioration de l'école publique et la promotion de la santé des élèves. De gauche à droite, M. Claude Gélinas, président de la Commission scolaire des Découvreurs, M^{me} Diane De Courcy, présidente de la Commission scolaire de Montréal et M^{me} Ginette Côté, présidente de la Commission scolaire de l'Estuaire, qui ont présenté des points de vue fort intéressants et très appréciés des congressistes.