

Questions et réponses

Conseil atlantique des ministres de l'Éducation et de la Formation

« L'alphabétisation, ça me touche plus que je le pense » – Lancement de la campagne de sensibilisation à l'alphabétisation des adultes en Atlantique

Questions et réponses

1. Qui a élaboré la campagne « L'alphabétisation, ça me touche plus que je le pense »?

En septembre 2009, en réponse à la résolution des premiers ministres en matière d'alphabétisation, qui a été adoptée lors de la réunion des Cabinets de l'Atlantique tenue en 2008, le Conseil atlantique des ministres de l'Éducation et de la Formation (CAMEF) a publié un plan d'action régional sur la littératie intitulé *La littératie : une clé d'apprentissage et une voie vers la prospérité – Plan d'action 2009-2014 pour le Canada atlantique*. Ce plan d'action régional sur la littératie définit les stratégies communes qu'entreprendront les ministres pour promouvoir l'alphabétisation et améliorer le taux d'alphabétisation partout au Canada atlantique.

Une des composantes du plan d'action sur la littératie des ministres est l'élaboration et le lancement d'une campagne régionale de sensibilisation à l'alphabétisation des adultes conçue pour autonomiser et motiver les Canadiens de l'Atlantique en ce qui concerne les avantages d'un apprentissage durant toute la vie et d'une amélioration de leurs taux d'alphabétisation.

Un groupe de travail de l'Atlantique sur l'alphabétisation des adultes, composé d'experts en alphabétisation des adultes des quatre provinces et soutenu par le secrétariat du Conseil atlantique des ministres de l'Éducation et de la Formation, a défini les objectifs et la stratégie pour cette initiative. Une demande de proposition a été émise et le groupe M5 Marketing Communications a obtenu le contrat.

2. Quel est le but de la campagne « L'alphabétisation, ça me touche plus que je le pense »?

Le slogan de la campagne « L'alphabétisation, ça me touche plus que je le pense » souligne que l'alphabétisation englobe beaucoup plus d'éléments que la lecture, la rédaction et le calcul. Elle touche chaque aspect de la vie quotidienne d'une personne, que ce soit en tant qu'apprenant, employeur, travailleur ou parent. L'objectif prioritaire de la campagne est d'accroître la sensibilisation parmi les Canadiens de l'Atlantique concernant les liens entre les niveaux d'alphabétisation et la qualité de vie, la santé, l'économie et l'emploi. Elle incitera davantage plus de Canadiens de l'Atlantique à améliorer leurs compétences essentielles en faisant de l'alphabétisation l'affaire de tous.

La campagne sera mise en œuvre sur une période de quatre ans, et elle est divisée en deux phases. La première phase (années un et deux) a pour but de favoriser une prise de conscience du public au sujet de ce que l'alphabétisation signifie et de son importance dans nos activités quotidiennes. Ces messages stimulants seront transmis par des publicités télévisées dans le cadre de la campagne.

La deuxième phase (années trois et quatre) de la campagne mettra l'accent sur l'encouragement des apprenants potentiels à participer aux programmes d'apprentissage pour adultes, ainsi que sur l'élaboration de tactiques communautaires afin d'améliorer et de mobiliser les partenariats entre les employeurs, les apprenants adultes et les organismes communautaires.

3. Qui est le public cible?

Le principal public cible pour la première phase est la population de plus de 18 ans et les employeurs représentent le public secondaire. Les apprenants adultes sont le principal public cible pour la deuxième phase et les employeurs sont le public secondaire.

4. Quelles sont les composantes de la campagne?

La première phase de la campagne est constituée de huit publicités télévisées (de 15 secondes), quatre en français et quatre en anglais au total. Les quatre thèmes des publicités télévisées sont les suivants : sensibilisation à l'alphabétisation générale, les avantages de meilleurs taux d'alphabétisation pour l'économie, les effets et les avantages pour les employeurs et les avantages en matière de santé pour les familles ayant suivi un apprentissage durant toute la vie.

Dès le 1^{er} novembre, dans le cadre du lancement de la campagne par les ministres, ces publicités télévisées seront diffusées pendant quatre semaines par les stations de télévision des quatre provinces de l'Atlantique. Ces stations de télévision sont ATV Maritimes, CBC Halifax, CBC Fredericton, CBC Charlottetown, CBC Terre-Neuve-et-Labrador, NTV et CBAFT.

Une deuxième série de publicités télévisées seront diffusées pendant quatre semaines au cours de la deuxième année de la campagne. Ces publicités seront diffusées par les mêmes stations de télévision en Atlantique.

5. Pourquoi les publicités télévisées montrent-elles des séquences de passants?

La campagne a été conçue pour encourager les Canadiens de l'Atlantique et leur donner envie d'améliorer leur niveau d'alphabétisation et leurs compétences essentielles en faisant de l'alphabétisation l'affaire de tous. Les publicités télévisées renforcent ce message en montrant des Canadiens de l'Atlantique ordinaires discutant de l'alphabétisation et partageant leurs expériences.

Les publicités véhiculent le message clé selon lequel « alphabétisation » signifie posséder les compétences nécessaires à tous. Elle touche chaque aspect de la vie quotidienne d'une personne, que ce soit en tant qu'apprenant, employeur, travailleur ou parent.

6. Y a-t-il d'autres composantes pour la campagne prévue?

Oui. Une composante apprenant/employeur conçue en vue de mobiliser des partenariats et d'encourager les apprenants potentiels à participer aux programmes d'apprentissage pour adultes sera mise en œuvre au cours de la phase 2 de la campagne.

7. Quels sont les rôles des ministres en ce qui concerne la campagne « L'alphabétisation, ça me touche plus que je le pense »?

Les ministres lanceront les publicités télévisées dans leur province respective le 1^{er} novembre, en exposant leur leadership, leurs préoccupations et la collaboration quant à l'enjeu crucial que représente l'alphabétisation.

8. Quel est le coût de la campagne et est-ce une bonne façon de dépenser cet argent?

Le coût total de la campagne est de 500 000 \$, partagé entre les quatre provinces de l'Atlantique. Investir dans cette initiative sera bénéfique à long terme, car l'alphabétisation est la base du progrès social et économique. Des capacités solides de lecture et d'écriture sont essentielles afin d'assurer l'entière participation des Canadiens de l'Atlantique en milieu de travail et au sein de la communauté, que ce soit pour effectuer des opérations bancaires en ligne ou pour aider les enfants dans leurs devoirs à la maison.

Les avantages d'un niveau d'alphabétisation amélioré en termes d'employabilité, de taux salarial, de revenu et de santé ont été bien documentés. Dans le document *Ne négligeons pas l'alphabétisme : appel à l'action*, publié en 2007 par la Banque TD, il est écrit qu'en raison de meilleures possibilités d'emploi, il existe un lien fort entre l'alphabétisation et le revenu des particuliers.

9. Pourquoi est-ce important aujourd'hui?

Des études comme l'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes 2003 (EIACA) indiquent que plus de la moitié des Canadiens de l'Atlantique ont des niveaux d'alphabétisation et de numératie inférieurs au niveau minimal des compétences nécessaire pour faire face aux exigences de la vie et du travail de tous les jours. De plus, l'ampleur du problème n'est pas bien appréhendée, étant donné qu'en règle générale, les gens associent l'idée d'alphabétisation à la capacité de lire et n'envisagent pas son contexte plus large, à savoir les aptitudes pour effectuer les tâches quotidiennes, des opérations bancaires jusqu'à la lecture pour les enfants. Dans

la mesure où la recherche met en évidence que de meilleurs taux d'alphabétisation améliorent la santé globale et le revenu d'une personne/d'un employé, de même que la productivité de l'entreprise, la campagne de sensibilisation à l'alphabétisation des adultes sera axée sur des messages positifs visant à déstigmatiser l'alphabétisation des adultes et à promouvoir le fait que l'alphabétisation concerne tout le monde.

10. Que fait le Nouveau-Brunswick pour améliorer les niveaux d'alphabétisation dans la province?

La vision de la stratégie d'alphabétisation des adultes du Nouveau-Brunswick, *Travailler ensemble à l'alphabétisation des adultes : Stratégie d'alphabétisation des adultes du Nouveau-Brunswick*, est que tous les Néo-Brunswickois possèdent les capacités de lecture et d'écriture nécessaires pour bien fonctionner à la maison, au travail et dans leurs collectivités. Elle est axée sur quatre domaines stratégiques visant à améliorer les services dans la province et à augmenter les niveaux d'alphabétisation :

- 1- réduire les obstacles et accroître la participation;
- 2- augmenter le nombre et l'éventail des possibilités d'apprentissage des adultes;
- 3- assurer la qualité et l'efficacité des programmes;
- 4- consolider les partenariats afin d'élaborer un système d'alphabétisation des adultes robuste et efficace.

Des mesures sont en cours et d'autres initiatives sont prévues pour les trois années à venir afin d'améliorer notre système d'alphabétisation des adultes – au sein du Ministère, en collaboration avec d'autres ministères du gouvernement et des intervenants des secteurs privé et bénévole.

11. Quels sont les programmes mis à la disposition des Néo-Brunswickois qui souhaitent améliorer leurs capacités de lecture et leurs compétences essentielles?

- 1- Les centres communautaires d'apprentissage pour adultes du Réseau communautaire d'apprentissage pour adultes (RésCAA) proposent des programmes d'alphabétisation dans le cadre de la préparation du test de connaissances générales – GED, niveau 2 de l'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes, aussi bien en salle de classe qu'en ligne, et des programmes d'apprentissage en ligne basés sur l'apprentissage de l'informatique et sur d'autres possibilités d'apprentissage continu. À ce jour, le financement collecté cette année a été réparti entre 160 programmes de formation générale et 70 programmes d'apprentissage en ligne dans plus de 100 collectivités à l'échelle de la province.
- 2- Le Programme de compétences essentielles au travail (CET), proposé aux secteurs public et privé en partenariat avec le monde des affaires et le monde du travail, offre un programme de formation accélérée en matière d'amélioration des compétences. Le processus d'évaluation tient compte des acquis du candidat. La formation suit une approche axée sur les compétences avec un programme d'études basé sur les neuf compétences essentielles de Ressources humaines

et Développement des compétences Canada (RHDC).¹ Cette formation est conçue pour améliorer le rendement et/ou la mobilité des individus dans leur milieu de travail actuel. En ce qui concerne les personnes sans emploi, cela permettra d'améliorer leur employabilité et de leur donner accès à d'autres formations. Actuellement, 37 initiatives sont offertes et 50 autres font l'objet de discussions ou se trouvent en phase de préparation.

- 3- Le Ministère travaille avec Laubach Literacy New Brunswick afin de l'aider à renforcer ses compétences et à améliorer la qualité de son service de tutorat individualisé offert aux anglophones de la province. Le Ministère a établi un partenariat avec la Fédération d'alphabétisation du Nouveau-Brunswick afin d'explorer les possibilités de mise en place d'un service similaire pour les francophones.
- 4- Le Service des bibliothèques publiques du Nouveau-Brunswick (SBPNB) a lancé une collection favorisant l'alphabétisation des adultes composée de plus de 15 000 livres dans les deux langues officielles. Depuis septembre 2009, les services de bibliobus sont disponibles dans les zones rurales de la province qui ne disposent pas de bibliothèque publique. Le Service des bibliothèques publiques du Nouveau-Brunswick a également développé un modèle de service qui s'adresse aux personnes incapables de lire des imprimés, incluant l'attribution de postes de travail avec des technologies adaptées et un accès aux collections spéciales, en partenariat avec l'Institut national canadien pour les aveugles (INCA) et Bibliothèque et Archives nationales du Québec, actuellement en essai dans neuf bibliothèques publiques. En outre, le Service des bibliothèques publiques du Nouveau-Brunswick a mis en place un service de livres par la poste offert aux résidents du Nouveau-Brunswick qui ne sont pas en mesure de visiter une bibliothèque publique ou un bibliobus.

¹ Les neuf compétences essentielles de Ressources humaines et Développement des compétences Canada sont les suivantes : lecture de textes, utilisation de documents, calcul, rédaction, communication orale, capacités de raisonnement, travail d'équipe, utilisation d'un ordinateur et formation continue.