

Lebrun, Monique (sous la direction de), *Les pratiques de lecture des adolescents québécois*. Montréal, Éditions MultiMondes, 2004, 313 p.

Dans cette étude, Monique Lebrun coordonne une équipe de six personnes, spécialisées en sciences de l'éducation ou en linguistique et didactique des langues, venant de trois universités: l'Université du Québec à Montréal (deux professeures, Monique Lebrun et Marie Nadeau, et une étudiante à la maîtrise, Priscilla Boyer), l'Université de Montréal (Flore Gervais, professeure, et Hélène Lévesque, étudiante au doctorat) et l'Université du Québec à Trois-Rivières (Colette Baribeau, professeure).

Les auteures affirment, d'entrée de jeu, qu'elles ne sont pas des sociologues de la lecture, mais bien des didacticiennes, et que ce projet de recherche s'inscrit dans une étude plus vaste intitulée « Devenir compétent en lecture au secondaire », qui doit déboucher sur un programme d'intervention. Le projet a touché une vingtaine d'enseignants, un échantillon de 1737 élèves de secondaire I à IV, âgés de 11 à 17 ans, de trois commissions scolaires du Québec: deux de l'île de Montréal, Marguerite-Bourgeoys et la Pointe-de-l'île, et la Commission scolaire de l'Énergie en Mauricie. Les parents et les bibliothécaires ont été associés au projet, ce qui constitue une originalité par rapport à d'autres études antérieures sur le même sujet.

L'objectif de l'étude consiste à dresser un portrait de l'adolescent lecteur du secondaire, ainsi que des pratiques scolaires qui soutiennent l'apprentissage de la lecture. Six volets découlent de cet objectif: cerner les habitudes de lecture scolaire des jeunes, décrire leurs habitudes de lecture de plaisir (extra-scolaire), analyser leurs choix de livres préférés, décrire la fréquentation de la bibliothèque scolaire et de la bibliothèque publique par les jeunes, analyser les nouvelles pratiques de lecture à l'écran et, enfin, tracer des profils d'adolescents lecteurs. Deux outils ont été utilisés: un questionnaire écrit pour fin d'enquête, et des entretiens (groupes de discussion) avec des élèves et des parents.

Par son traitement plus exhaustif et plus approfondi, cette étude complète deux recherches réalisées par le ministère de l'Éducation du Québec au cours des dernières décennies: d'abord celle de Raymond Hould, *Rapport d'enquête sur les habitudes de lecture des élèves du secondaire*, en 1980, et l'étude de 1994 intitulée *La lecture chez les jeunes au secondaire. Des policiers aux classiques*.

Ce qui frappe le lecteur, au premier abord, parmi les données de cette étude, c'est l'environnement physique des adolescents québécois, tant de Montréal que de la Mauricie. Leurs conditions de vie sont

confortables: 88,4 % ont leur propre chambre, 90,2 % ont leurs propres livres, 84,2 % ont leur baladeur, 52 % ont leur propre téléviseur, 74 % des maisons disposent d'un ordinateur et 82,6 % ont accès à des jeux vidéo à la maison.

Mais, il faut le constater, la lecture n'est pas pour eux une passion. Les jeunes fréquentent peu les librairies. Ils ne perçoivent pas la bibliothèque comme un lieu privilégié d'accès aux documentaires. La télévision occupe une grande place dans leur vie, et le sport, pour les garçons, demeure prioritaire. Ils lisent peu de journaux, mais les revues de jeunes les attirent. Un grand nombre de jeunes sont incapables de passer de la littérature de jeunesse à la littérature adolescente ou adulte. Quand ils s'intéressent à la littérature, c'est la littérature sérielle qu'ils choisissent. Une grande importance est accordée au jugement des pairs et de la famille. Il est difficile d'abolir le hiatus entre la lecture imposée (scolaire) et la lecture de plaisir (personnelle). On constate aussi que les jeunes de la Mauricie lisent plus rarement et qu'une plus grande proportion ne lit jamais.

Il est indéniable que l'informatique et Internet, en particulier, entrent pleinement dans l'environnement des adolescents québécois d'aujourd'hui. De tout évidence, l'émergence et le développement rapide d'Internet entraînent tous ceux qui s'intéressent aux questions de lecture à réfléchir sur les relations de la technologie et de l'apprentissage. Selon les chercheurs, Internet nous questionne sur la nature même du savoir.

Les auteurs consacrent un chapitre (le chapitre 7) aux rapports des adolescents avec les bibliothèques scolaires et publiques. Ils y affirment qu'« on ne peut faire de la lecture une véritable pratique culturelle sans un réseau adéquat des bibliothèques... » et que « les pratiques scolaires, si dynamiques soient-elles, ne peuvent assurer la vitalité de la lecture » (p. 251). On retrouve, dans cet ouvrage, une référence au document sur la politique de lecture du ministère de la Culture et des Communications, *Le temps de lire, un art de vivre* (1998), qui, après nous avoir assuré que « la bibliothèque est un lien essentiel au sein de l'école pour assurer la qualité des services éducatifs », nous informait que 92 % des écoles québécoises disposaient d'une bibliothèque scolaire, qui offrait en moyenne 12,5 livres par élève au primaire et 14 au secondaire, qui consacrait 5,29 \$ par élève en 1997 à l'achat de la documentation. Retenons pour mémoire que le ministère de l'Éducation y consacrait 5,28 \$ en 1988 et qu'il y avait, cette année-là, 15,1 livres par élève au secondaire.

Les spécialistes de la bibliothéconomie n'apprendront rien de neuf en lisant le constat des chercheurs sur le dénuement des bibliothèques scolaires du Québec: « Les sommes consacrées à l'achat de volumes et au soutien professionnel sont dérisoires et

les critiques sur l'état lamentable du réseau n'ont pas vraiment changé depuis plus d'un quart de siècle. Les problèmes structurels et financiers sont connus, mais aucune volonté politique ne vient y faire écho. La situation est d'autant plus alarmante que l'enquête a montré que les jeunes adolescents sont de plus en plus intéressés par d'autres activités qui rompent le contact avec l'univers de l'écrit.» (p. 251)

On constate, à la lumière de cette étude, que les bibliothèques scolaires, ou plutôt ce qui en tient lieu, achètent des manuels de lecture et des méthodes, donc ont très peu d'argent pour acheter de nouveaux livres adaptés aux goûts des jeunes. En outre, elles ont peu ou pas de personnel régulier, ce qui ajoute des tâches supplémentaires aux enseignants et aux bénévoles, et ce qui les oblige à restreindre leurs heures d'ouverture. En plus de la pauvreté des collections et de la faiblesse de leurs moyens technologiques, les bibliothèques scolaires ont parfois du personnel technique diplômé du collégial sans encadrement professionnel et on y constate une faible valorisation du personnel. Faut-il se surprendre de retrouver, parmi les constats de l'étude, que les jeunes n'aiment pas se retrouver dans ces bibliothèques, contrairement à l'atmosphère qu'ils retrouvent dans les bibliothèques publiques. Ils avancent que l'ambiance des bibliothèques scolaires est souvent peu conviviale, permettant peu les échanges, que les collections suscitent peu d'intérêt, que le temps qui y est consacré est limité.

Il apparaît aux chercheurs que des bibliothèques accessibles et bien garnies, où les collections seraient nombreuses et adaptées aux goûts et aux intérêts des jeunes, constitueraient un puissant facteur de motivation à la lecture de plaisir, et qu'un accompagnement pédagogique inventif permettrait d'abolir la distance entre lecture imposée et lecture de plaisir.

Ce rapport de recherche, substantiel, abondant en données (82 tableaux et 5 graphiques), apporte des éléments neufs à la compréhension du phénomène de la lecture chez les adolescents québécois. La méthodologie scientifique dont il est paré ne diminue en rien l'intérêt ni le plaisir de la lecture. Il faut féliciter les chercheurs d'en avoir largement diffusé les résultats et de vouloir en approfondir les constats dans des recherches ultérieures.

MARCEL LAJEUNESSE
EBSI, Université de Montréal

Ibnlkhayat, Nozha, *Marketing des systèmes et services d'information et de documentation*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 2005, 456 p.

Comme le précise le professeur Réjean Savard dans la préface, nous tenons à souligner l'ampleur du travail ainsi que la contribution majeure de l'auteure à l'enseignement et à l'implantation d'une orientation *marketing* chez les professionnels de l'information, tant informatistes et documentalistes que bibliothécaires. Comme tout traité de cette envergure, il va sans dire que le *Marketing des systèmes et services d'information et de documentation* de la professeure Ibnlkhayat comporte «des forces et des faiblesses», pour emprunter une expression familière à l'approche *marketing*, les forces étant toutefois de loin plus nombreuses.

Chacune des quatre parties de l'ouvrage présente un aspect de la mise en place et de la réalisation du processus *marketing*. Ainsi de «Comprendre le *marketing* et l'opportunité de son application» (Partie 1) à «Planifier et contrôler les activités *marketing*» (Partie 4), l'auteure décrit ce processus d'une façon exemplaire. D'ailleurs, dès l'avant-propos, le lecteur possède une idée claire et précise du cheminement qu'il est invité à faire, puisqu'à la page XXXII, la Figure 0.1 «Les structures de l'ouvrage» montre bien la logique de l'ouvrage et la clarté de pensée de l'auteure.

Les 11 chapitres sont en priorité consacrés à la recherche (Partie II — Chapitres 2 à 4) et à l'élaboration de stratégies *marketing* (Partie III — Chapitres 5 à 9). Si le traitement de la recherche *marketing* (Partie II) nous est apparu beaucoup plus élaboré en comparaison de celui consacré aux autres éléments du processus *marketing*, de la segmentation des marchés au personnel d'accueil (Partie III), une telle approche répondra sans nul doute aux attentes et aux besoins des informatistes, documentalistes et bibliothécaires œuvrant sur le terrain et avides d'entreprendre une telle recherche.

Il convient également de souligner une autre caractéristique particulière au manuel de la professeure Ibnlkhayat : son approche globale illustrée par un souci d'inclure à la fois les pays du Sud et du Nord dans ses nombreux commentaires. Si les lecteurs des pays du Nord doivent composer avec l'orientation «sud» de la quasi-majorité des exemples et des cas présentés par l'auteure, à notre avis, un tel exercice ne peut qu'enrichir notre entendement de l'application du processus *marketing*.

Ainsi, à titre d'exemple, dans sa présentation des marchés actuels et potentiels, à maintes reprises l'auteure souligne l'importance de tenir compte non seulement des possibilités d'accès physique et virtuel à ces marchés, aux services offerts par un service