

Les pratiques favorisant l'efficacité des programmes d'éducation parentale

destinés aux parents de jeunes enfants confrontés à des stressseurs multiples

Comment inciter les participants à s'inscrire à votre programme

Un programme bien conçu, comportant un contenu de qualité qui s'appuie sur des preuves solides, risque malgré tout de ne pas produire les résultats escomptés si sa mise en œuvre est inadéquate. Pour qu'un programme prometteur soit vraiment efficace, vous devez prêter attention non seulement à son contenu, mais aussi à des aspects comme le recrutement, la rétention, l'engagement, le maintien des nouveaux acquis et le soutien continu.

Le premier défi lié à la mise en œuvre d'un programme d'éducation parentale destiné aux parents de jeunes enfants qui sont confrontés à des stressseurs multiples consiste à **convaincre ces parents d'y participer**. Lorsque les parents répondent à des sondages, ils sont nombreux à déclarer que l'éducation parentale les intéresse. Pourtant, lorsque vient le temps de s'inscrire à de tels programmes, le pourcentage diminue, particulièrement au sein des populations dont la vie est compliquée par d'autres facteurs.

Voici quelques suggestions de pratiques de recrutement appréciées et prometteuses qui sont tirées de la documentation spécialisée¹ :

- Procédez à une **évaluation des besoins** afin de bien comprendre les besoins des parents que vous ciblez. Un programme bien adapté aux besoins des participants sera plus efficace. Comme les besoins varient d'une famille à l'autre, vous devez aussi définir clairement les objectifs de votre programme de façon à pouvoir aiguiller les participants vers des ressources appropriées, que ce soit un de vos programmes ou des services offerts par d'autres organismes. De plus, il est utile de savoir dans quelle mesure les parents sont réceptifs à l'apprentissage de nouveaux comportements parentaux. Vous pourrez ainsi adapter votre programme au degré d'ouverture des parents, peu importe l'étape à laquelle ils se trouvent dans le processus de changement.
- Offrez un **éventail de programmes**. Aucun programme ne convient vraiment à tous. Si un programme donné n'intéresse pas un parent, un autre programme est susceptible de l'intéresser. En proposant un choix de programmes, vous respectez la diversité des intérêts et des styles d'apprentissage des adultes.
- Structurez les programmes en fonction de **l'âge des enfants** et des **sujets intéressants les parents**. Les adultes sont intéressés à acquérir des connaissances qu'ils peuvent appliquer immédiatement dans leur vie quotidienne. Les parents seront plus attirés vers un programme qui cible le groupe d'âge de leurs enfants. Les sujets liés à des comportements (comme les crises de colère) ou périodes de transition (comme l'entrée à l'école) spécifiques sont aussi les plus susceptibles d'inciter les parents à s'inscrire à un programme.
- **Planifiez votre publicité** avec soin en tenant compte des intérêts des participants potentiels, de leur langue et de leurs capacités de lecture et d'écrire. Une publicité efficace pique la curiosité des gens, leur présente le sujet de façon à ce qu'il paraisse applicable à eux personnellement et les incite à participer. Dans les petites collectivités et certains groupes ethniques, le bouche à oreille pratiqué par les anciens participants est plus efficace que les affiches et les dépliants. Des recommandations de la part de leaders communautaires respectés (aînés, directeurs d'école, chefs religieux) peuvent aussi contribuer grandement au succès d'un programme.
- **Les contacts personnels** sont efficaces. L'expérience démontre que les contacts personnels font fréquemment pencher la balance lorsque des parents hésitent à s'inscrire à un programme. Certaines personnes déclarent qu'elles ont déjà recruté des pères en se rendant dans certains lieux spécifiques (milieu de travail, centre de loisirs, salon de barbier, etc.). D'autres ont amené des pères à s'intéresser aux activités d'un projet en mettant à contribution leurs habiletés, telles que leurs talents de bricoleur.
- La **persévérance** est récompensée. Vous pouvez réduire le nombre d'absents à la première rencontre d'un programme en donnant un coup de fil aux participants ou en leur envoyant une note pour leur rappeler les dates et l'heure des rencontres. Les appels de suivi permettent aussi de cerner plus clairement les attentes des parents et d'atténuer leur anxiété, ce qui favorise aussi la participation.

¹Ce sommaire est le premier d'une série de cinq documents résumant les pratiques qui se sont révélées les plus efficaces pour travailler avec des parents de jeunes enfants vivant dans des conditions comportant des défis multiples. Des références complètes pour toutes les suggestions formulées dans ce sommaire sont fournies dans le rapport intitulé *What Works for Whom? Promising Practices in Parent Education* rédigé par Betsy Mann et publié par l'Association canadienne des programmes de ressources pour la famille (FRP Canada). Pour consulter *What Works for Whom?* (en anglais seulement), ainsi que les quatre autres sommaires, visitez le site www.frp.ca.

- Les participants potentiels ont plus de chances de s'inscrire à un programme s'ils ont **rencontré l'animateur ou l'animatrice** avant. Ils ont ainsi l'occasion de lui poser des questions en personne au sujet de leurs inquiétudes. Vous pouvez les rassurer et contribuer à apaiser les craintes qui risquent de les dissuader de s'inscrire.
- Offrez le programme **à des heures et à un endroit pratiques** pour les participants. Les chefs de famille monoparentale, sans emploi, à faible revenu et ayant un faible niveau de scolarité sont généralement plus flexibles quant à l'heure du programme que les familles biparentales dont les deux parents travaillent, ceux-ci préférant les rencontres ayant lieu le soir ou le samedi. Vous devez tout de même vous assurer que l'heure soit compatible avec la routine des enfants et les horaires de transport. Tâchez d'offrir votre programme à un endroit facile et rapide d'accès pour les participants.
- Déterminez la **durée optimale de votre programme**. Comme les gens ne changent pas facilement leurs comportements ou leurs croyances, un programme doit être suffisamment long pour avoir un effet. Les études démontrent que la plupart des programmes de prévention éprouvés sont intensifs et sont échelonnés sur une période relativement longue, parfois même sur plusieurs années, particulièrement lorsqu'ils visent des familles dont les problèmes sont complexes et les défis, multiples. Par contre, les parents hésitent généralement à s'engager dans un programme qui dure plus de six à huit semaines. Dans certains cas, même une durée de huit semaines constituera un obstacle à la participation. Vous devez connaître les habitudes des participants éventuels à votre programme pour choisir une durée qui est efficace tout en étant acceptable aux yeux des participants.
- **Réduisez les barrières potentielles**. Les programmes à l'intention des parents vivant dans des conditions difficiles sont souvent complétés par des services de garde et d'aide au transport afin de faciliter la participation. Si la langue représente un obstacle, envisagez de faire appel à des interprètes multilingues.
- Offrez des **incitatifs**. Les organismes utilisent fréquemment les collations et les repas comme élément d'attraction. Certains accordent aussi des prix de présence. Dans certains organismes américains de grande envergure, les parents sont rémunérés pour leur participation.
- Choisissez un **environnement sécurisant**. Les adultes apprennent généralement mieux dans un milieu où ils se sentent à l'aise, à la fois physiquement et émotionnellement. Puisque l'anxiété affecte la réceptivité à de nouvelles informations, l'environnement doit être sécurisant aux yeux des participants. Vous devez examiner le lieu de votre programme en vous mettant à la place des participants éventuels. Certaines familles peuvent avoir vécu des expériences difficiles dans leurs relations avec les services sociaux. Un programme produit généralement de meilleurs résultats lorsque les activités se déroulent dans un milieu familier, où les gens vivent, travaillent, étudient ou se réunissent déjà.
- La publicité du programme devrait être **non stigmatisante**. Il est peu probable que les gens vont s'inscrire à un programme s'ils pensent qu'il est destiné uniquement aux parents aux prises avec des problèmes. Par exemple, « préparation à l'école » constitue une description neutre du sujet d'un programme d'éducation parentale, mais ce titre est assez général pour englober un vaste éventail d'aptitudes et de connaissances parentales.

« Les parents acquièrent un sentiment d'autonomisation lorsqu'ils accèdent aux services dont ils ont besoin sans avoir l'impression d'être "étiquetés" comme étant inefficaces. Les parents qui participent à des programmes parentaux "non conventionnels" (comme des ateliers de création ou un programme d'activité physique pour adultes) ont plus de chances d'être disposés à réfléchir à leurs difficultés parentales que les parents qui sont aiguillés vers de tels services en raison de préoccupations spécifiques ayant trait à leurs pratiques éducatives. »

Sondage auprès des animateurs et animatrices de groupes de parents, entrepris par FRP en 2006

- **Favorisez l'orientation de participants vers vos programmes** de la part d'autres organismes communautaires en informant vos partenaires communautaires de la nature des programmes d'éducation parentale que vous offrez.
- Offrez **une séance de « dégustation »**. Si les parents ne connaissent pas l'animateur ou le lieu d'un programme, ou le concept de l'éducation parentale, ils peuvent préférer assister à une séance d'information ouverte à tous ou à un atelier se limitant à une seule séance. S'ils envisagent de changer un aspect de leurs pratiques parentales, une telle séance pourrait suffire à les convaincre de prendre des mesures en ce sens.