

Le point de vue d'adolescents montréalais sur les musées

Tamara Lemerise
Brenda Soucy
université du québec à montréal

Cette recherche a pour objet de recueillir les perceptions, les pratiques de visite, les préférences et les intérêts des adolescents par rapport à divers contextes et projets muséaux. Un questionnaire a été complété par 1 088 élèves francophones de 4^{ème} et 5^{ème} secondaire de Montréal et de ses proches banlieues. Plus de la moitié rapportent avoir fréquenté les musées durant les quatre ou cinq dernières années; plus du quart disent en avoir visité au cours de la dernière année. Leurs intérêts et préférences vont à des projets appelant la participation active à des expositions en lien avec leur culture et à des apprentissages réalisables en contexte de divertissement.

We examined adolescents' perceptions, visiting practices, preferences, and interests in relation to various museum contexts and projects, using a questionnaire completed by 1,088 Francophone students in Secondary IV and V (Grades 10 and 11) in Montreal and its inner suburbs. More than half reported having visited museums in the previous four or five years; more than a quarter said they had visited within the last year. Their interests and preferences were for projects calling for active participation in exhibits dealing with their culture and for learning that was also entertaining.

Cet article est le second volet d'une enquête sur la relation musées-adolescents¹; l'ensemble de la recherche s'inscrit dans le courant pro-jeunes récemment observé dans les musées. Le nouvel intérêt des musées pour les jeunes de 12 à 17 ans et surtout les efforts actuellement déployés pour rejoindre cette clientèle ne reposent pas sur le seul besoin d'accroître le nombre de visiteurs. Des objectifs éducatifs et sociaux sont aussi en jeu. Depuis le début des années 1990, les musées ont largement bonifié leur mission éducative, plaçant l'éducation au centre même de leurs préoccupations (American Association of Museums, 1992; Anderson, 1997). Dans plusieurs cas, cette mission éducative s'est développée sur fond de nouvelle mission sociale des musées : le musée est défini comme ayant aussi une responsabilité sociale à l'égard des membres de la communauté (American Association of Museums, 1995; Koster, 2000; Nightingale, 1999). Les adolescents comptent parmi les grands bénéficiaires de cette nouvelle orientation (Lemerise, 1999a). Au cours des dernières années, les musées ont en effet mis sur pied différents projets novateurs dans le but de favoriser à la fois le développement individuel et l'intégration sociale des jeunes (Lemerise, 1995, 1999b). L'impact positif des établissements muséaux sur les adolescents est d'ores et déjà

reconnu par des associations et des auteurs préoccupés par la question générale du mieux-être des jeunes dans nos sociétés.

En 1994, le Carnegie Council on Adolescent Development faisait état de la situation de hauts risques dans laquelle plusieurs jeunes se trouvaient et appelait les institutions de la communauté à se joindre aux efforts de l'école pour offrir des environnements, des programmes ou des projets qui puissent aider les jeunes de 12 à 17 ans à développer les habiletés cognitives et sociales nécessaires à une bonne adaptation à la vie en société. Dans deux rapports (Carnegie Council on Adolescent Development, 1994a, 1994b), un projet en musée est cité en exemple d'environnement favorable aux jeunes. Le projet cité vise à intégrer des jeunes de la communauté, particulièrement ceux issus de milieux défavorisés ou appartenant à des ethnies minoritaires, en les invitant à jouer des rôles valorisants et significatifs au musée. Le type de projet décrit par le Carnegie Council existe à plus d'un exemplaire : l'Association of Science and Technology Centers (1995) en dénombre 45 aux États-Unis seulement. Ces programmes muséaux offrent la possibilité à des jeunes à risque de créer des liens à long terme avec le musée tout en facilitant l'acquisition de connaissances et le développement d'habiletés sociocognitives, par exemple, en communication, dans les prises de décision et dans les résolutions de problèmes. Le Carnegie Council qualifie ces programmes d'élément de protection et de développement pour les jeunes.

Gardner (1991) exprime ses inquiétudes face aux jeunes, compte tenu des lacunes du système scolaire actuel. Non seulement le taux de décrochage scolaire au secondaire est-il élevé, mais on y observe aussi, selon l'auteur, de faibles niveaux de motivation pour les apprentissages scolaires, une quasi absence de transfert des connaissances apprises à l'école et le maintien, chez plusieurs élèves, des connaissances naïves dans différents champs notionnels pourtant abordés en classe. Or les musées sont vus par plusieurs (Gardner, 1991; Giordan, 1998; Hein, 1998; Lemerise, 1994) comme pouvant pallier, en partie du moins, à certaines des lacunes observées dans le système scolaire. Les musées favorisent l'utilisation de différentes formes d'apprentissage, dont l'apprentissage informel, l'apprentissage par l'objet, l'apprentissage social ou encore, dans certains cas, l'apprentissage de type apprenti; ils privilégient des apprentissages axés sur la compréhension; ils facilitent l'établissement de liens entre les notions apprises à l'école et celles apprises en musée.

Plusieurs auteurs ont décrit et commenté le courant pro-jeunes en place dans les musées (Allard, 1993; Association of Science and Technology Centers, 1995; Lemerise, 1995, 1999a; Rider et Illingsworth, 1997; Selwood, Clive et Irving, 1995). Il est clair à la lecture de leurs écrits qu'un des buts poursuivis est de poser des actes concrets en faveur des adolescents; des actes qui vont dans le sens des propositions de partenariat musées-écoles-communauté formulées par le Carnegie Council et par Gardner (1991).

LES MUSÉES ET LES ADOLESCENTS

Lemerise (1998a, 1999b) brosse un tableau des types de projets novateurs récemment offerts aux jeunes de 12 à 17 ans par les musées. Certains de ces projets s'inscrivent dans le cadre d'un partenariat avec l'école secondaire, d'autres sont offerts dans le cadre d'activités de loisirs mais tous ont comme but de favoriser le développement des jeunes et de faciliter leur intégration sociale. Ces projets, bien qu'en nombre croissant sont, à l'échelle de l'ensemble des musées, encore très peu nombreux. Ce ne sont pas tous les musées qui ont pris le double virage social-éducatif. Plusieurs n'ont pas les ressources financières et humaines nécessaires pour développer ou implanter ce nouveau type de projets (Lemerise, 1998a; Selwood, 1998); d'autres ont abandonné la partie après quelques essais infructueux auprès des adolescents.

Les adolescents demeurent une clientèle difficile à apprivoiser; ce ne sont pas tous les projets muséaux qui savent les attirer et les retenir. La petite histoire de la relation musées-adolescents (Lemerise, 1995) démontre clairement à ce sujet l'importance de tenir compte des besoins, attentes et intérêts des jeunes lors de l'élaboration de projets qui leur sont consacrés. Les jeunes ne participent pas aux programmes ou projets qui ne répondent pas à leurs intérêts et besoins; ils tendent, par ailleurs, à répondre positivement à ceux qui en tiennent compte (Lemerise, 1998a, 1999b).

LES ADOLESCENTS ET LES MUSÉES

Que pensent les adolescents des musées? À quel rythme les fréquentent-ils? Jusqu'à tout récemment, on disposait de très peu d'information au sujet de la présence des adolescents dans les musées. L'opinion courante était à l'effet que les jeunes de 12 à 17 ans étaient relativement absents des musées. Une récente recension d'écrits de Lemerise (1999c) permet de constater qu'un certain nombre d'auteurs ont amorcé le processus de diffusion d'informations chiffrées concernant la présence des jeunes dans les musées. Ces données proviennent majoritairement de programmes novateurs récemment implantés; elles font généralement état d'une utilisation régulière de ces programmes par un bon nombre de jeunes. Lemerise (1999c) lance un appel pour une diffusion plus grande de toutes les données relatives à la présence des jeunes en musée.

En ce qui a trait aux attentes, besoins et intérêts des adolescents face au musée, là aussi un nombre relativement petit d'études a pu être répertorié. À la fin des années 1970, seuls deux auteurs avaient abordé cette question; il faut attendre le début des années 1990 avant que d'autres auteurs prennent la relève. O'Connell et Alexander (1979) rapportent les commentaires recueillis chez quelque 500 adolescents après une visite au musée avec leur groupe-classe. La majeure partie des jeunes évalue positivement la visite bien qu'au préalable plusieurs s'attendaient à n'en retirer aucun plaisir. Les jeunes mentionnent

cependant ne pas se sentir à l'aise au musée et ils se décrivent comme étant nettement plus passifs qu'actifs durant une visite. Andrew et Asia (1979) interrogent, par le biais d'un questionnaire écrit, plus de 500 adolescents new-yorkais relativement à leurs attentes face aux musées d'art. Les souhaits exprimés sont de se sentir respectés par le personnel du musée, de pouvoir être actifs et de se voir offrir plus souvent des projets dans lesquels ils peuvent s'impliquer. Des jeunes rencontrés dans le cadre de groupes de discussion thématique dressent une liste des principaux irritants au musée : des adultes condescendants, des gardiens méprisants, des discours ennuyants, la fatigue trop vite installée, la difficulté à décoder les messages écrits, l'absence de choix (surtout dans le cadre des visites scolaires). Ces mêmes jeunes racontent aussi leurs expériences positives : le plaisir d'aller au musée avec des amis, l'intérêt ressenti lors d'une exposition vraiment à leur goût, la satisfaction tirée des interactions avec les artistes présents.

L'étude des points de vue des jeunes face aux musées est reprise au milieu des années 1990. Des jeunes de l'ordre du secondaire interviewés individuellement par Lemerise et Soucy (1994) s'entendent pour dire que les musées ne sont pas pour eux mais plutôt pour les adultes et les enfants. Sur le plan des attentes, ils souhaiteraient pouvoir être plus actifs, c'est-à-dire participer et interagir, plutôt que de simplement regarder et écouter; ils demandent des thèmes d'exposition en lien avec leur culture : sports, musique rock, pop, rap, écologie, santé, monde de demain, etc. Enfin, bien que les jeunes interviewés valorisent la possibilité d'apprendre au musée; ils jugent tout aussi important de pouvoir s'y divertir. Les propos rapportés par Rider et Illingsworth (1997) vont dans le même sens. Les jeunes Anglais de Londres ne se sentent ni aliénés, ni intimidés par les musées; ils concluent tout simplement que ces derniers n'ont rien d'intéressant à leur offrir. Ce qu'ils souhaiteraient? Se sentir bienvenus au musée; y trouver une atmosphère plus rigolote ou moins terne (de la musique ou de la couleur sur les murs); avoir moins de textes à lire; avoir, par contre, l'occasion de voir les experts à l'œuvre et de pouvoir interagir avec eux. O'Riain (1997) rapporte les réponses de 775 jeunes Anglais âgés de 11 à 16 ans à un court questionnaire complété en classe. À la question « Si on te suggérait d'aller visiter un musée comment réagiras-tu? » 35 % répondent qu'ils iraient volontiers; 25 % disent que cela dépendrait du musée; 40 % refuseraient l'invitation. La principale raison donnée à l'appui de leur refus est le caractère ennuyant (*boring*) des musées. Qu'entendent les jeunes par ce terme? Le musée est ennuyant, selon eux, parce que les choses à faire se limitent à marcher, regarder ou écouter et parce qu'il est trop exclusivement centré sur la diffusion d'informations didactiques (comme à l'école). L'auteur rappelle, par ailleurs, que presque tous les jeunes peuvent rapporter des expériences positives vécues au musée, comme si une fois qu'ils y étaient, plusieurs s'y plaisaient. Ceci amène O'Riain à conclure que les adolescents portent l'armure de l'ennui (*the boring armour*) et qu'ils la maintiennent en place en grande partie à cause d'une certaine pression sociale de la part de

leurs pairs; selon l'auteur, il serait assez malvenu pour un jeune de déclarer devant ses pairs que les musées sont intéressants.

Globalement, les perceptions des jeunes ne se sont pas foncièrement modifiées depuis les 20 dernières années. Bien que des projets novateurs aient été récemment implantés, ils sont soit encore trop peu nombreux, soit trop récents pour avoir modifié de façon importante la perception de l'ensemble des jeunes. Il convient de mentionner cependant que lorsque l'on interroge les jeunes ayant directement participé à l'un ou l'autre de ces nouveaux projets, leur perception est tout autre; ils font preuve d'enthousiasme, d'excitation, de reconnaissance (Holland, 1994; Klages, Libroero et Bell, 1995). L'adolescent moyen n'est toutefois pas informé de l'existence de ces projets, c'est pourquoi un plus grand nombre de projets en faveur des adolescents doivent être mis sur pied. Or, Lemerise (1995) souligne clairement qu'il est essentiel pour les musées qui souhaitent élaborer des projets pour les jeunes de préalablement bien connaître les perceptions et attentes de la population chaque fois ciblée.

Au Québec, on connaît encore peu le point de vue des adolescents sur les musées, de là l'objet de cet article. Des informations relatives aux perceptions, attentes et intérêts des jeunes Québécois face au musée seront fort utiles pour guider l'élaboration de projets muséaux qui seront conçus pour eux.

Second volet de l'enquête

Dans le cadre du second volet de notre enquête, un questionnaire a été élaboré dans le but de recueillir auprès d'un grand nombre de jeunes des informations relatives à quatre thématiques : (1) connaissances et perceptions des musées; (2) habitudes de visites scolaires et libres en cours d'adolescence; (3) préférences pour différents types de musées, styles de visite ou types d'accompagnateurs; (4) intérêt pour certains projets offerts à des jeunes en contexte scolaire ou de visite libre. Ce deuxième volet de l'enquête a été réalisé en deux phases : la première s'adressait à plus de 1 000 jeunes de la région de Montréal et de ses proches banlieues; dans la seconde phase, 1 000 jeunes habitant six autres régions du Québec seront sollicités.² Le présent article décrit la méthode et les résultats de la première phase.

MÉTHODE

Un questionnaire conçu pour les jeunes

Une première version du questionnaire a été soumise, pour analyse critique à une trentaine d'experts spécialistes dans l'un ou l'autre des quatre domaines suivants : élaboration de questionnaires, éducation muséale, psychologie de l'adolescence et enseignement au secondaire. Quelques adolescents ont aussi été consultés. Le questionnaire révisé a, par la suite, été soumis à deux groupes-classes de l'ordre du secondaire dans le cadre d'une pré-expérimentation. Quel-

ques questions ont été reformulées en réponse aux commentaires des jeunes répondants.

Le questionnaire comprend quatre sections (Soucy, 1999). La section I vise à identifier les perceptions et connaissances des adolescents relativement aux musées (par ex. : Un musée, à quoi ça sert? Qui fréquente les musées? Si tu étais maire [mairesse] d'une ville, est-ce que tu jugerais important qu'il y ait des musées dans ta ville?). La section II contient des questions relatives aux pratiques de visite des jeunes depuis le début du secondaire, dans le cadre de sorties scolaires ou de visites libres (par ex. : Combien de fois es-tu allé[e] au musée avec ton école ou dans tes temps libres depuis le début de ton secondaire? Pour ceux qui répondent avoir visité : Combien de fois à chaque niveau? Quels musées as-tu visités? Pour ceux qui répondent ne pas avoir visité : Quelles raisons expliquent l'absence de visite au musée?). La section III porte sur les préférences muséales des jeunes sur le plan des types de musées, des types de visite, des accompagnateurs ou des thématiques d'exposition. La section IV mesure l'intérêt suscité par quelques projets présentement offerts aux jeunes dans différents musées à travers le monde; les projets s'adressant tantôt à des groupes d'élèves du secondaire, tantôt à des adolescents en contexte de visite libre sont brièvement décrits.

Le questionnaire comprend en tout 33 questions du type choix de réponses (échelle de Likert, mise en ordre de préférence, réponses à choix multiples); à l'occasion, des justifications sont demandées. Le questionnaire a été administré en classe, chaque élève a répondu individuellement et par écrit. En moyenne, une trentaine de minutes étaient requises pour compléter le travail.

Les répondants

Au total, 1 088 jeunes du secondaire âgés de 15 à 17 ans ont complété le questionnaire. La moitié des répondants étaient en 4^{ième} secondaire, l'autre moitié, en 5^{ième} secondaire.³ L'échantillon comprenait un nombre relativement équivalent de garçons (49 %) et de filles (51 %). Les classes participantes provenaient d'écoles francophones de Montréal et de ses proches banlieues : cinq écoles sont situées sur l'île de Montréal, cinq autres proviennent de la Rive-Sud et deux écoles sont de la Rive-Nord de Montréal. La fiche signalétique demandait aux élèves d'identifier le niveau d'éducation de leurs parents : 34 % des répondants ont rapporté avoir des parents ayant complété des études de niveau universitaire ou collégial; 21 % de niveau collégial ou secondaire et 27 % de niveau secondaire ou primaire. Quelque 18 % des jeunes n'ont pas répondu à cette question.

RÉSULTATS

L'analyse des données est essentiellement de type descriptif : répartition des répondants (fréquence ou pourcentage) dans les différentes catégories de réponses

proposées. Des analyses non paramétriques de type khi-carré ont aussi été réalisées dans le but de vérifier la présence de différences significatives dans les réponses selon le sexe des répondants, le niveau d'études des parents ou la situation géographique de l'école.

L'ensemble des résultats pour chacune des 33 questions est présenté par Soucy (1999). Nous retenons ici les principaux résultats de chacune des quatre sections du questionnaire. Puis, nous rapportons les différences observées selon le sexe section par section. Enfin, nous signalons les différences trouvées en fonction du niveau d'éducation des parents ou de la situation géographique de l'école.

La section I du questionnaire porte sur les perceptions et les connaissances au sujet des musées; les questions proposent surtout des réponses de type échelle de Likert. La quasi totalité des répondants (95 %) croit que les musées servent surtout à faire connaître le passé. Plus des trois quarts (78 %) affirment qu'ils peuvent aussi faire connaître le monde d'aujourd'hui; un nombre plus restreint (69 %) appuie l'idée que les musées peuvent initier au monde de demain. Les jeunes s'entendent pour dire que les gens vont au musée surtout pour apprendre (95 %); par ailleurs, 83 % croient qu'on y va aussi pour se divertir. Les touristes sont clairement jugés comme étant les plus grands utilisateurs des musées, suivis de près par les spécialistes dans différents domaines. La cohorte adolescente est jugée la moins présente au musée; celle des adultes, la plus présente. Au chapitre du rythme idéal de fréquentation, 62 % répondent que l'idéal serait d'aller au musée au moins une fois par année; 19 % suggèrent une fréquentation de plus d'une fois par année. Quatre-vingt pour cent des répondants jugent important d'avoir un musée dans une ville. Les principales raisons apportées à l'appui de leur réponse sont d'ordre éducatif (le musée est enrichissant et instructif) ou économique (le musée attire les touristes et fait rouler l'économie). Les trois quarts des répondants sont en mesure de nommer trois musées; 89 % peuvent en nommer au moins deux et 96 % au moins un. Plus de la moitié des répondants nomment des musées qu'ils ont déjà visités; les autres connaissent les musées pour en avoir entendu parler.

Les garçons et les filles s'entendent sur la fonction éducative des musées, mais les filles leur accordent plus souvent que les garçons une fonction de divertissement [χ^2 (3, $N = 1\ 082$) = 16,12, $p < 0,001$]. Les garçons associent moins souvent le musée au monde de demain [χ^2 (3, $N = 1\ 085$) = 8,62, $p < 0,05$]; ils jugent aussi moins important que les filles d'avoir des musées dans une ville [χ^2 (3, $N = 1\ 086$) = 8,13, $p < 0,05$]. Au sujet de la fréquence idéale de visite, les garçons optent en plus grand nombre pour des visites espacées (par ex. : une fois par grande période de vie : enfance, adolescence, âge adulte) [χ^2 (3, $N = 1\ 085$) = 8,60, $p < 0,05$]. Les filles sont plus nombreuses à choisir la fréquence de plusieurs visites au cours d'une année [χ^2 (3, $N = 1\ 085$) = 8,60, $p < 0,05$].

La section II du questionnaire porte sur les pratiques de visite au musée. Les réponses attendues ici sont essentiellement des identifications de fréquences de

visite. Les niveaux de satisfaction sont par ailleurs mesurés à partir d'une échelle de Likert. Soixante-deux pour cent des répondants déclarent être allés au musée au moins une fois avec leur classe depuis le début de leur secondaire; 20 % signalent y être allés une seule fois; 23 % entre deux et trois fois; et 19 % rapportent y être allés quatre fois et plus depuis le début du secondaire. Les jeunes rapportent un plus grand nombre de visites avec leur école durant les deux premières années du secondaire. À la question « Avez-vous visité un musée avec votre école au cours des six derniers mois? » 19 % répondent par l'affirmative. Au chapitre des pratiques de visites libres, 66 % des répondants rapportent avoir visité un musée au moins une fois durant leur temps libre au cours de leurs études secondaires; 13 % des visiteurs disent être allés une fois; 25 % entre deux et trois fois et 29 % quatre fois ou plus. Concernant la fréquentation des musées au cours de la dernière année, 25 % des répondants rapportent y être allés au moins une fois durant leur temps libre; 12 % disent y être allés plus d'une fois.

En contexte scolaire, les musées les plus fréquemment visités sont, par ordre décroissant de fréquence; les musées de sciences, les musées d'histoire, les musées d'arts et les musées de civilisation. En contexte de visites libres, les fréquences rapportées suivent le même ordre. Le niveau de satisfaction exprimé par les jeunes est plus élevé pour les visites réalisées en contexte de loisir (90 % des répondants se disent satisfaits ou très satisfaits de leurs visites) que pour celles faites en contexte scolaire (64 % se déclarent satisfaits ou très satisfaits). Les adolescents justifient leur appréciation plus favorable des visites non-scolaires par la plus grande liberté d'action dont ils bénéficient, pour le choix du musée, le moment de visite, le temps de visite, le parcours à suivre, etc.

Seules deux différences liées au sexe sont relevées par rapport aux habitudes de visite; elles se trouvent uniquement en contexte de visites libres : les filles rapportent plus souvent aller en musée d'art [$\chi^2(1, N = 709) = 7,11, p < 0,01$]; les garçons qualifient plus souvent leur visite au musée de peu intéressante [$\chi^2(3, N = 718) = 8,61, p < 0,05$].

Un bon tiers des répondants rapportent n'être jamais allés au musée au cours de leurs études secondaires. En ce qui a trait aux sorties scolaires, la principale raison invoquée est l'absence d'offre de ce type de sorties. Pour les sorties libres, l'utilisation de l'argent de poche à d'autres fins et le peu d'intérêt pour ce genre d'activités sont les justifications les plus fréquemment rapportées. On mentionne aussi assez fréquemment l'absence d'information sur ce qui se passe dans les musées ou encore la faible pratique de ce genre d'activités par les amis. Chez les non-visiteurs, les garçons déclarent plus souvent que les filles n'être jamais allés au musée parce que ce genre d'activités ne les intéresse pas; les filles expliquent plus souvent leur absence par le manque d'informations ou le manque d'argent de poche.

La section III du questionnaire porte sur les préférences muséales des jeunes. Les questions posées dans cette section visent la mise en ordre des préférences,

ou sont de l'ordre des choix de réponses multiples. Les musées de sciences et les musées d'histoire récoltent les plus grand nombre de premiers choix (rang 1 ou rang 2) dans les mises en ordre de préférence. Les amis sont les accompagnateurs les plus prisés; suivent, dans l'ordre, les visites avec la famille, avec l'école et la visite seul. On préfère clairement les environnements muséaux où il est possible d'être actifs, soit par la manipulation de modules d'exposition, l'utilisation d'ordinateurs ou la participation à des projets. On ne rejette pas d'emblée le principe de l'exposition « à voir », certains thèmes s'y prêtant mieux que d'autres.

Certaines questions portaient sur les préférences pour ce qui est de la visite scolaire. Une courte liste de stratégies éducatives est proposée pour chacun des trois moments caractérisant une visite scolaire au musée (avant, pendant et après la visite); les répondants doivent se prononcer à l'aide d'une échelle de Likert sur l'intérêt de chaque stratégie proposée. La majorité des répondants (61 %) jugent qu'une visite préparée à l'école par le biais d'informations préalables et de discussions sur les thèmes pertinents est une excellente stratégie. Pendant la visite, l'option de laisser les élèves visiter à leur rythme est jugée la meilleure par la majorité; celle proposant aux élèves de participer à des activités dirigées récolte des jugements favorables chez 72 % des répondants. La discussion post-visite, à l'école ou en musée, est évaluée favorablement par 86 % des répondants; 66 % jugent favorablement l'activité de mettre en lien les messages principaux de l'exposition et certains apprentissages faits en classe.

Les filles citent plus souvent les musées d'art comme type de musée préféré; les garçons placent plus souvent les musées de sciences en tête de liste de leurs préférences. Les filles préfèrent des thèmes d'exposition dans les domaines de l'écologie, la santé, la musique ou la mode; les garçons ont des préférences pour les thèmes reliés à l'informatique, les communications ou les inventions scientifiques.

La section IV tente d'évaluer le niveau d'intérêt des adolescents pour différents types de projets muséaux. Sept types de projets sont brièvement décrits et il est demandé aux jeunes d'indiquer le niveau d'intérêt suscité par chacun ainsi que leur souhait d'y participer si jamais ces projets étaient offerts dans les musées de leur région. Certains intérêts ressortent clairement. En contexte scolaire, le projet de voyages culturels incluant des visites de musées est jugé très favorablement par la majorité des répondants. Plus de la moitié apprécieraient que leur classe travaille en partenariat avec le musée pour préparer des expositions ou des événements devant se dérouler en musée. En contexte de visite libre, la réalisation d'une publicité vidéo sur les musées ainsi que la possibilité de jouer un rôle de guide au musée sont les projets qui recueillent les plus haut taux d'appui. Pour chacun des projets, les filles manifestent plus d'intérêt et rapportent plus d'intentions de participer.

Différences selon le niveau d'éducation des parents

Les réponses à certaines questions jugées susceptibles d'être influencées par le niveau d'éducation des parents furent soumises à des tests de khi-carré (par ex. : les questions reliées aux connaissances et perceptions des musées et celles se rapportant aux pratiques de visite en tant que visiteurs libres). Quelques différences significatives ont été décelées. Les jeunes dont les parents ont un niveau d'éducation universitaire ou collégial disent plus souvent qu'il est très important d'avoir un musée dans une ville [χ^2 (6, $N = 903$) = 25,92, $p < 0,001$] et qu'il serait idéal d'aller au musée plus d'une fois par année [χ^2 (6, $N = 903$) = 37,15, $p < 0,001$]. Les adolescents dont les parents ont un niveau secondaire ou primaire de scolarité rapportent plus souvent que les autres n'être jamais allés au musée dans le cadre de visites libres [χ^2 (8, $N = 900$) = 45,29, $p < 0,001$]. Ces jeunes rapportent aussi plus souvent que les autres que l'idéal de visite est une fois au cours d'une vie [χ^2 (6, $N = 903$) = 37,15, $p < 0,001$].

Différences selon la situation géographique de l'école

Les participants à la présente enquête sont inscrits dans des écoles de trois régions : l'île de Montréal, la Rive-Nord et la Rive-Sud de Montréal. Le test du khi-carré est appliqué aux questions dont les réponses sont jugées susceptibles d'être influencées par la région d'appartenance (par ex. : les questions relatives aux connaissances et perceptions des musées ainsi que celles portant sur les fréquences de visite avec l'école ou comme visiteur libre). Des différences significatives ont été observées uniquement sur le plan des pratiques de visite. Les jeunes provenant d'écoles de la Rive-Nord déclarent plus fréquemment que les autres ne pas être allés dans les musées au cours de leurs études secondaires et ce, tant en contexte de visites scolaires [χ^2 (2, $N = 1\ 083$) = 34,06, $p < 0,001$] qu'en contexte de visites libres [χ^2 (8, $N = 1\ 083$) = 50,03, $p < 0,001$].

DISCUSSION

Les données de la première phase du second volet de notre enquête sur la relation musées-adolescents permettent de constater que les jeunes de la région étendue de Montréal ont une bonne connaissance des rôles et des fonctions des musées, ainsi qu'une perception globalement positive de ces établissements. Les répondants reconnaissent la fonction éducative et économique du musée ainsi que l'intérêt que lui portent différents sous-groupes de la population. Pour plusieurs jeunes, une visite annuelle au musée serait l'idéal. Ce ne sont toutefois pas tous les jeunes qui vivent à la hauteur de leurs idéaux. Seulement le quart des répondants rapportent être allés au musée au moins une fois durant leurs temps libres au cours de la dernière année; 19 % rapportent avoir visité avec leur école au

cours des six mois précédant l'enquête. Au chapitre des préférences et des attentes, celles exprimées par les répondants sont claires; elles confirment et précisent celles déjà mentionnées dans les études antérieures (Andrew et Asia, 1979; O'Connell et Alexander, 1979; O'Riain, 1997; Rider et Illingsworth, 1997). Au musée, les jeunes souhaitent être actifs : participer, s'impliquer, interagir. Ils réclament des thématiques plus reliées à leur culture ainsi que des musées plus orientés vers le présent. Ils souhaitent apprendre, mais tout en se divertissant. Ils privilégient les apprentissages d'un autre type que ceux faits en classe, par exemple des apprentissages basés sur l'action, c'est-à-dire réalisés à partir d'interactions avec les pairs, avec les modules d'exposition, mais aussi avec des adultes reconnus pour leurs contributions dans divers domaines. Enfin, la possibilité de choix est importante pour les jeunes non seulement à cause de leur grand besoin d'autonomie mais aussi à cause des préférences variant, entre autres, selon le sexe ou le milieu d'appartenance.

Il est clair que la majeure partie des répondants ne perçoivent toujours pas les musées comme des endroits taillés sur mesure pour eux; cela expliquerait l'absence des uns ou la faible présence de certains autres. On justifie aussi l'absence ou la faible présence par le manque d'information sur ce qui se passe dans les musées. Rider et Illingsworth (1997) soulignent à ce sujet l'intérêt d'une publicité axée sur les jeunes, voire même d'une publicité créée par ces derniers. Enfin, la question du coût d'entrée au musée est aussi assez souvent mentionnée comme facteur justifiant une présence limitée. Les musées ont déjà commencé à réagir à ce chapitre, offrant tantôt du travail rémunéré aux jeunes, proposant tantôt des journées gratuites pour les adolescents, des cartes de membres à prix réduit ou encore des accès libres à certaines parties du musée conçues spécifiquement pour les jeunes de 12 à 17 ans.

Les données recueillies ici rejoignent celles rapportées par O'Brien (1996), alors qu'elle interrogeait plus de 4 000 adolescents anglais; le taux de fréquentation de musées avec leur école durant les six derniers mois est de 20 % (le nôtre de 19 %). Le taux de visites libres de la même cohorte, toujours au cours des six mois précédant l'enquête est également de 20 %; le nôtre est de 25 % mais pour l'ensemble de l'année (au cours des 12 mois précédant l'enquête). Dans des enquêtes menées auprès d'adolescents québécois sur la question générale de leurs loisirs, Pronovost (1990) et le ministère de l'Éducation du Québec (1994) renaient une question relative à la visite au musée. Chez l'un et l'autre, 39 % des jeunes répondants affirment avoir visité un musée au moins une fois au cours de l'année précédant l'enquête. Ces taux un peu plus élevés que les nôtres cumulent toutefois les visites libres et celles faites en contexte scolaire et ils couvrent une année entière. Ces données, une fois pondérées en fonction des différences méthodologiques observées, ne sont pas si éloignées les unes des autres.

En contexte scolaire, les jeunes rapportent plus de sorties alors qu'ils étaient en première et deuxième année du secondaire; un constat analogue est fait par Lemerise (1998b) et par le ministère de l'Éducation du Québec (1994). Les

jeunes dont les parents sont plus scolarisés fréquentent plus souvent les musées; en France, le ministère de la Culture et de la Francophonie (1995) rapporte aussi ce phénomène.

CONCLUSION

Il appert essentiel que les concepteurs de projets visant les adolescents connaissent bien les besoins, attentes et intérêts de ces derniers. Cela est d'autant plus important lorsque les projets ont comme objectifs d'être à la fois des éléments de développement et de protection pour les jeunes. Les études de type enquête doivent se poursuivre non seulement pour connaître plus finement les besoins, attentes et intérêts des adolescents en tant que sous-groupe particulier de la population, mais aussi pour en mieux identifier les différences selon les sous-cultures liées à la langue, la religion, le milieu social d'origine, les sous-groupes d'âge (12 à 14 ans; 15 à 17 ans) ou le sexe. De telles informations permettront aux personnels éducatifs des musées d'élaborer une gamme variée de projets répondant à plus d'un besoin. Par ailleurs, les informations recueillies par le biais d'enquêtes peuvent aussi servir à la promotion d'autres composantes jugées essentielles au succès des programmes s'adressant à cette clientèle. On songe ici à la question de la diffusion de l'information en provenance des musées. Selon les jeunes, la publicité actuelle ne les rejoint pas. Il conviendrait de mieux connaître les besoins et intérêts des adolescents à ce chapitre, de les consulter directement, voire même, de les impliquer dans le processus de diffusion de l'information auprès de leurs pairs (Rider et Illingsworth, 1997). Travailler à promouvoir une meilleure relation musées-adolescents demande donc que l'on connaisse bien le profil des jeunes et que l'on tienne compte de leurs intérêts et besoins tant sur le plan de l'élaboration et de l'implantation des projets que sur celui de la diffusion de l'information au sujet des nouveaux projets mis en place.

NOTES

- ¹ En 1995, l'équipe de Lemerise à l'Université du Québec à Montréal a amorcé un projet d'enquête sur la relation musées-adolescents au Québec. Ce projet comprend trois volets : le premier s'adresse aux gens des musées (Lemerise, 1998b), le second concerne les perceptions des adolescents (Soucy, 1999), le troisième s'intéresse au point de vue des enseignants de l'ordre du secondaire (Matias, 1999).
- ² Plus de 1 000 jeunes habitant les régions du Saguenay Lac St-Jean, de l'Estrie, du Bas St-Laurent, de Québec, de l'Outaouais et de Chaudières-Appalaches compléteront le même questionnaire.
- ³ Les élèves en fin de parcours du secondaire ont été jugés les mieux placés pour répondre au présent questionnaire où un accent important est mis sur les expériences de visites au musée depuis le début de l'adolescence.

RÉFÉRENCES

- Allard, M. (1993). Les adolescents et les musées. *Revue des sciences de l'éducation*, 19, 765–774.

- American Association of Museums. (1992). *Excellence and equity. Report of the task force on museum education : education and the public dimension of museums*. Washington, DC : American Association of Museums.
- American Association of Museums. (1995). *Museums in the life of a city : Strategies for community partnership*. Washington, DC : American Association of Museums.
- Anderson, D. (1997). *A common wealth: Museums and learning in the United Kingdom. A report to the Department of National Heritage*. London : Victoria and Albert Museum Education Department.
- Andrew, K. et Asia, C. (1979). Teenagers' attitudes about art museums. *Curator : The Museum Journal*, 22, 224–232.
- Association of Science and Technology Centers. (1995). *YouthALIVE! Directory of programs 1991–1995*. Washington, DC : Association of Science and Technology Centers.
- Carnegie Council on Adolescent Development. (1994a). *A matter of time : Risk and opportunity in the non-school hours. Report of the task force on youth development*. New York : Carnegie Corporation.
- Carnegie Council on Adolescent Development. (1994b). *Consultation on afterschool programs*. New York : Carnegie Corporation.
- Gardner, H. (1991). *The unschooled mind : How children think and how schools should teach*. Boston : Basic Books.
- Giordan, A. (1998). Repenser le musée à partir de comprendre et d'apprendre. Dans B. Schiele et E. Koster (dirs), *La révolution de la muséologie des sciences* (p. 187–205). Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- Hein, G. (1998). *Learning in the museum*. London : Routledge.
- Holland, I. E. (1994). *New York Hall of Science career ladder : Evaluation and final report*. New York : New York Hall of Science Publications.
- Klages, E., Librero, D. et Bell, J. (1995). *When the right answer is a question : Students as explainers at the Exploratorium*. San Francisco : The Exploratorium Publications.
- Koster, E. (2000, janvier–février). Meeting community needs : Science centers and social responsibility. *Association of Science and Technology Centers (ASTC) Dimensions*, 2, 7.
- Lemerise, T. (1994). Le musée : un environnement favorable au dévoilement et au développement des conceptions naïves chez les élèves. Dans B. Lefebvre (dir.), *L'éducation et les musées : visiter, explorer et apprendre* (p. 169–184). Montréal : Les Éditions Logiques.
- Lemerise, T. (1995). The role and place of adolescents in museums : Yesterday and today. *Museum Management and Curatorship*, 15, 393–408.
- Lemerise, T. (1998a, avril–mai). Jeunes, musées et projets novateurs : une formule gagnante ! *Vie pédagogique*, 107, 14–17.
- Lemerise, T. (1998b). Le partenariat entre les musées, les adolescents et les écoles secondaires du Québec : le point de vue de musées. *Revue canadienne de l'éducation*, 23, 1–15.
- Lemerise, T. (1999a). Changes in museums : The adolescent as beneficiary. *Curator : The Museum Journal*, 42, 7–11.
- Lemerise, T. (1999b). Museums in the nineties : Have they maintained their commitment to the youth population ? *Museological Review*, 6, 34–47.
- Lemerise, T. (1999c, juin). La présence des adolescents dans les musées : données contemporaines en provenance de divers pays. Communication présentée au 27^{ième} congrès annuel de la Société

- canadienne pour l'étude de l'éducation, Groupe d'intérêt sur l'éducation et les musées, Sherbrooke, Québec.
- Lemerise, T. et Soucy, B. (1994). *Le point de vue des adolescents sur les musées : synthèse d'entrevues faites auprès de dix adolescents* [Document vidéo; 10 minutes]. Montréal : Production Université du Québec à Montréal.
- Matias, V. (1999). *Enquête sur la relation musées-adolescents à travers l'œil des enseignants du secondaire : étude pilote d'une enquête pan québécoise*. Thèse d'honneur non publiée, Psychologie, Université du Québec à Montréal.
- Ministère de la Culture et de la Francophonie. (1995, février). Les jeunes et les sorties culturelles. *Bulletin du département des études et de la prospective*, 106, 1–8.
- Ministère de l'Éducation du Québec. (1994). *En vacances et à l'école : les loisirs des élèves du secondaire*. Québec : ministères de l'Éducation, de la Culture et des Communications et des Affaires Municipales.
- Nightingale, J. (1999). Social inclusion : Policy action team report published. Report points way on inclusion. *Museums Journal*, 99, 5.
- O'Brien, J. (1996). *Secondary school pupils and the arts: Report of a MORY research study*. London: Arts Council of England.
- O'Connell, P. et Alexander, M. (1979, novembre–décembre). Reaching the high school audience. *Museums News*, 57, 50–56.
- O'Riain, H. (1997). *Old objects in glass cages*. London : Harwood, O'Riain and Associates.
- Pronovost, G. (1990). *Les comportements des Québécois en matières d'activités culturelles et de loisirs*. Québec : Les publications du Québec.
- Rider, S. et Illingworth, S. (1997). *Museums and young people: A report of artwork*. London : Museums Association.
- Selwood, S. (1998). *Cultural policy and young people's participation in the visual arts*. Source: <http://www.psi.org.uk/news/youngart.htm> (accessed février 1999)
- Selwood, S., Clive, S. et Irving, D. (1995). *An enquiry into young people and art galleries: Art and Society*. London : Arts Council of England.
- Soucy, B. (1999). *Enquête auprès des adolescents de la région de Montréal et de sa proche banlieue sur leurs perceptions et connaissances, pratiques de visite, préférences et intérêts pour différents types de contextes et projets muséaux*. Thèse de doctorat non publiée, Université du Québec à Montréal.

Tamara Lemerise est professeure à la section psychologie en éducation du département de psychologie de l'Université du Québec à Montréal, C.P. 8888, Succ. Centre-ville, Montréal (Québec) H3C 3P8. Brenda Soucy est chercheuse autonome et psychologue scolaire.