

# COMMUNIQUER ET INTERAGIR AVEC LES ÉTUDIANTES ET ÉTUDIANTS

## Introduction

Les étudiants d'études postsecondaires représentent une puissance humaine ayant le pouvoir d'influencer fortement l'agenda du développement durable de l'Ontario. La mobilisation des étudiants au niveau de l'agenda du changement climatique est une façon optimale de recueillir des points de vue et des idées novatrices, de mesurer les connaissances et d'obtenir un appui. Les étudiants mobilisés sont aptes à renforcer une culture de durabilité et à appuyer l'accroissement de prise de conscience et l'intégration de pratiques de gérance et de durabilité.

Les champions du développement durable et le personnel n'ouvrent pas tous directement avec les étudiants et plusieurs d'entre eux ne possèdent pas l'expertise requise au développement et à la mise en œuvre de stratégies d'engagement des étudiants. La mobilisation et l'engagement des étudiants peut s'avérer une tâche des plus difficiles pour ce type de travail et demeure un facteur que les institutions postsecondaires s'efforcent d'améliorer. Les renseignements contenus dans le présent document ont été recueillis par l'entremise d'une série de discussions avec les professionnels du développement durable des collèges de l'Ontario ainsi qu'au moyen de données de recherche numérique. Nous espérons que ces renseignements aideront à combler le vide avec les étudiants et de permettre à votre établissement de favoriser le changement.

## Stratégies de mobilisation des étudiants

Il n'existe pas de stratégie ou plan d'action unique aux fins d'engagement et de mobilisation des étudiants. Ils doivent être abordés de façons variées afin d'assurer des lignes de communications globales qui s'adressent à eux, sur leur propre terrain, par exemple, par l'entremise de médias sociaux divers tels Instagram, Twitter et You Tube, et en personne, par courriel, à l'aide d'annonces, etc.

La façon dont les étudiants peuvent être mobilisés évolue constamment. Un engagement efficace se produit lorsque l'on comprend la façon dont les étudiants communiquent de nos jours. Les dialogues avec le Marketing, l'association des étudiants, le corps professoral et les facultés, et toute autre autorité administrative engagée envers la population étudiante, sont des façons de parvenir à comprendre et à mobiliser les étudiants. En outre, il faudrait songer à effectuer votre propre recherche en ce qui concerne les outils de communication et de marketing sociaux populaires.

Le canal média approprié dépendra du contexte qui sera partagé. Par exemple, si vous désirez mettre en place un programme de covoiturage, qui exige des explications approfondies, un court vidéo ou une représentation en personne serait appropriée afin de faire ressortir les principaux avantages de covoiturage au sein des établissements d'enseignement, tandis que si les étudiants se posent des questions en ce qui concerne l'élimination des tasses à café jetables, une image statique (affiche, etc.) et une photo occasionnelle sur Instagram, sont plus appropriées.

Il s'agit de donner l'occasion aux étudiants d'exprimer leurs opinions et leurs rétroactions. La compréhension de leurs points de vue en ce qui concerne la responsabilité du bureau de la durabilité, peuvent être utiles à l'élaboration d'un descriptif pour programmes futurs

L'engagement et la mobilisation ainsi que les communications anonymes, associés avec des mesures incitatives, peuvent s'avérer très efficaces puisque ceci aide les gens à se sentir plus confortables lors du partage de leurs opinions et de leurs pensées, sans peur de jugements ou de répercussions.

et aux fins d'obtention d'appui de la part des décideurs. Il s'agit également de créer et de faire participer les étudiants dans des activités pratiques qui les intéressent, un objectif plus ambitieux que de simplement réaliser un objectif. Les établissements qui perfectionnent ces méthodes démontrent leur leadership et favorisent la participation entière des étudiants. Il s'agit également de se rappeler que les étudiants naviguent à travers des périodes qui peuvent être stressantes et que leur temps est limité, alors rencontrez-les sur leurs propres terrains, soit physiquement ou par l'entremise des médias sociaux.

### Utilisation de mesures incitatives

Les mesures incitatives sont un moteur de force envers la mobilisation des étudiants, plus spécialement pendant la semaine d'orientation, lorsque votre établissement est occupé à donner le ton. Alignez une de vos campagnes de publicité avec les objectifs du bureau de durabilité. Pensez à équiper les étudiants avec des outils orientés vers un changement de comportement, qui rendront leur vie plus facile. Par exemple, des articles de publicité tels les bouteilles d'eau réutilisables ou de la coutellerie réutilisable, que les étudiants peuvent possiblement ne pas être en mesure d'acheter ou auxquels ils n'ont pas songé.

L'Yvey Sustainability Club de l'Université de Western Ontario a [lancé une initiative](#) aux fins de réduction d'achat de bouteilles d'eau à usage unique et afin de sensibiliser les étudiants en ce qui concerne les incidences néfastes de celles-ci sur l'environnement. L'attention fut également portée sur les économies réalisables en remplissant les bouteilles d'eau réutilisables à la fontaine, comparativement à l'achat de bouteilles d'eau de 500 ml au coût de 2,00 \$ chacune. L'entreprise Canadian Springs, un fournisseur de distribution d'eau à Mississauga, a contribué 600 bouteilles d'aluminium réutilisables et des stations de remplissage d'eau furent installées dans les classes.

« Sur une durée de trois mois, les étudiants ont sauvé approximativement 2 200 MJ en énergie, 500 kg en émissions de CO<sub>2</sub> et plus de 4 000 \$. Pour chaque équivalent de bouteille de plastique de 500 ml à usage unique que les étudiants ont remplacé à l'aide des bouteilles réutilisables, l'Yvey Sustainability Club a versé des fonds vers l'achat d'une station de remplissage d'eau pour le nouveau bâtiment Ivey. »

Pendant la semaine d'orientation 2017, le bureau de durabilité de l'Université de Guelph et l'Association des étudiants, ont organisé un BBQ et les étudiants ont eu l'occasion de gagner un grand prix – un nouveau vélo ! à titre de mesure incitative envers la mobilisation et l'engagement. Le Bike Centre, le magasin de réparation de vélo libre-service, [a tenu cet évènement](#) et a donné l'opportunité aux étudiants d'avoir leur vélo mis au point et d'acquérir certaines compétences en réparation de vélos, avant le début du semestre. Encourager les étudiants à se rendre au campus en vélo, par l'entremise de ce type d'évènement, offre beaucoup d'avantages, plus particulièrement si votre plan de durabilité comprend une réduction de la pollution et des GES.

Les incitatifs créatifs et utilisables offrent aux étudiants les ressources nécessaires pour leurs prises de décisions en ce qui concerne la durabilité et leur permet une plus grande contribution envers la durabilité. Plutôt que de leur offrir un choix, le choix par défaut devrait être celui le plus durable. Fournir aux étudiants un article qui leur sera profitable ; nourriture, marchandise cataloguée institutionnelle, article technologique (remis à neuf signifie durable et sauve des coûts), sont tous des articles qui servent d'incitatifs.

## Collaborer avec les étudiants

Efforcez-vous de nouer des relations mutuellement avantageuses avec l'association des étudiants et autres services qui font affaire avec les étudiants. La mise en œuvre de ces relations et de ces collaborations envers les activités de mobilisation aide à réduire les efforts organisationnels tout en unissant les forces de toutes les parties prenantes.

Employer les étudiants au sein du bureau de durabilité apporte des nouvelles idées et un nouveau regain de dynamisme et fournit également un aperçu précieux en ce qui concerne les tactiques qui motivent l'engagement. Les étudiants agiront comme défenseurs de la durabilité envers leurs pairs. Les interactions d'un étudiant à l'autre sont plus efficaces que les interactions entre le personnel et les étudiants. Des étudiants informés ont la capacité de soutenir l'établissement en suscitant la sensibilisation et l'engagement du personnel et des facultés, aux fins de diffusion de l'information concernant les initiatives visant la durabilité, entreprises par l'établissement.

Faites équipe avec les organismes d'étudiants pour mener à bien des lectures, des ateliers et des séminaires concernant les sujets liés à la durabilité. Les étudiants provenant des différents programmes organisent leurs activités sous différents angles. Les étudiants en administration des affaires ou en économie, pourraient organiser des lectures liées à des sujets tels les villes durables ou les entreprises durables, alors que les étudiants en art culinaire pourraient se concentrer sur les déchets de nourriture et les avantages de « Lundis sans viande », auprès des services de restauration du campus.

Des valeurs telles la loyauté, l'honnêteté et l'intégrité sont des valeurs importantes aux étudiants<sup>1</sup>. Assurez-vous de bien démontrer ces valeurs.

## Chronométrez vos efforts

Il est important d'établir les grandes lignes des semestres et du cycle de l'année scolaire afin de bien comprendre et recenser les périodes de ralentissement, alors que le stress est moindre et la mobilisation plus facilement atteinte. La semaine d'orientation est un bon moment de promouvoir l'engagement et la mobilisation des nouveaux étudiants et de leur faire entrevoir un message de durabilité associé à l'établissement. La communication et la mobilisation par l'entremise de médias sociaux et de sondages devraient être entrepris lors des périodes d'examen alors que les étudiants recherchent des distractions et passent de longues périodes de temps sur leur ordinateur. Toutes les activités d'engagement à l'intention des étudiants pendant la semaine d'examen devraient se faire en ligne.

## Paramètres de la mobilisation et de l'engagement

Établissez des paramètres de communication et d'engagement afin de bien évaluer les techniques et les stratégies qui fonctionneront pour chaque projet, initiative ou programme. Réévaluer les stratégies d'engagement afin d'assurer que les communications demeurent pertinentes et importantes aux étudiants. Par exemple :

- Analyser les messages sur les médias sociaux afin de bien comprendre le nombre de jours et d'heures passés sur les médias sociaux par les étudiants. Il pourrait se trouver une légère hausse pendant les heures matinales.
- Retracer le nombre d'individus avec qui vous avez été en contact lors de la semaine d'orientation et autre événements et rencontres en personne.

## Annoncez les accomplissements

Prenez le temps de célébrer et d'annoncer les accomplissements puisque ceci démontre une évolution positive fondée sur la communauté et est bon pour le moral. La plupart des étudiants ne sont pas au courant des résultats, ou des raisons de la mobilisation. Il s'agit ici d'une occasion d'annoncer le bon travail qui a été accompli en se fondant sur leurs opinions et rétroactions.

## À quoi ressemble un engagement ou une mobilisation réussie ?

- Les innovations liées au développement durable devraient automatiquement être comprises dans la description de travail et les fonctions de tous afin d'assurer le succès de la mise en œuvre et de l'intégration de tous les éléments durables.
- Les étudiants sont au courant des programmes et cours liés à la durabilité et au changement climatique.
- Tous les secteurs de l'établissement œuvrent de concert aux fins de soutien de la durabilité. Les défenseurs sont innombrables.
- Engagement et sensibilisation améliorés au sein du milieu universitaire, qui aide à la compréhension de la durabilité et ce que ceci implique pour les étudiants (ce que nous faisons). Le bureau de durabilité n'est pas seul à mobiliser et à engager.
- Les étudiants souhaitent voir plus de progrès s'accomplir en ce qui concerne la durabilité et se sentent capables d'influencer et de déterminer la nature des agendas en matière de durabilité.

## Défis potentiels

- La durabilité et le changement climatique sont des questions mondiales complexes et comprennent des concepts souvent difficiles à comprendre ainsi que des mises à jour continues. Il serait avantageux de présenter ces questions en relation avec les étudiants et leurs expériences.
- Il est notamment difficile de mobiliser les étudiants au postsecondaire en raison des stress vécus et de la diversité des caractéristiques de la population étudiante. Certains d'eux sortent tout juste de l'école secondaire tandis que d'autres sont des étudiants adultes avec responsabilités familiales.
- L'épuisement professionnel peut survenir alors que la mobilisation se poursuit au fil des semestres et il peut sembler toujours avoir à recommencer. Utiliser les paramètres de rétroactions afin d'évaluer la mobilisation et l'engagement et de constater les progrès accomplis d'une année à l'autre.
- Beaucoup d'individus qui assument un rôle au sein des dossiers de changement climatique ou de durabilité, n'ont aucun antécédent professionnel lié à la communication ou à la mobilisation et peuvent se sentir intimidés ainsi que craindre l'échec de leurs efforts. N'hésitez pas à demander un soutien si vous en sentez le besoin. Travaillez de concert avec les étudiants en communications et collaborez avec d'autres secteurs, aux fins de mise en œuvre d'événements et tentez de nouer de nouvelles relations.

Des fonds continus pour les projets sont essentiels ; certains établissements constituent des fonds renouvelables qui sont compris dans les frais de scolarité, rarement plus de 10 \$ par semestre et qui servent à appuyer les initiatives menées par les étudiants.

## Conclusion

Le principe de durabilité est une vision communautaire. Cette vision préconise des opportunités éthiques qui rendent le milieu universitaire plus agréable et stimulant. Malheureusement le mot durabilité peut souvent être synonyme de négativité pour ceux et celles qui conçoivent la durabilité comme étant un combat difficile envers lequel bien peu de changements sont accomplis. Il est important d'alimenter un sentiment de communauté à travers vos efforts en matière de développement durable, et de faire triompher l'idée de l'amélioration de la qualité de vie sur le campus. Il s'agit d'une approche résolument tournée vers l'avenir en ce qui concerne le bien-être de la communauté, les ressources énergétiques et l'économie. En mettant l'accent sur la valeur des efforts lors de la conception et la mise en œuvre de techniques de mobilisation et d'engagement, votre campus se transformera en un lieu de travail et d'étude plus accueillant, plus innovant et plus résilient.

---

<sup>1</sup> McCollum, DL. (2009). What Are the Social Values of College Students?: A Social Goals Approach. *Journal of College and Character*. Disponible à <https://naspa.tandfonline.com/doi/pdf/10.2202/1940-1639.1469>